

**“FREEDOM RESTAURANT AND PUB”**

**GABRIEL MOISÉS CASTILLO COLÓN**

**JORGE ORLEY CÓRDOBA JARAMILLO**

**Trabajo de grado para optar el título de Especialista en Gerencia de  
Proyectos**

**Asesor:**

**JUAN FELIPE ARIAS**

**Profesor Especialización Gerencia de Proyectos**

**UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN**

**ESPECIALIDAD EN GERENCIA DE PROYECTOS**

**ITAGUI**

**2010**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma

---

Firma

---

Firma

## TABLA DE CONTENIDO

**PAG**

ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO.....	3
1.JUSTIFICACIÓN.....	5
2.OBJETIVOS .....	7
2.1. OBJETIVOS GENERALES.....	7
2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	7
3. ALCANCE O COBERTURA.....	8
4. RESUMEN DEL PROYECTO.....	10
5.ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO.....	14
5.1. ESTRUCTURA ECONOMICA DEL MERCADO.....	14
5.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	26
5.2.1. Definición de la muestra probabilística .....	26
5.2.2. Explicación de la muestra no probabilística.....	26
5.2.3. Instrumentos de recolección y medición.....	27
5.3. PLAN DE MERCADO.....	34
6. ESTUDIO LEGAL DEL PROYECTO.....	38
6.1. TIPO DE EMPRESA.....	38
6.2. ACTO UNILATERAL CONSTITUTIVO DE LAS SAS.....	39
6.3. ESTATUTOS.....	40
6.4. ESTUDIO CUALITATIVO DE RIESGOS.....	47
6.4.1. Objetivo general del estudio cualitativo de riesgos.....	47
6.4.2. Identificación de riesgos.....	48
6.4.3. Clasificación general de los riesgos y su incidencia.....	55
6.4.4. Tablas de riesgo con mayor incidencia.....	57
6.4.5. Valoración de riesgos según su probabilidad de ocurrencia.....	59
6.4.6. Valoración de riesgos reflejada en costos.....	63
6.4.7. Plan de acción frente a los riesgos.....	68
6.4.8. Cronograma.....	70
7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO.....	73
7.1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....	73
8. ESTUDIO FINANCIERO.....	77
8.1. GASTOS DE INVERSIÓN.....	86
8.2. PRESUPUESTO.....	87
8.3. COSTOS.....	90
9. ESTUDIO TÉCNICO.....	91
9.1. FICHA TÉCNICA DE CADA UNO DE LOS PRODUCTOS.....	96
9.2. PROYECCIÓN MENSUAL DE LAS VENTAS.....	106
9.3. ANALISIS MACROLOCALIZACIÓN.....	108
9.4. EQUIPO DE TRABAJO.....	112
BIBLIOGRAFIA.....	116
ANEXOS.....	117

## **INTRODUCCIÓN**

### **-TITULO**

“Freedom restaurant and pub”

Creación de un café restaurante bilingüe como espacio pedagógico para el Área Metropolitana del Valle de Aburra.

### **- FORMULADORES**

GABRIEL MOISÉS CASTILLO COLÓN

JORGE ORLEY CÓRDOBA JARAMILLO

### **-NECESIDAD QUE ORIGINA EL PROYECTO**

Una de las más grandes dificultades a las que se debe enfrentar cualquier hispano hablante que estudia el idioma inglés es no tener espacios propicios para continuar sus procesos de construcción comunicativa, una vez adquiridos ciertos conceptos. En otras palabras no sirven de nada herramientas lingüísticas y no practicarlas, pues al poco tiempo habrán sido olvidadas.

El área metropolitana de la ciudad de Medellín no es la excepción frente a esta dificultad, y antes por el contrario, según las estadísticas de las pruebas icfes, es muy bajo el nivel con el que salen los estudiantes de la básica secundaria. Según los estudios realizados por el ministerio de educación a través del Plan Nacional

de Bilingüismo, la gran mayoría de los jóvenes bachilleres egresan con un nivel promedio entre A1 y A2; ahora bien, se han hecho estudios frente al rendimiento de estos mismos estudiantes dos años después de haber continuado sus estudios de educación superior, y los resultados demuestran que la carencia de práctica ha bajado notablemente este nivel.

Por lo anterior se hace necesario disponer de espacios donde se pueda interactuar con el inglés sin necesidad de dedicar jornadas académicas enteras, pues dicho tiempo normalmente no se tiene para ello y espacios en los cuales desde diversos pretextos contextuales se dé continuación a procesos de prácticas.

De otro lado está la población fluctuante de turistas extranjeros de habla inglesa, quienes visitan nuestra ciudad bien sea por razones de negocios, asistencia a eventos o simplemente por turismo y requieren de las facilidades de un lugar donde se puedan comunicar en su lengua natal y conseguir personal dispuesto a colaborar durante su estadía en la ciudad a cambio del intercambio cultural lingüístico.

En la actualidad y gracias al flujo importante de turistas que visitan nuestra ciudad los restaurantes, hoteles y lugares turísticos desde su propia logística han tenido que considerar el tema del bilingüismo, pero si bien es cierto que personas de habla inglesa pueden ser atendidos en este tipo de lugares, aun no se cuenta con un espacio pedagógico como el que se propone pues brinda un componente pedagógico que motiva el aprendizaje y la interacción no solo a extranjeros sino también a nacionales estudiantes o practicantes del idioma.

## 1. JUSTIFICACION

Su justificación viene radicada desde el aspecto educacional, pues a pesar de que nuestro país y departamento han realizado esfuerzos importantes en el tema del bilingüismo, consideramos que este proyecto puede ser una mejor estrategia para posicionar este tema buscando que las personas interactúen dentro de la cotidianidad con el idioma. Favoreciendo la vivencia e interacción con el idioma.

A continuación hacemos referencia a la justificación planteada por el Ministerio Nacional de Educación desde su Plan Nacional de Bilingüismo:

*“Fortalecer el dominio de un idioma extranjero es esencial para cualquier sociedad interesada en hacer parte de dinámicas globales de tipo académico, cultural, económico, etc. El mejoramiento de los niveles de competencia comunicativa en lengua inglesa de una sociedad o población particular conlleva necesariamente al surgimiento de oportunidades para sus ciudadanos, al reconocimiento de otras culturas y al crecimiento individual y colectivo, incrementando las posibilidades de movilidad social y de condiciones más igualitarias para el desarrollo.*

*El reconocimiento de la importancia de una lengua extranjera, en este caso particular el inglés, llevó al Ministerio de Educación Nacional a implementar el Programa Nacional de Bilingüismo como estrategia para el mejoramiento de la calidad de la enseñanza del inglés en Colombia y como una estrategia para la promoción de la competitividad de nuestros ciudadanos.*

*El principal objetivo del Programa Nacional de Bilingüismo es tener ciudadanos y ciudadanas capaces de comunicarse en inglés, con estándares internacionalmente comparables, que inserten al país en los procesos de comunicación universal, en la economía global y en la apertura*

*cultural. Con este propósito, el programa ha venido consolidando estrategias tales como: la definición de estándares de competencia en inglés, la evaluación de competencias en estudiantes, docentes y egresados de las licenciaturas y programas de lenguas, la oferta de programas de mejoramiento para la formación del profesorado tanto en lengua como en metodología de la enseñanza del inglés y la vinculación de nuevas tecnologías y medios para la enseñanza y aprendizaje del inglés.”<sup>1</sup>*

El departamento de Antioquia en los últimos años se ha convertido en un foco importante del turismo, ya sea por las diferentes ferias, convenciones o eventos, como por los atractivos arquitectónicos y turísticos de las diferentes ciudades que conforman el área metropolitana. Por tal razón la ciudad debe estar dispuesta a favorecer las diferencias culturales como una manera de ofrecer las propias. En la actualidad el departamento de Antioquia es un escenario perfecto para ofrecer alternativas novedosas de diversión y esparcimiento a los visitantes, pues goza de muy buena acogida para los turistas, que diariamente desean verse sorprendidos por la apertura y disposición que la ciudad tiene para ofrecerles.

---

<sup>1</sup> Colombia. Ministerio de Educación Nacional. Lengua Extranjera. Programa Nacional de Bilingüismo. [En línea] Bogotá, 2009. < <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/article-158720.html> > [Consulta: 10 Oct. 2009].

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Fomentar el bilingüismo en los municipios del área metropolitana de la ciudad de Medellín de acuerdo a las políticas del Plan Nacional de Bilingüismo y la secretaría de educación de Medellín (Medellín Bilingüe), mediante la creación de un Café Restaurante Bilingüe que ofrezca a los estudiantes, docentes, intérpretes y todas aquellas personas interesadas en el tema, un espacio de inmersión bilingüe sin salir del área metropolitana.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Crear espacios de práctica para la lengua inglesa como herramienta comunicativa.
- ✓ Fomentar el intercambio de procesos culturales dentro del marco de la lengua inglesa (música en vivo, foros, conversatorios, entrevistas, análisis cinematográfico)
- ✓ Crear espacios de práctica para aquellos profesionales en el área de la traducción e interpretación del idioma inglés.
- ✓ Proporcionar material de lectura y conversación a estudiantes del inglés sin discriminar su nivel.
- ✓ Brindar ayuda a hablantes de lengua inglesa quienes requieran el servicio de traducción a un bajo costo.
- ✓ Ofrecer alternativas gastronómicas internacionales



### **3. ALCANCE O COBERTURA**

El proyecto de creación de Café Restaurante Bilingüe, se proyecta a todos los municipios del área metropolitana de la Ciudad de Medellín, a partir de un análisis de estos contextos y ofreciendo un espacio pedagógico para aquellos interesados en tener un acercamiento al idioma inglés.

El proyecto pretende atender primeramente a personas que por razones de tiempo o económicas no tienen acceso a otras alternativas.

El lapso de gestión de este proyecto es de un año y atenderá normalmente desde las 7:00 am hasta las 12:00pm, ofreciendo diferentes horarios para atender a dos públicos objeto de este proyecto. En un horario diurno se atenderá a las instituciones educativas públicas y privadas del área metropolitana, con clases dirigidas a un público estudiantil, ofreciendo alternativas para grupos infantiles que puedan ver películas asesorados por un docente, quien pueda facilitar procesos de comprensión, con precios asequibles, generando espacios de aprendizaje y práctica del idioma de una forma vivencial.

Por otro lado en un horario nocturno se brindará a los extranjeros y visitantes de la ciudad, un lugar para el disfrute de la gastronomía tanto nacional como internacional, preparadas por expertos, brindando la posibilidad de viajar por un instante a su país o ciudad natal a través de aromas y experiencias que lo hagan sentir que las barreras geográficas no existen y que la ciudad de Medellín cuenta con un lugar donde puede comunicarse en inglés y disfrutar de una riqueza cultural sin límites.

Los impactos esperados a partir de este proyecto, se dan en su orden de importancia, en los siguientes aspectos:

- Aspecto Cultural: crear espacios donde se favorezcan procesos pedagógicos de aprendizaje frente a la lengua inglesa, mediante charlas, video foros, análisis de canciones, obras literarias y poesía, entrevistas, conciertos de música, todo lo anterior en lengua inglesa.
- Aspecto Social: se espera mejorar niveles de comunicación en inglés estándar en tiempo real.
- Aspecto Económico: el establecimiento resultado de este proyecto, abrirá espacios donde se puede dar oportunidades laborales a expertos en culinaria, grupos musicales, profesores de inglés, traductores y guías turísticos; además de lo anterior el contexto cultural agradable de el establecimiento permitirá reuniones de negocios, entre otros eventos.

#### **4. RESUMEN DEL PROYECTO**

**“freedom restaurant and pub”** es un café restaurante de cocina internacional atendido por personas de habla inglesa, dirigido a dos clases de públicos: en primer lugar la población que se identifica con la lengua inglesa, es decir, profesores, intérpretes y estudiantes de inglés, quienes carecen de espacios donde se pueda practicar, perfeccionar e interactuar a partir de esta lengua; con base en lo anterior, este establecimiento se proyecta como un espacio pedagógico propicio para lograr aprendizajes significativos desde la teoría de las pedagogías activas, es decir, aprender haciendo.

Nuestra propuesta metodológicamente hablando, se basa en el método natural pues le da gran importancia a la comunicación de ideas, sin importar el nivel de alcance que se tenga, además lo involucra dentro de situaciones específicas que lo hacen partícipe de su propio proceso. Hacer que la persona se sienta protagonista de su propio aprendizaje es lo que se busca, pues además de enriquecer su nivel, está logrando que el de otros también se nutra, por medio de la interacción comunicativa.

De otro lado está la población fluctuante de turistas extranjeros de habla inglesa, quienes visitan nuestra ciudad bien sea por razones de negocios, asistencia a eventos o simplemente por turismo y requieren de las facilidades de un lugar donde se puedan comunicar en su lengua natal y conseguir personal dispuesto a colaborar durante su estadía en la ciudad a cambio del intercambio cultural lingüístico.

El valor agregado de “Freedom” restaurant and pub, es el de ofrecer una variedad gastronómica de gran calidad, que lleva intrínsecamente el uso del Inglés, como lenguaje de expresión y comunicación de las personas que en él interactúan.

Dentro de los programas para cautivar público se ha pensado en ofrecer gran variedad de menús de diferentes precios, con el fin de permitir el acceso a todo tipo de población, para que las diferentes instituciones educativas utilicen el espacio y se puedan ofrecer clases programadas con la gastronomía y con intereses sugeridos por los estudiantes.

“En tiempos de globalización, el país necesita desarrollar la capacidad de sus ciudadanos para manejar al menos una lengua extranjera. En este contexto, el Ministerio de Educación Nacional formula el Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, que incluye los nuevos Estándares de competencia comunicativa en lengua extranjera”<sup>2</sup>.

Con el Marco Común Europeo como referente nacional e internacional, el programa se propone elevar la competencia comunicativa en inglés en todo el sistema educativo y fortalecer la competitividad nacional. En esta tarea juegan un papel decisivo los docentes y las instituciones educativas, públicas y privadas, y todos los niveles que hacen parte del sistema: desde el Preescolar hasta el Superior.

El Ministerio ha tomado la iniciativa desde su ámbito. Sin embargo, es necesario el compromiso de diversos sectores, entre ellos los de comercio, cultura y comunicaciones, que estén dispuestos a enfrentar con nosotros el nuevo desafío de Colombia.

El gobierno nacional en cabeza del ministerio nacional más específicamente desde la subdirección de bilingüismo nacional han liderado una serie de esfuerzos

---

<sup>2</sup> Colombia. Ministerio de Educación Nacional. Bases para una nación bilingüe y competitiva. [En línea] Bogotá, 2005. < <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html> > [Consulta: 25 Oct. 2009].

con el ánimo de garantizar en el país un mejor desempeño en las habilidades comunicativas del idioma tanto de estudiantes como docentes, brindándoles una serie de estrategias de formación y cualificación permanentes procurando unos desempeños básicos para ir mejorando paulatinamente.

Es importante destacar que el proyecto concatena muy bien estos esfuerzos en el sentido que brinda la posibilidad práctica y real de vivencia del idioma en un contexto específico, pues crea la excusa perfecta para comunicar ideas dentro de un ambiente que favorece la espontaneidad y la práctica comunicativa, integrando diferentes sectores como el comercio, la educación, la recreación y el aprendizaje espontáneo.

El Enfoque natural es una propuesta de enseñanza de lenguas que incorpora los principios naturalistas identificados en los estudios sobre la adquisición de segundas lenguas. El aprendizaje se plantea mediante el uso de la lengua a aprender, en situaciones comunicativas, sin recurrir a la primera lengua ni a un análisis gramatical. Este enfoque otorga especial importancia a la comprensión y comunicación del significado de los enunciados y promueve la creación de un ambiente de aprendizaje adecuado.

Esta propuesta fue presentada por T. Terrell en 1977 a partir de su experiencia como profesora de español en California. T. Terrell y S. Krashen publican en 1983 *The Natural Approach*, libro que contiene una parte teórica con los principios y teorías sobre la adquisición de segundas lenguas y otra parte práctica con las técnicas y procedimientos de aula que propone este enfoque.

El Enfoque natural atribuye a la comunicación la función más importante de la lengua y, consecuentemente, se centra en la enseñanza de las habilidades comunicativas. El significado se convierte en el centro de atención, se acentúa la importancia del vocabulario y se desplaza la gramática a un plano secundario. El léxico se considera fundamental en la construcción e interpretación de enunciados.

Desde principios de los noventa se viene trabajando el método natural en Colombia, pues presenta unos antecedentes bien interesantes en los nacionales que por diferentes razones se mudaron durante varios años a países de habla inglesa y quienes por interactuar en contextos donde sólo se maneja el idioma fueron adquiriendo una serie de habilidades en la escucha y pronunciación. La exposición natural a un idioma hace que se adquieran ciertas habilidades comunicativas, como se adquirieron en nuestra niñez el idioma que hablamos, pues el contexto es fundamental para adquirir hábitos comunicativos, debido a que es con lo que nuestro cerebro tiene mayor relación para representar las ideas que del mundo que tenemos.

## 5. ESTUDIO DEL MERCADO DEL PROYECTO

### 5.1. ESTRUCTURA ECONOMICA DEL MERCADO

✓ Nombre de la empresa y su principal actividad.

“**Freedom**” Restaurant and pub. Es un lugar dedicado a la gastronomía y espacios pedagógicos bilingües. Nuestra visión es llegar a constituir un restaurante temático donde todas las personas que participan de él, tanto empleados como clientes utilicen el idioma inglés para comunicarse dentro del lugar, abriendo espacios en la ciudad para la práctica y vivencia de este idioma en los niveles de principiantes, intermedios, avanzados y nativos de la lengua.

✓ Clasificación de la empresa.

Nuestro proyecto empresa se ha clasificado desde los siguientes aspectos como:

- a. según el tipo de actividad: es una empresa de servicio enfocada hacia el sector de turismo y de tipo comercial en cuanto a la preparación de alimentos y venta de productos ya terminados.
- b. según su forma jurídica: es una sociedad anónima.
- c. según su tamaño: inicialmente estaría en la categoría de las microempresas.
- d. según su ámbito de actuación inicialmente estaríamos hablando de una empresa local, aunque de acuerdo a los resultados obtenidos en un proyecto piloto inicial, se piensa vender la idea al plan nacional de bilingüismo del ministerio de educación nacional para compartirlo a nivel de otras regiones del país.
- e. según la titularidad del capital: freedom sería inicialmente una empresa auto gestionada, pero más adelante con la participación del respaldo de entes

oficiales tales como secretarías de educación y ministerio de educación nacional pasaría a ser de carácter mixto.

f. según la cuota del mercado: el proyecto aspira a ser una empresa especialista para cubrir unas necesidades muy concretas de un segmento muy específico del mercado, llegando a ser líder en este servicio.

g. según su la distribución de sus utilidades: a pesar de funcionar como una empresa con ánimo de lucro, la función social de “Freedom” es absolutamente evidente.

Los factores serían los siguientes y se verían reflejados en los aspectos desarrollados a continuación:

a. Económicamente

Aunque en estos momentos estamos atravesando por un crudo momento de recesión económica, aquellas personas que han estudiado inglés saben que no practicarlo es perder esa gran inversión hecha en formación personal.

Afortunadamente, a pesar de la aparición de nuevas potencias económicas, aún el inglés sigue siendo el idioma universal de los negocios internacionales.

b. Demográfica y socioculturalmente

La música en inglés hace parte de los gustos de un segmento de nuestra sociedad que normalmente son los que mayor actividad cultural desarrolla, es decir, personas en edad universitaria y/o laboral, y nuestro proyecto ofrece la posibilidad de estar en contacto con música en inglés, videos clásicos y algo aún más interesante: interpretación en vivo de la misma.

d. Políticamente

Un factor que beneficia el presente proyecto son las distintas políticas de apertura económica y T.L.C. que de alguna manera obligan a nuestra sociedad a retomar el tema del bilingüismo como elemento imprescindible para mejores posibilidades y condiciones laborales.



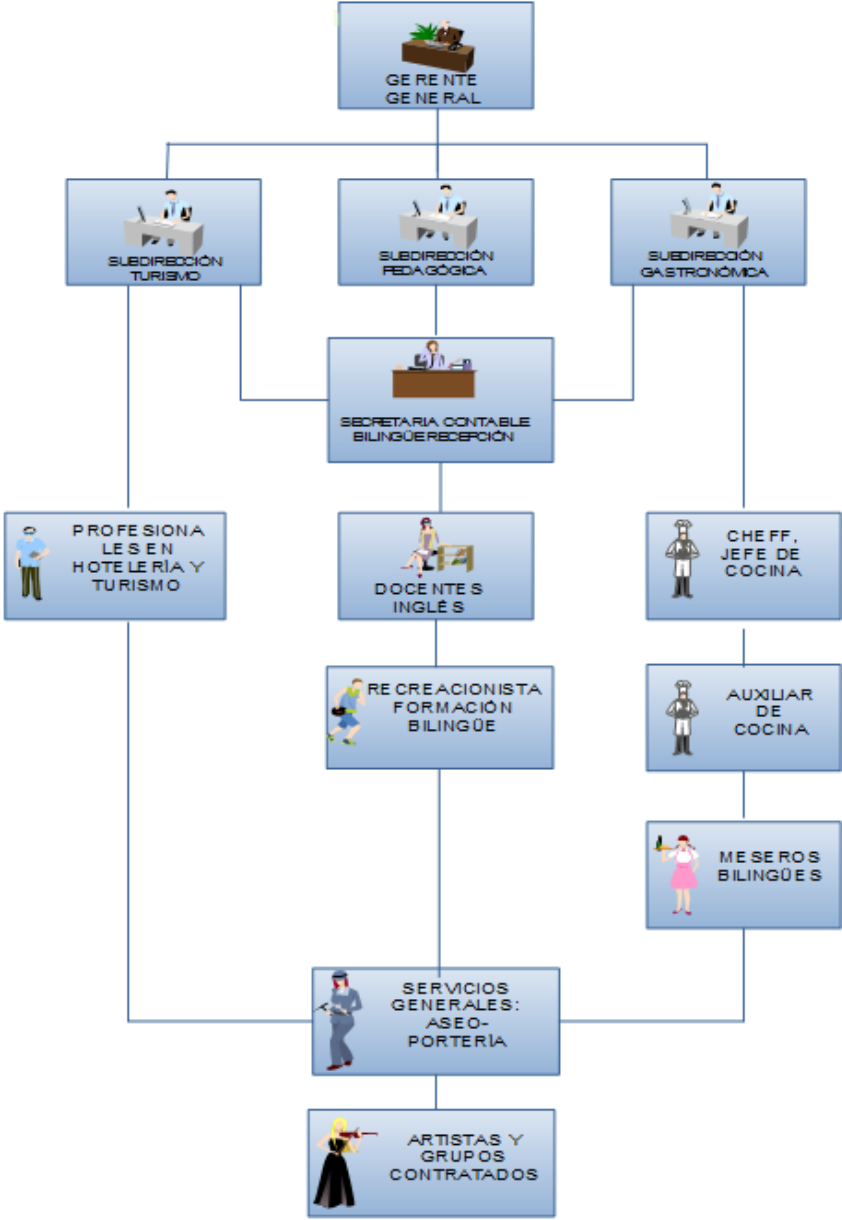
e. Tecnológicamente

Gracias a la tecnología hoy podemos tener acceso a toda la información requerida, pero ésta en su gran mayoría y sin traducciones sesgadas, se encuentra en inglés, nuestro proyecto no sólo ofrece la capacitación en esta lengua, sino además el servicio de traducción de información, a partir de la experiencia de profesionales expertos en vocabulario técnico.

f. Competencia

De acuerdo a los estudios realizados en el área metropolitanos por medio de estudiantes de las principales universidades locales, docentes en el área de inglés y jóvenes en edad escolar y universitaria no existe un establecimiento que ofrezca el servicio en estas condiciones.

ORGANIGRAMA DE "FREEDOM"



✓ Identificar y definir el mercado objetivo.

El proyecto de creación de Café Restaurante Bilingüe, se proyecta a todos los municipios del área metropolitana de la Ciudad de Medellín, a partir de un análisis de estos contextos y ofreciendo un espacio pedagógico para aquellos interesados en tener un acercamiento al idioma inglés.

El proyecto pretende atender primeramente a personas que por razones de tiempo o económicas no tienen acceso a otras alternativas.

El lapso de gestión de este proyecto es de un año y atenderá normalmente desde las 7:00 am hasta las 12:00pm, teniendo en cuenta poder prestar servicios desde desayunos de negocios hasta conciertos nocturnos.

Se ofrecerá alternativas para grupos infantiles que puedan ver películas asesorados por un docente quien pueda facilitar procesos de comprensión.

Teniendo en cuenta otros aspectos se ha considerado que la ciudad de Medellín y el área metropolitana se está convirtiendo en un lugar muy atractivo para el turismo y año tras año nos visitan diferentes personalidades del mundo entero a las diferentes actividades programadas por la ciudad y el departamento; estas personas muchas veces requieren no sólo el acompañamiento, como guía de turismo, sino asesoramiento en cuanto aspectos relacionados con desplazamientos en la ciudad o actividades de tipo oficial o educativo.

✓ Segmentación del producto: Caracterizar claramente al cliente (ubicación geográfica, aspectos demográficos).

Es evidente que el porcentaje de población que más nos obliga a consumir son nuestros hijos bien sean niños o adolescentes y de ellos un factor fundamental es su educación y por qué no, su recreación; Freedom ofrece actividades

lúdicas para que los niños y adolescentes aprendan inglés mientras se divierten.

Otro sector que es objetivo del presente proyecto es el que enmarca a los grupos de escuela que pueden ir al establecimiento a distintas actividades como películas foros, conciertos de música en inglés y celebraciones de proms o despedidas, entres otros.

Igualmente están los estudiantes universitarios de licenciatura en idiomas y un segmento de nuestra sociedad que normalmente son los que mayor actividad cultural desarrolla, es decir, personas en edad universitaria y/o laboral que se sienten atraídos por la música en inglés.

Por otro lado y no menos importante, tenemos a los turistas que a diario llegan a nuestra ciudad bien sea por razones de negocios o de turismo y a quienes se les puede brindar un servicio de tour, acompañamiento e inducción turística a la ciudad.

- ✓ Justificación e importancia del producto, y segmentación realizada a partir de la consulta de fuentes secundarias (estudios, documentos, libros, revistas especializadas).

Su justificación viene radicada desde el aspecto educacional, pues nuestro país y departamento han realizado esfuerzos importantes en el tema del bilingüismo y consideramos que este proyecto puede ser una buena estrategia para contribuir a posicionar este tema, pues mediante él se busca que las personas interactúen dentro de la cotidianidad con el idioma, favoreciendo así la vivencia e interacción éste.

A continuación hacemos referencia a la justificación planteada por el Ministerio Nacional de Educación desde su Plan Nacional de Bilingüismo:

*“Fortalecer el dominio de un idioma extranjero es esencial para cualquier sociedad interesada en hacer parte de dinámicas globales de tipo académico, cultural, económico, etc. El mejoramiento de los niveles de competencia comunicativa en lengua inglesa de una sociedad o población particular conlleva necesariamente al surgimiento de oportunidades para sus ciudadanos, al reconocimiento de otras culturas y al crecimiento individual y colectivo, incrementando las posibilidades de movilidad social y de condiciones más igualitarias para el desarrollo.*

*El reconocimiento de la importancia de una lengua extranjera, en este caso particular el inglés, llevó al Ministerio de Educación Nacional a implementar el Programa Nacional de Bilingüismo como estrategia para el mejoramiento de la calidad de la enseñanza del inglés en Colombia y como una estrategia para la promoción de la competitividad de nuestros ciudadanos.*

*El principal objetivo del Programa Nacional de Bilingüismo es tener ciudadanos y ciudadanas capaces de comunicarse en inglés, con estándares internacionalmente comparables, que inserten al país en los procesos de comunicación universal, en la economía global y en la apertura cultural. Con este propósito, el programa ha venido consolidando estrategias tales como: la definición de estándares de competencia en inglés, la evaluación de competencias en estudiantes, docentes y egresados de las licenciaturas y programas de lenguas, la oferta de programas de mejoramiento para la formación del profesorado tanto en lengua como en metodología de la enseñanza del inglés y la vinculación de nuevas tecnologías y medios para la enseñanza y aprendizaje del inglés.”<sup>3</sup>*

Por otro lado está el aspecto turístico:

---

<sup>3</sup> Ibid., p7

*“Cerca de 580 mil viajeros de otras nacionalidades ingresaron a Colombia entre enero y junio del año 2009. Bogotá se mantuvo como el principal destino de los extranjeros que visitan el país, seguido por Cartagena, Medellín y Cali. Solamente en junio del presente año ingresaron al país 105 mil 466 extranjeros, lo que equivale a un aumento del 5.1 por ciento respecto a los 100 mil 378 visitantes reportados en igual mes del 2007. Por región de procedencia, el 42.5 por ciento de los viajeros llegó a Colombia proveniente de Suramérica, el 29.7 por ciento de Norteamérica y el 16.5 por ciento de la Unión Europea. Y por países, hasta junio llegaron a Colombia 127 mil 778 nacionales de Estados Unidos; 95 mil 204 de Venezuela; 45 mil 689 de Ecuador; 32 mil 820 de Perú; 31 mil 791 de España y 28 mil 678 de México. Entre enero y junio de 2008 visitaron el país un total de 578 mil 707 extranjeros, 17 mil más frente a los primeros seis meses de 2007, cuando entraron al territorio nacional 561 mil 625 personas de otras nacionalidades. En un tercer lugar se ubicó Medellín con 10 mil 454 visitantes de otros países, Cali con 10 mil 408, Barranquilla con 4 mil 247, y San Andrés con 3 mil 879. Fuera de estos crecimientos, en general, el primer lugar de participación lo sigue teniendo Estados Unidos, que se mantuvo con el 19,4%, correspondiente a 57.515 viajeros.”<sup>4</sup>*

A partir de los fundamentos teórico-legales anteriores nuestro proyecto pretende ser una solución a la siguiente situación:

Una de las más grandes dificultades a las que se debe enfrentar cualquier hispano hablante que estudia el idioma inglés es no tener espacios propicios para continuar sus procesos de construcción comunicativa una vez adquiridos ciertos

---

<sup>4</sup> Colombia. Presidencia de la Republica. Ingreso de visitantes extranjeros aumentó 3% en primer semestre. [En línea] Bogotá, 2008. < <http://web.presidencia.gov.co/sp/2008/julio/30/16302008.html> > [Consulta: 4 Nov. 2009].

conceptos. En otras palabras no sirve de nada adquirir herramientas lingüísticas y no practicarlas, pues al poco tiempo habrán sido olvidadas.

El área metropolitana de la ciudad de Medellín no es la excepción frente a esta dificultad, y antes por el contrario, según las estadísticas de las pruebas icfes, es muy bajo el nivel con el que salen los estudiantes de la básica secundaria. Según los estudios realizados por el ministerio de educación a través del Plan Nacional de Bilingüismo, la gran mayoría de los jóvenes bachilleres egresan con un nivel de promedio entre A1 y A2, ahora bien, se han hecho estudios frente al rendimiento de estos mismos estudiantes dos años después de haber continuado sus estudios de educación superior, la carencia de práctica ha bajado notablemente este nivel.

Por lo anterior se hace necesario espacios donde se pueda interactuar con el inglés sin necesidad de dedicar jornadas académicas enteras, pues dicho tiempo normalmente no se tiene para ello y en espacios donde desde diversos pretextos contextuales se dé continuación a procesos de prácticas.

La siguiente tabla trata de recoger una aproximación de los recursos necesarios para el inicio de labores de “Freedom, Restaurant and Pub”

	Insumos, Recursos o condiciones	Especificaciones
	<p>Local cercano a las ofertas gastronómicas de la ciudad y a colegios y universidades, con la posibilidad de crear los dos ambientes. En lo posible con unas dimensiones de 180 metros cuadrados.</p>	<p>Lo ideal sería que éste tuviera la posibilidad de brindar diferentes espacios tales como:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. cocina que cumpla con los requisitos legales establecidos para la manipulación de alimentos.</li> <li>2. comedor (adaptable a salón de eventos, con un escenario)</li> <li>3. recepción (área de pagos, información y secretaría)</li> <li>4. servicios sanitarios</li> <li>5. un aula cómoda para actividades con niños menores de 7 años.</li> <li>6. un laboratorio de multimedia para entrenamiento auditivo y acceso a internet.</li> </ol>
	<p>Dotación de muebles para el servicio de restaurante</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. diez mesas</li> <li>2. cuarenta sillas de comedor</li> </ol>



		3. cinco sillas para bebés
	Dotación de muebles para los espacios pedagógicos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. cinco computadores con todos los dispositivos de internet, audio y video con sus respectivas mesas y sillas, y sistema de conexión.</li> <li>2. diez escritorios unipersonales</li> <li>3. tablero acrílico</li> <li>4. video beam y sistema de proyección</li> </ol>
	Equipos tecnológicos y pedagógicos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. sistema de video beam, pantalla gigante y karaoke</li> <li>2. sistema de sonido con 12 entradas para micrófono e instrumentos</li> </ol>
	Servicios necesarios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. circuito de televisión internacional</li> <li>2. conexión a internet inalámbrico</li> <li>3. suscripciones a periódicos y revistas en inglés</li> <li>4. convenio con grupos musicales en inglés</li> </ol>

	Recurso humano	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chef de gastronomía internacional</li> <li>2. Auxiliar de gastronomía y mesero</li> <li>3. un mesero con formación bilingüe</li> <li>4. una secretaria con formación bilingüe</li> <li>5. un experto en hotelería y turismo con formación bilingüe</li> <li>6. dos docentes en el área de inglés</li> </ol>
	Set de herramientas para gastronomía	Este aspecto debe ser consultado con el experto que será contratado en su momento.
	Dotación de insumos para servicios generales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. implementos de aseo</li> <li>2. accesorio servicio sanitario</li> </ol>

## 5.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 5.2.1. Definición de la muestra probabilística

A partir de una población promedio de 6000 personas con base en los estudiantes de Idiomas de las universidades, estudiantes de colegios bilingües, profesores de inglés del área, turistas y personas aficionadas a la música en inglés o la comida internacional; aplicando la fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 a/2 pq}{Nd^2 + Z^2 a/2 pq}$$

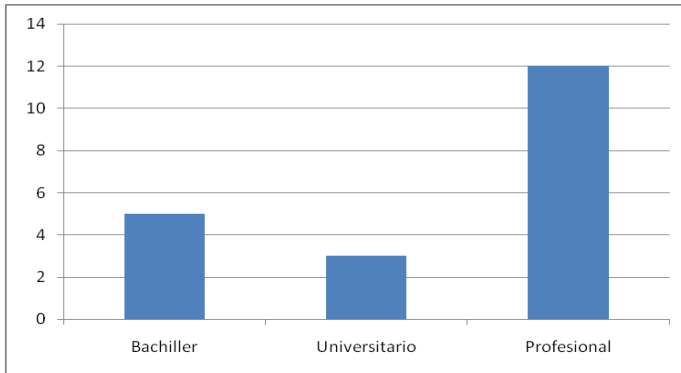
Obtuvimos una muestra exacta de 361 personas para encuestar, lo anterior mediante la aplicación de la teoría del muestreo aleatorio simple.

### 5.2.2. Explicación de la muestra no probabilística

Se realizó la encuesta a un total de 20 personas quienes de alguna u otra forma están involucrados con el tema del inglés desde sus ocupaciones, estudio, familia, entre otras. Se visitaron Escuelas, Colegios y Universidades tanto del sector público como privado de la ciudad de Medellín y el área metropolitana. Se consideró pertinente tomar la muestra directamente de la población objeto, pues el producto o servicio ofrecido es completamente especializado. Se observa que alrededor del tema las personas en general tienen gran apertura y motivación, ya que ven en el bilingüismo la posibilidad de ampliar sus fronteras tanto a nivel intelectual como social.

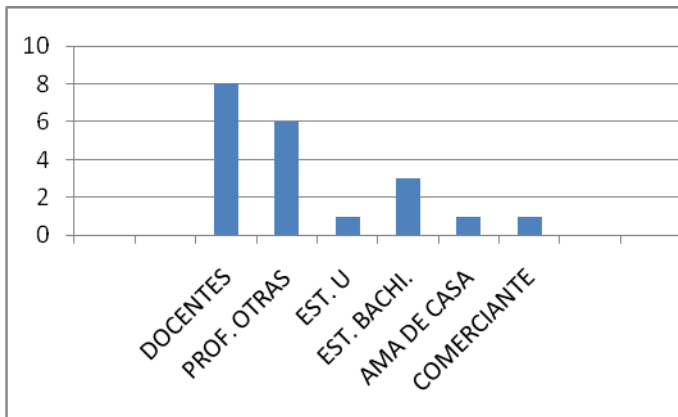
### 5.2.3. Instrumentos de recolección y medición

1.- Escriba una x en el rango que se encuentra:



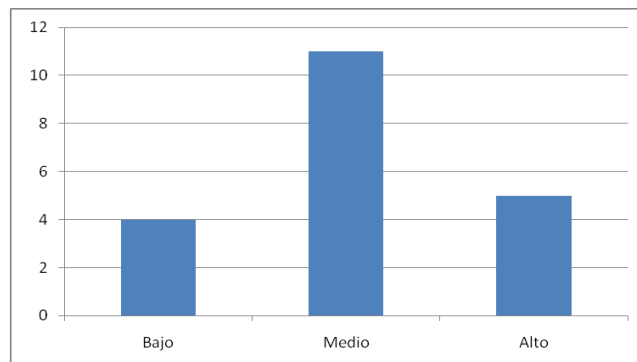
Bachiller	5
Universitario	3
Profesional	12

2.- Escriba su ocupación actual



DOCENTES	8
PROF. OTRAS	6
EST. U	1
EST. BACHI.	3
AMA DE CASA	1
COMERCIANTE	1

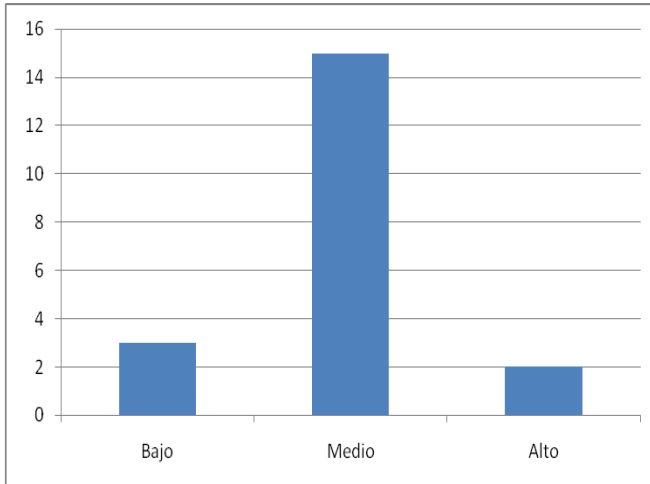
3.1- Clasifique su nivel de ingles en el aspecto de lectura:



Bajo	4
Medio	11
Alto	5

3.2- Clasifique su nivel de ingles en el aspecto de escritura:

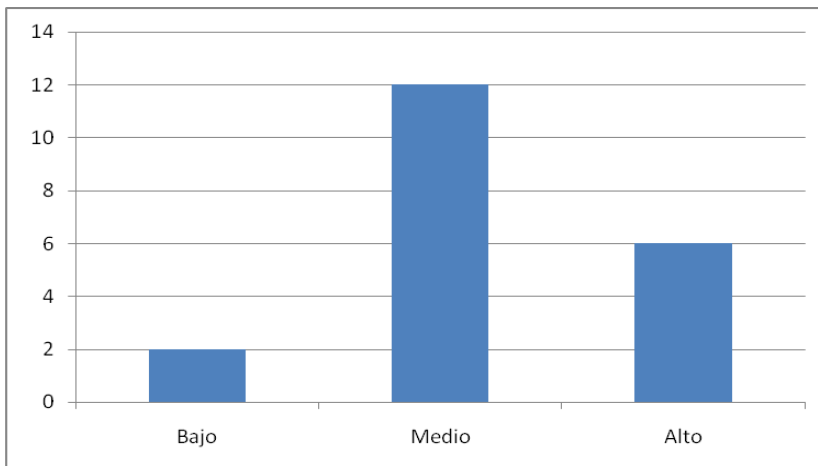
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



Bajo	3
Medio	15
Alto	2

3.3- Clasifique su nivel de ingles en el aspecto de pronunciación:

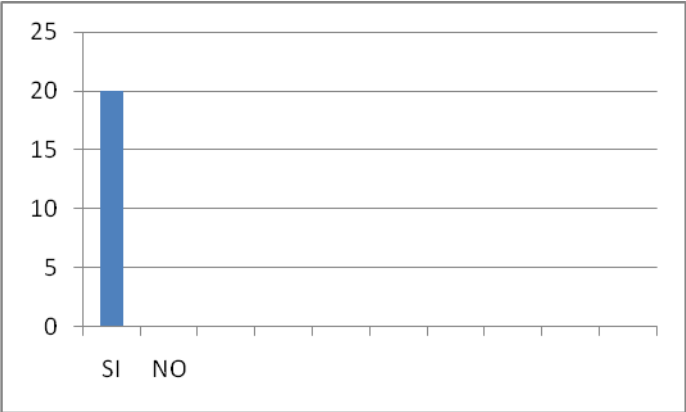
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



Bajo	2
Medio	12
Alto	6

4.- Considera que hablar ingles se ha convertido en una necesidad social en el mundo entero y en especial en el área metropolitana.

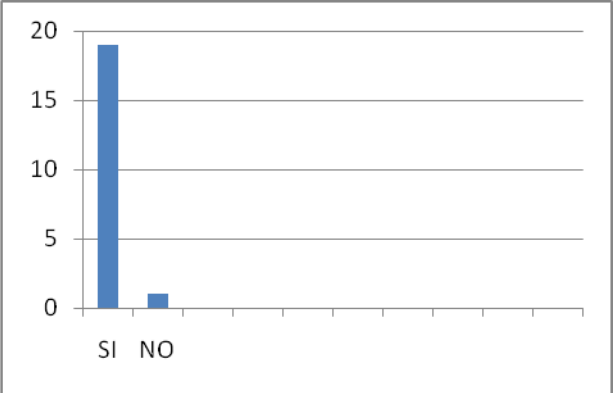
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



SI	20
NO	0

5.- Ha tenido o tiene en la actualidad algún contacto con el idioma en una o varias facetas de su vida (estudio, trabajo, familia u otros).

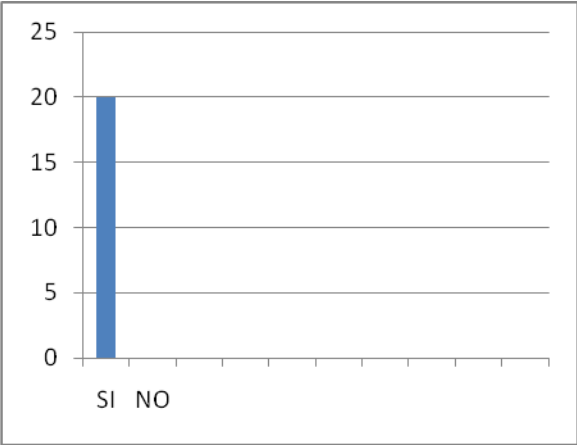
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



SI	19
NO	1

6.- Considera que es importante crear espacios para hablar el idioma, ingles sin importar el nivel o conocimiento que de él se tenga.

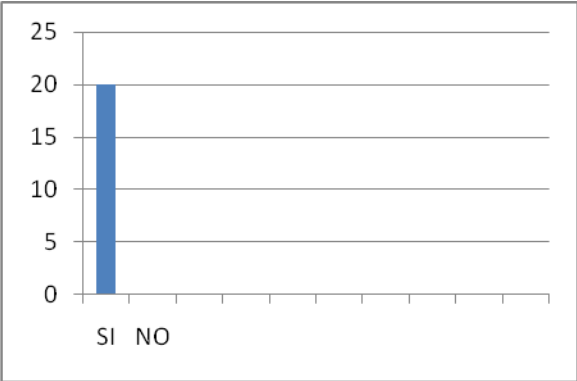
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



SI	20
NO	0

7.- La oferta gastronómica de la ciudad debería ofrecer espacios de bilingüismo tanto para extranjeros como para habitantes del área metropolitana con el ánimo de practicar y fortalecer las habilidades adquiridas.

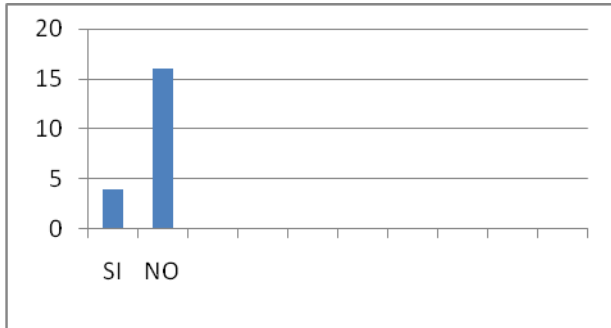
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



SI	20
NO	0

8.- Conoce en la actualidad un lugar para el disfrute y la practica vivencial del idioma ingles dentro de la ciudad.

Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:

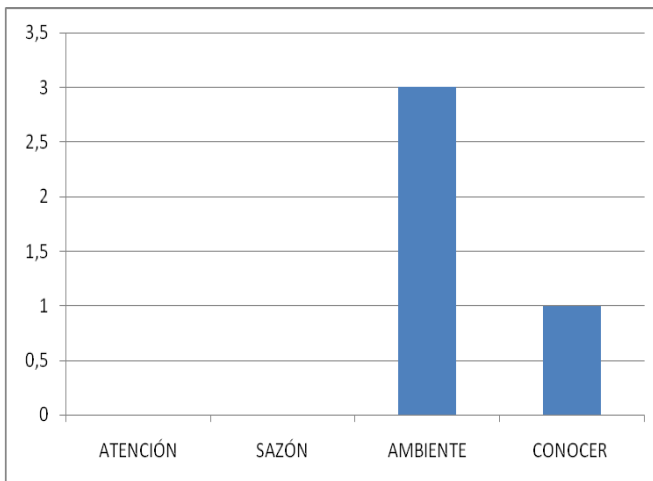


SI	4
NO	16

9.- Si es positiva su respuesta ¿Qué le gusta del sitio? :

- a. Su atención.
- b. Su sazón.
- c. El ambiente y la posibilidad de comunicar sus ideas en ingles.
- d. La posibilidad de conocer otras personas y valorar otras culturas.

Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



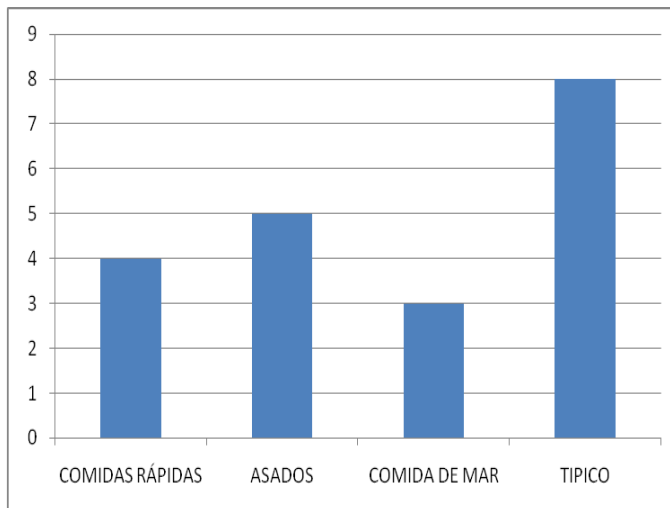
ATENCIÓN	0
SAZÓN	0
AMBIENTE	3
CONOCER	1



10.- Que tipos de platos con una sazón muy colombiana recomendaría a las personas en general:

- a. Comidas rápidas.
- b. Asados y barbicue.
- c. Comida de mar.
- d. Comidas típicas nacionales e internacionales.

Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:

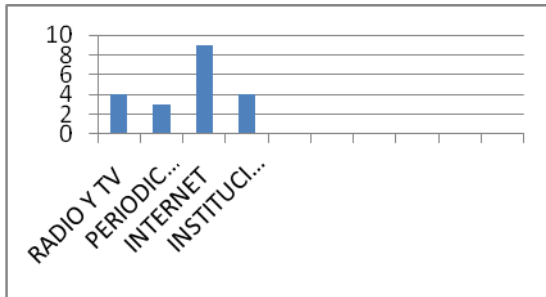


COMIDAS RÁPIDAS	4
ASADOS	5
COMIDA DE MAR	3
TÍPICO	8

11.- Como se informaría de este tipo de sitios:

- a. Radio y televisión.
- b. Periódicos y revistas.
- c. Internet.
- d. Por medio de instituciones culturales y educativas.

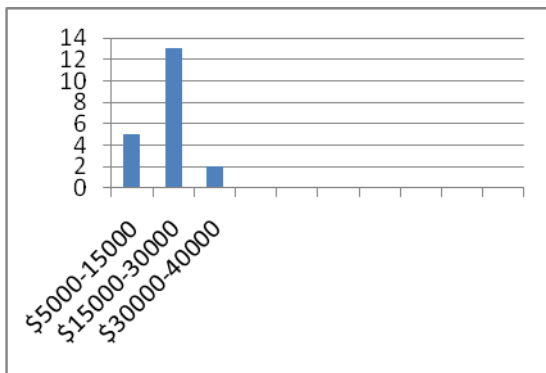
Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



RADIO Y TV	4
PERIODICOS	3
INTERNET	9
INSTITUCIONES	4

12.- Que rango considera ajustado a sus posibilidades dentro de un menú:

Los resultados a la pregunta anterior fueron los siguientes:



\$5000-15000	5
\$15000-30000	13
\$30000-40000	2

## Conclusiones

- ✓ Las personas encuestadas presentan en su gran mayoría un nivel de inglés en las habilidades de lectura, escritura y pronunciación en un nivel medio que deben ir perfeccionando y practicando.
- ✓ El 100% de las personas encuestadas considera que el inglés se ha convertido en una necesidad social en el mundo entero, en especial en el área metropolitana.
- ✓ Un 95% de las personas mantienen en la actualidad contacto con el idioma dentro de sus actividades diarias (estudio, trabajo, familia, otros).
- ✓ El 100% de las personas considera que es importante crear espacios para la comunicación en inglés con el ánimo de practicarlo y vivenciarlo y que además

la oferta gastronómica de la ciudad debería ofrecer estos espacios de una manera pedagógica y mas didáctica.

- ✓ Solo el 20 % conoce espacios en la ciudad donde el personal de atención podría atender personas de habla inglesa. Y lo frecuentan por el ambiente y por la posibilidad de conocer otras personas y de aprender de otras culturas.
- ✓ La preferencia de los encuestados en cuanto a la variedad de platos es muy amplia pero sobresale el gusto por la comida típica tanto nacional como internacional.
- ✓ La información o publicidad que se puede tener de este tipo de espacios la encabeza el internet, seguida de radio-televisión y prensa escrita.
- ✓ Dentro de los precios ajustados a las posibilidades de los clientes se pueden destacar dos aspectos:
  1. Los estudiantes encuestados señalan un presupuesto entre los \$5000-\$15000.
  2. Los adultos o profesionales señalan en su gran mayoría un presupuesto entre \$15000-\$30000.

### 5.3. PLAN DE MERCADO

#### a. Producto

Más específicamente, “**freedom restaurant and pub**” es un café restaurante de cocina internacional atendido por personas de habla inglesa, dirigido a dos clases de públicos: en primer lugar la población que se identifica con la lengua inglesa, es decir, profesores, intérpretes y estudiantes de inglés, quienes carecen de espacios donde se pueda practicar, perfeccionar e interactuar a partir de esta lengua; a partir de lo anterior este establecimiento se proyecta como un espacio pedagógico propicio para lograr aprendizajes significativos desde la teoría de las pedagogías activas, es decir, aprender haciendo. De otro lado está la

población fluctuante de turistas extranjeros de habla inglesa, quienes visitan nuestra ciudad bien sea por razones de negocios, asistencia a eventos o simplemente por turismo y requieren de las facilidades de un lugar donde se puedan comunicar en su lengua natal, conseguir personal dispuesto a colaborar durante su estadía en la ciudad a cambio del intercambio cultural lingüístico. El sitio como café y restaurante tendrá sus puertas abiertas para ofrecer una representativa gama de cocina internacional y se ubicará estratégicamente cerca a epicentros bilingües tales como universidades y colegios bilingües.

#### b. Precio

De acuerdo a nuestro estudio de mercadeo hemos definido algunos precios en la siguiente tabla; aunque hay algunos servicios que varían mucho de condiciones externas y de los valores acordados con los empleados contratados

Producto	Cliente	Precio en pesos
Comidas Internacionales y Típicas Colombianas	Adultos y Extranjeros	Oscilarían entre 30.000 – 40.000 Teniendo en cuenta que depende del plato.
Bebidas, Snacks y Comida Chatarra	Especialmente a niños y adolescentes	Precios estándares muy al alcance de sus posibilidades. Rango entre 500 -5.000
Conferencias, Charlas, Cineforos, performances y monólogos de crítica y humor en inglés	Adultos	15.000 – 25.000
Conciertos de Música en	Adultos y Adolescentes	10.000 – 25.000

Inglés	mayores de 14	
Hora de adiestramiento multimedia	Todos	3.000
Visita de inmersión bilingüe con merienda incluida	Público Escolar	10.000
Tour de Inducción Cultural y Acompañamiento Turístico (sin incluir transporte y consumos)	Público Extranjero	30.000
Alquiler del Salón Principal para eventos sociales	Todos	¿?

#### c. Plaza

Nuestro servicio es un producto no tangible que nosotros no podemos hacer llegar al cliente de manera concreta, a un espacio diferente del punto directo de venta y tampoco podemos ofrecerlo por medio de intermediarios. Por lo anterior nuestra plaza el punto de venta directo que en este caso es el lugar físico donde funcionarán las instalaciones de “Freedom, Restaurant and Pub”

#### d. Promoción

- Definir los mecanismos y medios de publicidad, promoción y relaciones públicas del producto.

Inicialmente el mecanismo será visitar instituciones educativas donde sabemos de la presencia laboral de colegas docentes en el área de inglés y ofrecerles el servicio como una alternativa de hacer pedagogías activas. Luego por referencias estratégicas se ofrecerá el servicio a las instituciones bilingües del área en general así como instituciones superiores.

Se distribuirán paquetes publicitarios a las distintas instituciones con todas las facilidades para grupos y escolares y con las temáticas que se pueden escoger. En cuanto a relaciones públicas se hará contactos con entes como Centro de Convenciones Plaza Mayor para estar al tanto de la agenda de eventos que convoquen a extranjeros de habla inglesa para ofrecerles paquetes de servicios. Una vez funcionando el restaurante se ofrecerán actividades culturales como valor agregado que nos ayuden a crear un público de determinados intereses culturales y musicales y de esta forma por referencia persona a persona, se posicionará el establecimiento de manera cultural y gastronómica.

### **Conclusiones**

Con el presente trabajo se ha logrado adquirir las estrategias para determinar el mercado real del proyecto “Freedom, Restaurant and Pub”, determinando una segmentación precisa y caracterizando el servicio a ofrecer dentro de los deseos o necesidades del mercado potencial.

## 6. ESTUDIO LEGAL DEL PROYECTO

“**Freedom**” Restaurant and pub, es una sociedad dedicada a una actividad comercial de la que se persigue un núcleo o ganancia que se reparte entre los socios, de acuerdo con la proporción de sus aportes. “**Freedom**” Restaurant and pub, será una sociedad por acciones simplificada.

### 6.1. TIPO DE EMPRESA

#### **Sociedad por Acciones Simplificadas**

Esta sociedad se identifica con la denominación o razón social que determinamos los socios, “**Freedom**” Restaurant and pub, seguida de la palabra “Sociedad Anónima Simplificada” o su abreviatura “S.A.S”. En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes. Art 353 de la Cámara de Comercio). Así nuestro establecimiento quedará registrado como **Freedom** Restaurant and pub S.A.S.

Es importante cumplir con la regla antes descrita, los socios somos responsables solidarios e ilimitadamente frente a terceros. En cuanto a la responsabilidad, cada socio responde, hasta por el valor de su aporte pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, prestaciones, asesorías o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuantía, duración y modalidades. Nuestra empresa iniciará sus labores con dos socios; el capital está dividido en porcentajes de acciones de igual valor que serán pagadas en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo.

La administración de los negocios y la representación de la sociedad “**Freedom**” Restaurant and pub nos corresponden como socios quienes podemos disponer en cuanto a que la representación recaiga solo en alguno o algunos o en un tercero. En nuestro caso específico, el capital será de igual cuantía para la iniciación de la actividad, así cada socio tiene tantos votos como porcentaje en la compañía, es decir, para la toma de decisiones debe existir común acuerdo entre nosotros como socios.

Es importante anotar, que cuando existan más socios, las decisiones deberán ser tomadas por un número plural de ellos que represente la mayoría absoluta es decir, la mitad más uno del porcentaje en que se halle dividido el capital de la compañía, aunque se puede pactar en los estatutos una mayoría superior a la absoluta para la toma de determinadas decisiones. Las reformas estatutarias deben aprobarse con el voto favorable de un número plural de socios que represente mínimo el setenta por ciento del porcentaje en que se divide el capital social salvo que se estipule una mayoría superior en los estatutos.

## **6.2. ACTO UNILATERAL CONSTITUTIVO DE LA SAS**

En la ciudad de Medellín, departamento de Antioquia, república de Colombia, a los quince días del mes de abril de 2010, comparecieron, Jorge Orley Córdoba Jaramillo, Gabriel Castillo Colon, mayores de edad y domiciliados en la ciudad de Medellín con dirección Carrera 49ª No 83 37, Carrera 50 No 56-21 con sociedad conyugal vigente, identificados con la cédula de ciudadanía No. 71339685 72186835, en su orden, quienes manifestaron que por medio del presente instrumento público han decidido constituir una sociedad por acciones simplificada: con fundamento en la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, que tendrá como domicilio principal la ciudad de Itagüí. Con un capital de 70 millones de pesos.



### **6.3. ESTATUTOS**

**ART.1°.** Son socios de la compañía comercial que por este documento privado se constituye, los señores (as) Jorge Orley Córdoba Jaramillo y Gabriel Castillo Colon.

**ART.2°.** La sociedad será de responsabilidad limitada y girará bajo la denominación social “**Freedom**” Restaurant and pub S.A.S.

**ART.3°.** El domicilio de la sociedad será la ciudad de Itagüí-Antioquia, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del País o del exterior, por disposición de la junta general de socios y con arreglo a la ley.

**ART. 4°.** La sociedad tendrá como objeto principal, las siguientes actividades: Preparación y venta de comidas Internacionales y típicas Colombianas, Preparación y venta de Bebidas y Snacks, servicios de conferencias, charlas, cineforos, performances y monólogos de crítica y humor en inglés, para diferentes tipos de instituciones educativas o grupos de personas que deseen el servicio, servicios de conciertos de música en Inglés para diferentes tipos de instituciones educativas o grupos de personas, servicio pedagógico de adiestramiento multimedia, servicio pedagógico de visita de inmersión bilingüe, servicio de Tour de Inducción Cultural y acompañamiento turístico para extranjeros.

**ART.5°.** El capital de la sociedad es la suma de SETENTA MILLONES DE PESOS MONEDA LEGAL COLOMBIANA (\$70'000.000.), Los aportes de los asociados serán en dinero y tendrá la siguiente disposición: Jorge Orley Córdoba Jaramillo por la cuantía de \$ 35.000.000 y le corresponderá el 50% de las acciones, Gabriel Castillo Colon realizará aportes por la cuantía de \$ 35.000.000 y le corresponderá el 50% de las acciones.

**PAR.** La responsabilidad de todos y cada uno de los socios está limitada hasta el monto de sus aportes.

**ART. 6°.** La sociedad podrá aumentar su capital por nuevos aportes de sus socios o por admisión de nuevos socios o por acumulación de partidas no inferiores a dos millones de pesos (\$2'000.000 tomados de las utilidades que produzca la sociedad y por determinación mayoritaria de los socios. Siempre que haya el aumento, la sociedad reformará sus estatutos.

**ART. 7°.** Ninguno de sus socios tiene su porcentaje representadas en títulos, ni son negociables en el mercado accionario, pero si podrán cederse, previa aprobación de la Junta de Socios. Toda cesión implica una reforma estatutaria y la escritura será otorgada por el representante legal, cedente y el cesionario.

**ART. 8.** El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito a fin de que dentro de los quince días hábiles siguientes al traslado manifiesten si tienen interés en adquirirlas. Transcurrido este lapso los socios que acepten la oferta tendrán derecho a tomarlas a prorrata de las cuotas que posean. En caso de que alguno o algunos no las tomen, su derecho acrecerá a los demás, también a prorrata. El precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresan en la oferta.

**ART. 9.** Si los socios interesados en adquirir las cuotas discreparen respecto del precio o plazo, se designarán peritos, conforme al procedimiento que indique la ley para que fijen uno u otro. El justo precio y el plazo determinados serán obligados por las partes. Sin embargo, éstas podrán convenir en que las condiciones de la oferta sean definitivas si fueren más favorables a los presuntos cesionarios que las fijadas por los peritos.

**ART. 10.** Si ningún socio manifiesta interés en adquirir las cuotas dentro del plazo señalado en el artículo 8°, ni se obtiene el voto de la mayoría 60% de las cuotas en que se divide el capital social para el ingreso de un extraño, la sociedad presentará por conducto de su representante legal, dentro de los sesenta días

hábiles siguientes a la petición del cedente, una o más personas que las adquieran, aplicando para el caso las normas que antes se han expresado. Si dentro de los veinte días hábiles siguientes no se perfecciona la cesión, los socios optarán por decretar la disolución de la sociedad o la exclusión del socio interesado en ceder las cuotas, las que se liquidarán en las formas indicadas en los artículos anteriores.

**ART. 11.** LA dirección y administración de la sociedad estará a cargo de los siguientes órganos:

- a- La junta general de socios;
- b- El gerente; y
- c- Subgerente.

**ART. 12.** La junta general la integran los socios reunidos con el quórum y demás condiciones establecidas en los estatutos y en la ley.

Sus reuniones serán ordinarias o extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los tres (3) primeros meses de cada año, por convocatoria hecha por el gerente o el 20% de los socios de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada uno de los socios con quince (15) días hábiles de anticipación y su objeto será tratar y examinar cualquier situación relacionada con el giro normal de los negocios sociales.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, la convocatoria para este tipo de reuniones se hará en la misma forma prevista para las reuniones ordinarias pero con una antelación de cinco (10) días comunes.

**ART. 13.** Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión mediante comunicación escrita enviada al representante legal antes, durante o después de la sesión correspondiente.

**ART. 14.** Habrá quórum para deliberar tanto en las sesiones ordinarias como extraordinarias con un número plural de socios que representen 60 % del porcentaje en que se encuentra dividido el capital social, salvo que la ley o los estatutos establezcan otra cosa. Con la misma salvedad, las reformas estatutarias se adoptarán con el voto favorable de un número plural de socios que representen el 60% del porcentaje correspondiente al capital social. Para estos efectos, cada porcentaje dará derecho a un voto, sin restricción alguna. Además los accionistas podrán fraccionar su voto si así fuese su voluntad.

**ART. 15.** Son funciones de la junta general de socios:

- a- Estudiar y aprobar las reformas a los estatutos sociales.
- b- Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deba rendir el gerente.
- c- Disponer de las utilidades sociales conforme a lo revisto en los estatutos y en la ley.
- d- Elegir y remover libremente al Gerente Y al Subgerente.
- e- Constituir las reservas que deba hacer la sociedad.
- f- Resolver todo lo relativo a la cesión de cuotas así como la admisión de nuevos socios.
- g- Los demás que le asigne la ley y los estatutos.

**ART. 16.** El gerente es el representante legal de la sociedad con facultades, por lo tanto para ejecutar todos los actos y contratos que se relacionen con el giro ordinario de los negocios sociales. En especial, el gerente tendrá las siguientes atribuciones:

- a- Usar la firma y la denominación social de la empresa.
- b- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la junta de socios.
- c- Designar los empleados que requiera el normal funcionamiento de la sociedad y fijarles su remuneración.
- d- Celebrar en nombre de la sociedad todos los actos y contratos relacionados con el correcto desarrollo del objeto social.
- e- Presentar un informe de su gestión a la junta general de socios.
- f- Representar judicial y extrajudicialmente a la sociedad en toda gestión, diligencia o negocio
- g- Constituir los apoderados a que hubiere lugar.
- h- Convocar a la junta general de socios.

**PAR.** El gerente requerirá autorización previa de la junta general de socios para la ejecución de todo acto o contrato que exceda de veinte (20) salarios mínimos legales vigentes.

**ART.17.** La sociedad tendrá también un Subgerente que remplazará en sus faltas absolutas o temporales al Gerente, cumpliendo las mismas funciones o atribuciones delegadas al gerente en el artículo anterior.

**ART. 18.** Anualmente el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas y se hará el inventario y el balance general de fin de ejercicio que, junto con el respectivo estado de ganancias y pérdidas, el informe del gerente y un proyecto de distribución de utilidades, se presentará por este a consideración de la junta general de socios.

**ART. 19.** La sociedad formará una reserva legal con diez por ciento (10%) de las utilidades liquidas de cada ejercicio, hasta completar el cincuenta por ciento (50%) del capital social. En caso de que este último porcentaje disminuyere por cualquier causa, la sociedad deberá seguir apropiando el mismo 10% de las utilidades liquidas de los ejercicios siguientes hasta cuando la reserva legal alcance nuevamente el límite fijado.

**ART.20.** La junta general de socios podrá constituir reservas ocasionales, siempre que tengan una destinación específica y estén debidamente justificadas, sin embargo antes de constituir cualquier reserva se harán las apropiaciones necesarias para atener el pago de impuestos y deducciones que estime la ley.

**ART. 21:** En caso de pérdidas, estas se conjugarán con las reservas que se hayan constituido para este fin, en su defecto, con la reserva legal.

**ART. 22:** La sociedad tendrá una duración indeterminada, pero se podrá disolver por las siguientes causas:

- Por imposibilidad de cumplir el objeto social.
- Por el aumento del número de socios a más del establecido por la ley.
- Por mutuo acuerdo.
- Por decisión de la autoridad competente.
- Por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50%.
- Por las establecidas por la ley para este tipo de sociedades.

**ART. 23:** Disuelta la sociedad se procederá de inmediato a su liquidación, en la forma indicada en la ley; En consecuencia no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto social y conservará su capacidad jurídica únicamente para los aspectos necesarios a la inmediata liquidación. Una vez disuelta la sociedad se adicionará a su razón social la expresión “EN LIQUIDACIÓN”.

**ART. 24:** La liquidación del patrimonio social la hará la persona que figure inscrita como representante legal en el registro que para el efecto lleva la Cámara de Comercio.

**ART. 25.** Mientras no se haya cancelado el pasivo externo de la sociedad, no podrá distribuirse suma alguna entre los socios y el pago de las obligaciones se hará observando las disposiciones legales sobre prelación de créditos.

Pagado el pasivo externo de la sociedad se distribuirá el remanente de los activos sociales se distribuirá entre los socios a prorrata de sus aportes.

**ART. 26.** Hecha la liquidación de lo que a cada uno de los socios le corresponda, los liquidadores convocarán a la junta general de socios, para que apruebe las cuentas y el acta correspondiente, esta decisión podrá adoptarse con el voto favorable de la mayoría de los socios que concurren, cualquiera que sea el porcentaje que representen en la sociedad.

Aprobada la cuenta final de liquidación, se entregará a cada socio lo que le corresponda.

**ART. 27.** Toda diferencia o controversia relativa a este contrato, a su ejecución y liquidación, se someterá a conciliación entre las partes en litigio; para ello se acudiría a cualquier centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio o en otra instancia mediante la superintendencia de sociedades mediante proceso verbal sumario.

**ART. 28.** Los socios acuerdan nombrar como **Gerente** a Gabriel Castillo Colon mayor de edad, identificada con la cédula de ciudadanía número 72186835 y como **Subgerente** a Jorge Orley Córdoba Jaramillo. Mayor de edad, identificada con la cédula de ciudadanía número 71339685. Las anteriormente designadas aceptaron los cargos y juraron con cumplir a cabalidad sus funciones.

## **6.4. ESTUDIO CUALITATIVO DE RIESGO**

PROYECTO:

“Freedom restaurant and pub”

Creación de un café restaurante bilingüe como espacio pedagógico para el Área Metropolitana del Valle de Aburra.

### **6.4.1. Objetivo general del estudio cualitativo de riesgo**

Formular con base en la información disponible, un análisis cualitativo de los posibles riesgos que afecten al proyecto “Freedom restaurant and pub”, el cual se describe como un café restaurante de cocina internacional atendido por personas de habla inglesa, dirigido a dos clases de públicos: en primer lugar la población que se identifica con la lengua inglesa, es decir, profesores, intérpretes y estudiantes de inglés, quienes carecen de espacios donde se pueda practicar, perfeccionar e interactuar a partir de esta lengua; con base en lo anterior, este establecimiento se proyecta como un espacio pedagógico propicio para lograr aprendizajes significativos desde la teoría de las pedagogías activas, es decir, aprender haciendo. De otro lado está la población fluctuante de turistas extranjeros de habla inglesa, quienes visitan nuestra ciudad bien sea por razones de negocios, asistencia a eventos o simplemente por turismo y requieren de las facilidades de un lugar donde se puedan comunicar en su lengua natal y conseguir personal dispuesto a colaborar durante su estadía en la ciudad a cambio del intercambio cultural lingüístico.



## **6.4.2. Identificación de riesgos**

### **a. REVISIÓN DE DOCUMENTOS**

#### **i. INFORMACIÓN HISTÓRICA**

En tiempos de globalización, el país necesita desarrollar la capacidad de sus ciudadanos para manejar al menos una lengua extranjera. En este contexto, el Ministerio de Educación Nacional formula el Programa Nacional de Bilingüismo 2004-2019, que incluye los nuevos Estándares de competencia comunicativa en lengua extranjera: inglés.

Con el Marco Común Europeo como referente nacional e internacional, el programa se propone elevar la competencia comunicativa en inglés en todo el sistema educativo y fortalecer la competitividad nacional. En esta tarea juegan un papel decisivo los docentes y las instituciones educativas, públicas y privadas, y todos los niveles que hacen parte del sistema: desde el Preescolar hasta el Superior.

El Ministerio ha tomado la iniciativa desde su ámbito. Sin embargo, es necesario el compromiso de diversos sectores, entre ellos los de comercio, cultura y comunicaciones, que estén dispuestos a enfrentar con nosotros el nuevo desafío de Colombia.

El gobierno nacional en cabeza del ministerio nacional más específicamente desde la subdirección de bilingüismo nacional han liderado una serie de esfuerzos con el ánimo de garantizar en el país un mejor desempeño en las habilidades comunicativas del idioma tanto de estudiantes como docentes, brindándoles una serie de estrategias de formación y cualificación permanentes procurando unos desempeños básicos para ir mejorando paulatinamente.

Es importante destacar que el proyecto concatena muy bien estos esfuerzos en el sentido que brinda la posibilidad práctica y real de vivencia del idioma en un contexto específico, pues crea la excusa perfecta para comunicar ideas dentro de un ambiente que favorece la espontaneidad y la práctica comunicativa, integrando diferentes sectores como el comercio, la educación, la recreación y el aprendizaje espontáneo.

El Enfoque natural es una propuesta de enseñanza de lenguas que incorpora los principios naturalistas identificados en los estudios sobre la adquisición de segundas lenguas. El aprendizaje se plantea mediante el uso de la lengua a aprender, en situaciones comunicativas, sin recurrir a la primera lengua ni a un análisis gramatical. Este enfoque otorga especial importancia a la comprensión y comunicación del significado de los enunciados y promueve la creación de un ambiente de aprendizaje adecuado.

Esta propuesta fue presentada por T. Terrell en 1977 a partir de su experiencia como profesora de español en California. T. Terrell y S. Krashen publican en 1983 *The Natural Approach*, libro que contiene una parte teórica con los principios y teorías sobre la adquisición de segundas lenguas y otra parte práctica con las técnicas y procedimientos de aula que propone este enfoque.

El Enfoque natural atribuye a la comunicación la función más importante de la lengua y, consecuentemente, se centra en la enseñanza de las habilidades comunicativas. El significado se convierte en el centro de atención, se acentúa la importancia del vocabulario y se desplaza la gramática a un plano secundario. El léxico se considera fundamental en la construcción e interpretación de enunciados.

Desde principios de los noventa se viene trabajando el método natural en Colombia, pues presenta unos antecedentes bien interesantes en los nacionales que por diferentes razones se mudaron durante varios años a países de habla inglesa y quienes por interactuar en contextos donde sólo se maneja el idioma fueron adquiriendo una serie de habilidades en la escucha y pronunciación. La exposición natural a un idioma hace que se adquieran ciertas habilidades comunicativas, como se adquirieron en nuestra niñez el idioma que hablamos, pues el contexto es fundamental para adquirir hábitos comunicativos, debido a que es con lo que nuestro cerebro tiene mayor relación para representar las ideas que del mundo que tenemos.

## ii. INFORMACIÓN PUBLICADA

A continuación hacemos referencia a la información planteada por el Ministerio Nacional de Educación desde su Plan Nacional de Bilingüismo:

*“Fortalecer el dominio de un idioma extranjero es esencial para cualquier sociedad interesada en hacer parte de dinámicas globales de tipo académico, cultural, económico, etc. El mejoramiento de los niveles de competencia comunicativa en lengua inglesa de una sociedad o población particular conlleva necesariamente al surgimiento de oportunidades para sus ciudadanos, al reconocimiento de otras culturas y al crecimiento individual y colectivo, incrementando las posibilidades de movilidad social y de condiciones más igualitarias para el desarrollo.*

*El reconocimiento de la importancia de una lengua extranjera, en este caso particular el inglés, llevó al Ministerio de Educación Nacional a implementar el Programa Nacional de Bilingüismo como estrategia para el mejoramiento de la*

*calidad de la enseñanza del inglés en Colombia y como una estrategia para la promoción de la competitividad de nuestros ciudadanos.*

*El principal objetivo del Programa Nacional de Bilingüismo es tener ciudadanos y ciudadanas capaces de comunicarse en inglés, con estándares internacionalmente comparables, que inserten al país en los procesos de comunicación universal, en la economía global y en la apertura cultural. Con este propósito, el programa ha venido consolidando estrategias tales como: la definición de estándares de competencia en inglés, la evaluación de competencias en estudiantes, docentes y egresados de las licenciaturas y programas de lenguas, la oferta de programas de mejoramiento para la formación del profesorado tanto en lengua como en metodología de la enseñanza del inglés y la vinculación de nuevas tecnologías y medios para la enseñanza y aprendizaje del inglés.”<sup>5</sup>*

El departamento de Antioquia en los últimos años se ha convertido en un foco importante del turismo, ya sea por las diferentes ferias, convenciones o eventos, como por los atractivos arquitectónicos y turísticos de las diferentes ciudades que conforman el área metropolitana. Por tal razón la ciudad debe estar dispuesta a favorecer las diferencias culturales como una manera de ofrecer las propias. En la actualidad el departamento de Antioquia es un escenario perfecto para ofrecer alternativas novedosas de diversión y esparcimiento a los visitantes, pues goza de muy buena acogida para los turistas, que diariamente desean verse sorprendidos por la apertura y disposición que la ciudad tiene para ofrecerles.

---

<sup>5</sup> Ibid., p7

b. TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN  
i. TORMENTA DE IDEAS

A continuación formulamos una lista de posibles riesgos, determinados de acuerdo a la experiencia docente de los responsables de este proyecto:

1. Ausencia de respaldo por parte de secretarías de educación y ministerio nacional de educación
2. Liquidez – endeudamiento
3. Situación económica a nivel nacional
4. Altos costos de mano de obra calificada para el proyecto
5. Carencia de población con el perfil laboral adecuado y preciso
6. Desmotivación de los estudiantes de secundaria hacia el inglés por las inadecuadas metodologías previamente
7. Concepto generalizado en el imaginario colectivo del inalcanzable grado de dificultad de la pronunciación de la lengua inglesa
8. Dificultad económica de encontrar un lugar adecuado en cuanto a espacio y ubicación geográfica
9. Altos costos de los materiales didácticos requeridos debido a su carencia en nuestro medio y la necesidad de importarlos desde fuera del país
10. Altos niveles de inseguridad reflejados en la prevención de los padres en dejar asistir a sus hijos a establecimientos en sectores cercanos a universidades e institutos superiores
11. Dificultad para hacer llegar la publicidad adecuada a los clientes potenciales precisos
12. Altos niveles de inseguridad reflejados en la desaceleración de la actividad turística en el país y específicamente en el área metropolitana

## ii. ANÁLISIS DOFA

### DEBILIDADES

1. Baja capacidad de endeudamiento de los socios
2. Ubicación geográfica del negocio para atender nuestros clientes potenciales siendo tan diversos
3. Carencia de mano de obra calificada
4. El material requerido es muy específico y se debería importar

### OPORTUNIDADES

1. Plan nacional de bilingüismo del MEN
2. La implementación del TLC
3. Las nuevas políticas nacionales, departamentales y municipales bilingües con el proyecto frente a la apertura económica
4. Alto índice de eventos internacionales que se realizan en la ciudad

### FORTALEZAS

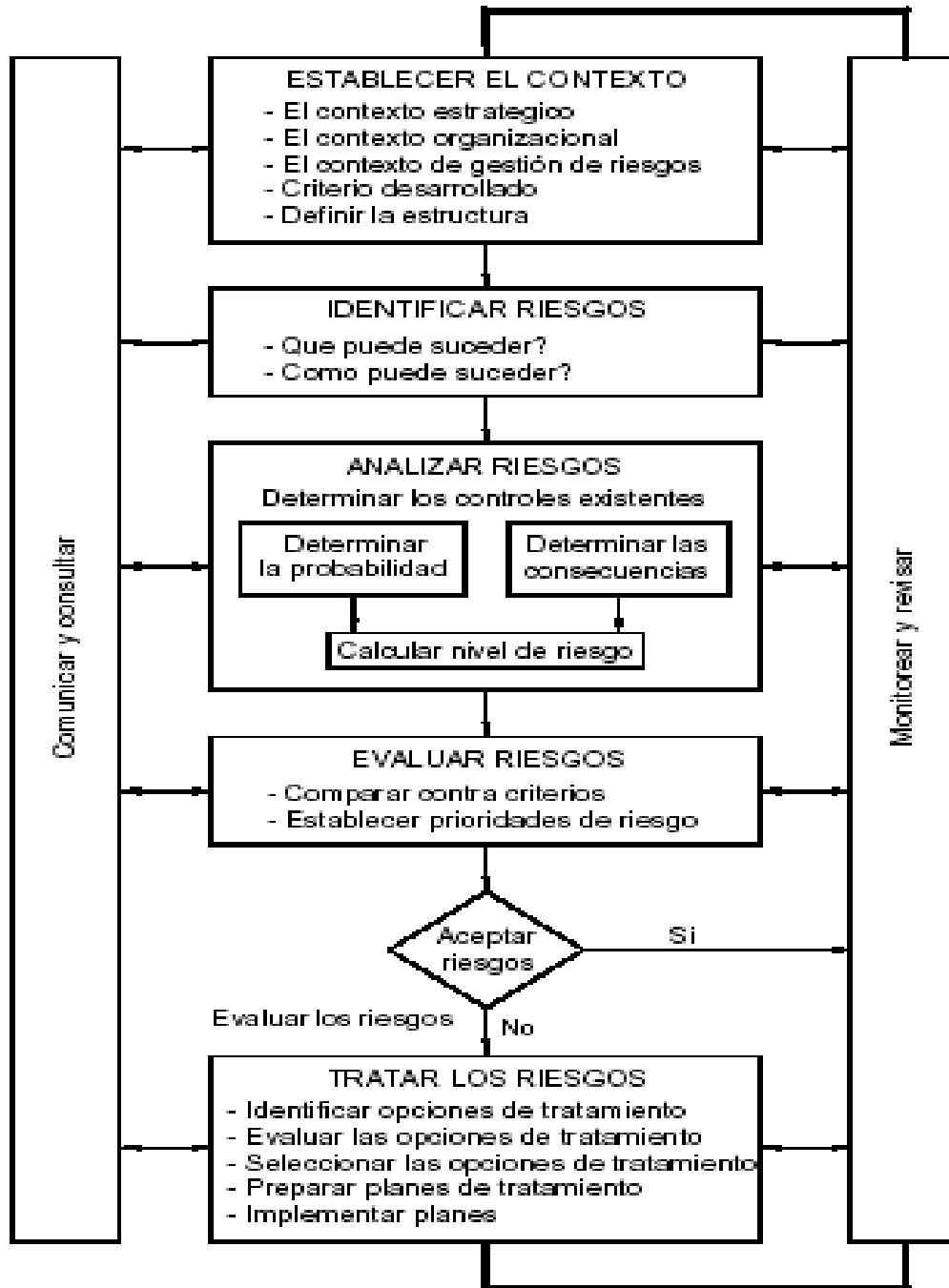
1. Poca competencia en el negocio
2. La versatilidad de nuestro espacio pedagógico, cultural y gastronómico
3. El gran flujo de turistas y estudiantes de inglés en la ciudad
4. Metodologías Natural Approach

### AMENAZAS

1. Las amenazantes situaciones de violencia y desorden público
2. La inestable imagen del país para los turistas
3. El bajo nivel adquisitivo por parte de algunos sectores de la población estudiantil
4. Los niveles de inseguridad del país y la ciudad en particular

a. TÉCNICAS DE DIAGRAMACIÓN

iii. DIAGRAMAS DE FLUJO O PROCESO



### 6.4.3. Clasificación general de los riesgos de acuerdo a su incidencia

A continuación se clasifican los riesgos de acuerdo a su naturaleza de incidencia y a su nivel de impacto, siendo 1 el menor y 5 el mayor grado de impacto.

<b>RIESGOS IDENTIFICADOS</b>	<b>Técnico</b>	<b>Calidad o ejecución</b>	<b>Externos</b>	<b>Gestion del Proyecto</b>	<b>Organización</b>	<b>Grado del impacto</b>
1.- Ausencia de respaldo por parte de secretarías de educación y ministerio nacional de educación			X			4
2.- Reducida capacidad de liquidez y endeudamiento de los socios					X	5
3.- Situación económica a nivel nacional			X			2
4.- Altos costos de mano de obra calificada para el proyecto			X			3
5.- Carencia de población con el perfil laboral adecuado y preciso			X			4
6.- Desmotivación de los estudiantes de secundaria hacia el inglés por las inadecuadas metodologías tradicionales			X			2
7.- Concepto generalizado en el imaginario colectivo del inalcanzable grado de dificultad de la pronunciación de la lengua inglesa			X			2
8.- Dificultad económica de encontrar un lugar adecuado en cuanto a espacio y ubicación geográfica				X		2
9.- Altos costos de los materiales didácticos			X			3



<b>RIESGOS IDENTIFICADOS</b>	<b>Técnico</b>	<b>Calidad o ejecución</b>	<b>Externos</b>	<b>Gestion del Proyecto</b>	<b>Organización</b>	<b>Grado del impacto</b>
requeridos debido a su carencia en nuestro medio y la necesidad de importarlos desde fuera del país						
10.- Altos niveles de inseguridad reflejados en la prevención de los padres en dejar asistir a sus hijos a establecimientos en sectores cercanos a universidades e institutos superiores			X			4
11.- Dificultad para hacer llegar la publicidad adecuada a los clientes potenciales precisos				X		2
12.- Altos niveles de inseguridad reflejados en la desaceleración de la actividad turística en el país y específicamente en el área metropolitana			X			4
13.- Riesgos naturales			X			1
14.- Competencia			X			1
15.- Inexactitud en proyecciones				X		3
16.- Estudio de mercado muy impreciso				X		3
17.- Disminución de la demanda			X			2
18.- Riesgos laborales	X					3
19.- Perdida de fidelidad de los clientes			X			2
20.- Aumentos de costos operativos ( nuevos impuestos, pólizas)			X			2
21.- Riesgos del país ( conflicto armado, inflación)			X			3

#### 6.4.4. Tablas de riesgos con mayor incidencia

A continuación se muestran los factores de riesgos con mayor incidencia. Se han seleccionado los calificados con los números 3, 4 y 5.

<b>RIESGOS IDENTIFICADOS</b>	<b>Técnico</b>	<b>Calidad o ejecución</b>	<b>Externos</b>	<b>Gestión del Proyecto</b>	<b>Organización</b>	<b>Grado del impacto</b>
1.- Ausencia de respaldo por parte de secretarías de educación y ministerio nacional de educación			X			4
2.- Reducida capacidad de liquidez y endeudamiento de los socios					X	5
3.- Altos costos de mano de obra calificada para el proyecto			X			3
4.- Carencia de población con el perfil laboral adecuado y preciso			X			4
5.- Altos costos de los materiales didácticos requeridos debido a su carencia en nuestro medio y la necesidad de importarlos desde fuera del país			X			3
6.- Altos niveles de inseguridad reflejados en la prevención de los padres en dejar asistir a sus hijos a establecimientos en sectores cercanos a universidades e institutos superiores			X			4
7.- Altos niveles de inseguridad reflejados en la desaceleración de la actividad turística en el país y específicamente en el área metropolitana			X			4
8.- Inexactitud en proyecciones				X		3

<b>RIESGOS IDENTIFICADOS</b>	<b>Técnico</b>	<b>Calidad o ejecución</b>	<b>Externos</b>	<b>Gestion del Proyecto</b>	<b>Organización</b>	<b>Grado del impacto</b>
9.- Estudio de mercado muy impreciso				X		3
10.- Riesgos laborales	X					3
11.- Riesgos del país ( conflicto armado, inflación)			X			3

#### 6.4.5. Valoración de riesgos según su probabilidad de ocurrencia

#	Riesgo	Categoría				Factor Impactado				Probabilidad de ocurrencia	Grado de impacto	Calificación
		Técnico	Calidad	Externos	Gestión o Ejecución Organización	Costos	Tiempo	Alcance	Calidad			
1	Ausencia de respaldo por parte de secretarías de educación y el MEN.			X			X	x	X	0,2	4	0,8
2	Reducida capacidad de liquidez y endeudamiento de los socios				X		X	X	X	0,3	5	1,5

3	Altos costos de mano de obra calificada para el proyecto			X			X		X		0,3	3	0,9
4	Carencia de población con el perfil laboral adecuado y preciso			X			x		X		0,4	4	1,6
5	Altos costos de los materiales didácticos requeridos debido a su carencia en nuestro medio y la necesidad de importarlos desde fuera del país			X			X		x		0,4	4	1,6

6	Altos niveles de inseguridad reflejados en la prevención de los padres en dejar asistir a sus hijos a establecimientos en sectores cercanos a universidades e institutos superiores			X					x		0,2	4	0,8
---	---	--	--	---	--	--	--	--	---	--	-----	---	-----

7	Altos niveles de inseguridad reflejados en la desaceleración de la actividad turística en el país y específicamente en el área metropolitana			X					x		0,2	<b>4</b>	0,8
8	Inexactitud en proyecciones				X			X		X	0,3	<b>3</b>	0,9
9	Estudio de mercado muy impreciso				X			X		X	0,3	<b>3</b>	0,9
10	Riesgos laborales	X						x		X	0,1	<b>3</b>	0,3
11	Riesgos del país ( conflicto armado, inflación)			X					X	x	0,1	<b>3</b>	0,3

Indicadores o niveles:

- 0.1 Baja
- 0.2 Media Baja
- 0.3 Media
- 0.4 Media Alta
- 0.5 Alta

**6.4.6. Valoración de riesgos según probabilidad de ocurrencia reflejada en costos**

#	Riesgo	Categoría					Factor Impactado				Probabilidad de ocurrencia	Valor impacto	Valor ponderado del impacto
		Técnico	Calidad	Externos	Gestión del Proyecto	Organización	Costos	Tiempo	Alcance	Calidad			
1	Ausencia de respaldo por parte de secretarías de educación y el MEN.			X				X	x	X	0,2	\$50'000.000	\$10.000.000



2	Reducida capacidad de liquidez y endeudamiento de los socios				X				X	X	X	0,3	\$20'000.00	\$6'000.00
3	Altos costos de mano de obra calificada para el proyecto			X				X		X		0,3	\$10'000.00	\$3'000.00
4	Carencia de población con el perfil laboral adecuado y preciso			X				X			X	0,4	\$5'500.00	\$2'200.00

5	Altos costos de los materiales didácticos requeridos debido a su carencia en nuestro medio y la necesidad de importarlos desde fuera del país			X			X			x	0,4	\$45'000.00	\$18'000.00
---	---	--	--	---	--	--	---	--	--	---	-----	-------------	-------------



7	Altos niveles de inseguridad reflejados en la desaceleración de la actividad turística en el país y específicamente en el área metropolitana			X				x		0,2	\$25'000.00 0	\$5'000.00 0	
8	Inexactitud en proyecciones				X			X	X	0,3	\$5'000.00 0	\$1'500.00 0	
9	Estudio de mercado muy impreciso				X			X	X	0,3	\$5'000.00 0	\$5'000.00 0	
10	Riesgos laborales	X						x		X	0,1	\$10'000.00 0	\$1'000.00 0

1 1	Riesgos del país ( conflicto armado, inflación)			X				X	x		0,1	\$10'000.00 0	\$1'000.00 0
--------	---	--	--	---	--	--	--	---	---	--	-----	------------------	-----------------

#### 6.4.7. Plan de acción frente a los riesgos

	RIESGOS	ACCIÓN	EVITAR, TRANSFERIR, MITIGAR, ACEPTAR
1	Ausencia de respaldo por parte de secretarías de educación y el MEN.	Gestionar ayudas mediante la presentación de peticiones a favor del presente proyecto.	Evitar
2	Reducida capacidad de liquidez y endeudamiento de los socios	Gestionar ante bancos y fundaciones préstamos y contribuciones para el avance del proyecto	Evitar

3	Altos costos de mano de obra calificada para el proyecto	Hacer convenios con universidades e institutos para abrir espacios de prácticas laborales para estudiantes de últimos semestres	Evitar
4	Carencia de población con el perfil laboral adecuado y preciso	Utilizar páginas de internet, bolsas de empleo y cooperativas de empleados a nivel nacional e internacional	Mitigar
5	Altos costos de los materiales didácticos requeridos debido a su carencia en nuestro medio y la necesidad de importarlos desde fuera del país	Hacer adecuado número de cotizaciones y tratar de encontrar material sustituto dentro del país	Mitigar
6	Altos niveles de inseguridad reflejados en la prevención de los padres en dejar asistir a sus hijos a establecimientos en sectores cercanos a universidades e institutos superiores	Frente a esto no podemos hacer algo, excepto garantizar la seguridad dentro del establecimiento, compañías de seguridad.	Mitigar
7	Altos niveles de inseguridad reflejados en la desaceleración de la actividad turística en el país y específicamente en el área metropolitana	Frente a esto no podemos hacer algo diferente a apoyar las campañas que promueven la imagen positiva de Colombia en el exterior	Aceptar

8	Inexactitud en proyecciones	Contratación de experto en el tema o de Consultoras	Evitar
9	Estudio de mercado muy impreciso	Contratación de experto en el tema o de Consultora	Evitar
10	Riesgos laborales	Contratación de ARP y verificación de empleados en cuanto a este requisito	Evitar
11	Riesgos del país ( conflicto armado, inflación)	Frente a esto no se puede hacer nada	Aceptar

### 6.4.8. Cronograma

El cronograma de actividades, espera definirse en los próximos días, una vez se dé respuesta a las gestiones que se están realizando.

Actividades	Ag o	Se pt	Oct	No v	Dic	En e	Fe b	Ma r	Abr	Ma y	Jun	Jul	Ag os
1. Formulación del Proyecto	X	x											
2. Análisis de Mercadeo		x	x	X									
3. Gestión de Recursos		x	x	X									
4. Respuesta de Recursos por parte del MEN			x	X									
5. Ubicación Geográfica del Establecimiento					x	x	x						
6. Recopilación de hojas de vida					x	x	x						
7. Selección e Inducción de Personal Profesional Bilingüe					x	x	x						



8. Compra de Materiales Didácticos y Equipo Tecnológico y Adecuación Física								x	x	x			
8. Campaña Publicitaria								x	x	x			
9. Lanzamiento e Inauguración											x		
10. Operación y Evaluación											x	x	x

## **7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO**

### **7.1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA**

#### **MISION**

“Freedom restaurant and pub” es un restaurante de bebidas y comidas nacionales e internacionales atendido por personal con dominio en el idioma ingles y dirigido a nacionales y extranjeros que buscan practicar e interactuar por medio del idioma, mediante espacios pedagógicos y lúdicos que buscan el disfrute, la interacción y el intercambio de conocimientos culturales. Siendo coherentes con las políticas del ministerio de educación con el plan nacional de bilingüismo.

#### **VISION**

“Freedom restaurant and pub” será reconocido para el año 2020 como un espacio gastronómico, pedagógico y turístico referente de la ciudad no solo para los extranjeros que la visitan sino también para los nacionales que buscan un lugar donde puedan practicar sus conocimientos en el idioma ingles con personas con una gran riqueza cultural e intelectual.

Será también un aliado importante del ministerio de educación nacional para capacitaciones y eventos de actualización pedagógica para estudiantes y docentes del área.

Convertir al departamento de Antioquia en un foco importante del bilingüismo y de esta manera favorecer la oferta turística del país.

## **OBJETIVOS**

- ✓ Crear espacios donde se pueda practicar el inglés como herramienta comunicativa.
- ✓ Fomentar el intercambio cultural dentro del marco de la lengua inglesa.
- ✓ Crear espacios de práctica, para aquellos profesionales en el área de la traducción e interpretación del idioma inglés.
- ✓ Proporcionar material de lectura y acceso a conversaciones a estudiantes del inglés sin discriminar su nivel.
- ✓ Brindar ayuda a hablantes de lengua inglesa quienes necesiten ayuda de traductores a un bajo costo.
- ✓ Ofrecer alternativas gastronómicas internacionales y típicas del ámbito cultural de la lengua inglesa.
- ✓ Crear espacios para grupos musicales que interpreten música vocal en inglés.
- ✓ Fomentar clubes de conversación a partir de cineforos, discusiones y conversaciones con base en películas.

## **POLITICAS**

- ✓ Fomentar el aprendizaje y estudio del idioma ingles por medio de estrategias pedagógicas innovadoras.
- ✓ Favorecer el nivel de los estudiantes de las instituciones públicas y privadas con base al marco común europeo.
- ✓ Buscar apoyo de instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras en el acompañamiento y actualización pedagógica.
- ✓ Ser un referente de la ciudad tanto por la deliciosa oferta gastronómica como también por la atención, servicio, cordialidad e intercambio comunicativo con el idioma ingles.
- ✓ Propiciar espacios de práctica y aprendizaje constante con el idioma ingles por medio de la adquisición del natural approach.

- ✓ Brindar dos espacios gastronómicos en diferentes momentos del día: en la mañana un espacio lúdico para estudiantes de inglés de todos los niveles y en la noche un espacio de disfrute y esparcimiento para adultos.
- ✓ Traductores y guías turísticos.

## **ESTRATEGIAS**

### **VALORES**

- ✓ **Auto aprendizaje.**

Consiste en aprender mediante la interacción individual con el idioma y la realización también individual de prácticas o experimentos comunicativos que posibiliten el aprendizaje del inglés mediante el intercambio comunicativo con otros. Se pretende que cada persona sea participe de su propio proceso y que además se involucre en la construcción de su propio aprendizaje.

- ✓ **solidaridad.**

El aprendizaje es un proceso que se da mediante la interacción con otros, el intercambio de conocimientos y el enriquecimiento mutuo hace que se borren las barreras y se acceda a un nuevo nivel desde la empatía, las relaciones humanas y la cordialidad.

Parte del apoyo en el proceso de aprendizaje, se cimenta en el espíritu de ayudarse ayudando a otros, a construir, construyendo el proceso de otros.

- ✓ **Superación.**

El ser humano puede alcanzar un estado de satisfacción consigo mismo y con las circunstancias físicas y emocionales que lo rodean, para así poder disfrutar de una vida mejor, la evolución personal que se realice en el

proceso busca que la persona que interactúa en el contexto con otros adquiera habilidades comunicativas mejorando su propio proceso, siendo participe de sus dificultades pero sobre todo de sus propios avances.

✓ **Respeto.**

Busca que la construcción individual y grupal se realice mediante la cultura y valoración por el otro, siendo conscientes de que como seres humanos tenemos nuestros propios miedos y que cada mundo es diferente de otros, por esta razón se valora el aprendizaje individual y se favorece la diferencia como una forma de enriquecimiento colectivo.

## 8. ESTUDIO FINANCIERO

PROYECTO: FREEDOM, RESTAURANT AND PUB						
IVA	16%					
Costos fijos del proyecto	55.990.465	sin incluir depreciación y gastos financieros				
Costo variable unitario		\$/unid				
política de crédito Proveedores	30	días				
La mano de obra se considera costo fijo y corresponde a			5.472.456			
Factor Prestacional	51%	y se pagan	90%	en el mismo periodo		
Periodo de Evaluación	3	años				
Inversión	70.129.000		pc	22.804.000	depreciación	3
			G. Preoperat.	2.000.000	Amortización	5
			Mobiliario	29.625.000	depreciación	10
Deuda	57%		Cap. De trabajc	15.708.979	2 meses de costos de operación de la empresa	
Aportes de Capital	43%		Cap. De trabajc	15.700.000		
Costo de la deuda	25%	anual TV				
Tasa de Impuestos	38,5%					
Política de reparto Dividendos	50%					
Tasa de Oportunidad Inversionistas es el		35%				

### Calculo de capital de trabajo

CF (costos fijos)	55.990.465,00	
MDO (mano de obra)	5.472.456,00	
CVf	30.000.000,00	
Factor Prestacional	2.790.952,56	
	94.253.873,56	1er año
	15.708.978,93	2 meses de costos de operación de la empresa

### Inversión total

KdeW	15.700.000,00
pcs y recursos tecnológicos	22.804.000,00
Mobiliario	29.625.000,00
G. Preoperat.	2.000.000,00
	70.129.000,00

<b>1- Calculo del servicio de deuda.</b>				
Aportes	30.000.000	Plazo:	3 años (12 trimestres)	
Deuda	41.000.000	Costo de la deuda	6%	
periodo	abonos	intereses	Cuota	saldo
0				40.000.000
1	2.371.081	2.460.000	4.890.358	37.628.919
2	2.513.346	2.314.179	4.890.358	35.115.573
3	2.664.147	2.159.608	4.890.358	32.451.426
4	2.823.996	1.995.763	4.890.358	29.627.430
5	2.993.435	1.822.087	4.890.358	26.633.995
6	3.173.041	1.637.991	4.890.358	23.460.954
7	3.363.424	1.442.849	4.890.358	20.097.530
8	3.565.229	1.235.998	4.890.358	16.532.300
9	3.779.143	1.016.736	4.890.358	12.753.157
10	4.005.892	784.319	4.890.358	8.747.265
11	4.246.245	537.957	4.890.358	4.501.020
12	4.501.020	276.813	4.890.358	0

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Depreciaciones</b>			
<b>pcs y recursos tecnológicos</b>	7314666,667	7314666,667	7314666,667
<b>mobiliario, utensilios y herramientas</b>	2962500	2962500	2962500
<b>Amortizaciones</b>			
<b>G. Preop.</b>	666666,6667	666666,6667	666666,6667
<b>3- Nivel de Ventas proyectado</b>			
<b>Ingresos actividades pedagógicas</b>	90528000	120402240	160134979,2
<b>Ingresos actividades gastronómicas</b>	52800000	70224000	93397920
<b>Ingresos actividades turísticas</b>	1440000	1915200	2547216
<b>Pesos</b>	144768000	192541440	256080115,2
<b>IVA ventas</b>	8678400	11542272	15351221,76
<b>C x C</b>			
<b>4- Costos de Producción</b>			
<b>Costos fijos</b>	55990464	68868270,72	91594800,06
<b>Mano de Obra</b>	5472456	6731120,88	8952390,77
<b>Prestaciones</b>	2586979,2	3181984,416	4232039,273
<b>Costos variables</b>	30000000	36900000	49077000
<b>Presta. X P</b>	258697,92	318198,4416	423203,9273
<b>5- Compras de Materia prima</b>			
<b>Compras</b>	30000000	36900000	49077000
<b>IVA compras</b>			
<b>CxP proveed.</b>			
<b>Pago IVA</b>			
<b>IVA Compras</b>	0	0	0
<b>IVA Ventas</b>			
<b>IVA a pagar</b>	0	0	0
<b>IVA Pago Periodo</b>	0	0	0
<b>IVA x P</b>	0	0	0



<b>6- Estado de Resultados Proyectado</b>				
<b>Ingresos</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Ventas		#####	192.541.440	256.080.115
<b>Egresos Operativos</b>				
Costos fijos		55.990.464	68.868.271	91.594.800
Mano de obra		8.059.435	9.913.105	13.184.430
Costos variables		30.000.000	36.900.000	49.077.000
Depreciación		10.277.167	10.277.167	10.277.167
Amortizaciones		666.667	666.667	666.667
<b>Utilidad operative</b>		39.774.267	65.916.231	91.280.052
Intereses		8.929.549	6.138.924	2.615.825
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		30.844.719	59.777.306	88.664.227
Impuesto		11.875.217	0	0
<b>Utilidad Neta</b>		18.969.502	59.777.306	88.664.227

<b>7- Presupuesto de Efectivo</b>				
	0	1	2	3
Ingresos				
Ingresos por ventas		144768000	192541440	256080115
Egresos Operativos				
Costos fijos		55990464	68868270,7	91594800,1
Sueldos		5472456	6731120,88	8952390,77
Prestaciones		2328281,28	3122483,89	4127033,79
Proveedores		30000000	36900000	49077000
Pago IVA		0	0	0
Pago Impuestos renta		0	11875216,6	0
Total Egresos	0	93791201,3	127497092	153751225
Efectivo Generado en Op.	0	50976798,7	65044347,9	102328891
Actividades de Financiamiento				
+ Aportes de Capital	30000000			
+ Prestamos Bancarios	41000000			
- Amortización Prestamos		-10372569,6	13095130,2	-
- Intereses de Prestamos		-8929548,93	6138924,37	-
Total Act. De Financiamiento	71000000	-19302118,6	19234054,6	-
Actividades de Inversión y Dividendos				
- Compra de Maquinaria, Eq. Y Gto preoperativos	54429000			
- Inversiones Temporales				
+ liquidación de Inversiones				
+ intereses de Inversiones				
- Pago Dividendos		0	0	0
Total Actividades de Inversión	54429000	0	0	0
Efectivo neto generado	125429000	31674680,1	45810293,3	83180765,3
Mas Saldo Inicial en caja	0	125429000	157103680	202913973
Saldo Final en Caja	125429000	157103680	202913973	286094739

<b>8- Balance Proyectado.</b>				
	0	1	2	3
Activo Corriente				
Caja y Bancos	125429000	157103680	202913973	286094739
CxC		0	0	0
Inventario		0	0	0
Total Activo Corriente	125429000	157103680	202913973	286094739
Activo Fijo				
pcs y recursos tecnológicos	22804000	22804000	22804000	22804000
mobiliario, utensilios y herramientas	29625000	29625000	29625000	29625000
Depreciación Acumulada	0	-10277166,7	-20554333,3	-30831500
Total Activo fijo	52429000	42151833,3	31874666,7	21597500
Activos Diferidos				
Gastos Preoperativos	2000000	2000000	2000000	2000000
Amortización Acumulada	0	-666666,667	-1333333,33	-2000000
Total Activo Diferido	2000000	1333333,33	666666,667	0
Total activos	179858000	200588847	235455307	307692239
Pasivos				
Proveedores		0	0	0
Prestaciones por Pagar		258697,92	318198,442	423203,927
Impuestos por Pagar		11875216,6	0	0
IVA x P		0	0	0
Dividendos por Pagar		9484750,95	29888653,1	44332113,3
Prestamos Bancarios	41000000	30627430,4	17532300,2	1000000
Total Pasivos	41000000	52246095,9	47739151,7	45755317,2
Patrimonio				
Aportes de Capital	30000000	30000000	30000000	30000000
Utilidades del periodo		9484750,95	29888653,1	44332113,3
Utilidades Retenidas			9484750,95	39373404,1
Total Patrimonio	30000000	39484750,9	69373404,1	113705517
Total Pasivo + Patrimonio	71000000	91730846,8	117112556	159460835
Diferencia	108858000	108858000	118342751	148231404

<b>9- Flujo de caja del proyecto</b>						
Ingresos	0	1	2	3		
Ventas	0	144768000	192541440	256080115,2		
Egresos Operativos						
Costos fijos	0	55990464	68868270,72	91594800,06		
Mano de obra	0	8059435,2	9913105,296	13184430,04		
Costos variables	0	30000000	36900000	49077000		
Depreciación	0	10277166,67	10277166,67	10277166,67		
Amortizaciones	0	666666,6667	666666,6667	666666,6667		
Utilidad operativa	0	39774267,47	65916230,65	91280051,77		
Intereses	0	8929548,931	6138924,369	2615825,156		
UAI	0	30844718,54	59777306,28	88664226,61		
Impuesto	0	11875216,64	0	0		
Utilidad Neta	0	18969501,9	59777306,28	88664226,61		
(+) Depreciación		10277166,67	10277166,67	10277166,67		
(+) Amortizacion Preoper.		666666,6667	666666,6667	666666,6667		
(-) Amortizacion Prestamos		-10372569,65	13095130,19	16532300,16		
(+) valor de salvamento						
(-) inversiones	- 54429000					
(-) K. De Trabajo	- 15700000					
(+) Rec. K. de W. prestamos	41000000					

Flujo Neto	-	29129000	19540765,59	57626009,42	83075759,78	
			Costo Oportunidad Inversionistas =	0,35		
			Costo de la deuda =	0,25	anual TV	efectiva anual
			Costo del Capital =			0,274429
			V.S.=			
			valor en libros de los activos=	307692238,7		
			ganancia ocasional=	294533318,7		
			impuesto	113395327,7		
			V.S. Neto=	488830229,7		
			VPN proyecto	85694886,24		
			TIR proyecto	1,179202449		

WACC = $K_d (1-t) * \frac{D}{D+C} + K_s * \frac{C}{D+C}$	
Kd	26,25%
Ks	
Deuda	41.000.000
Capital	30.000.000
D+C	71.000.000
<b>WACC</b>	<b>15,16%</b>
Valor de salvamento	602.225.557

<b>Criterios de Evaluación de Proyectos</b>					
	VPN	16968786,3	43454719,8	54400380,1	114823886
	B/C				3,94190965
	B/C	438594012			1,79894833
		219397201			
		14096398,5			
		10312186,2			

## 8.1. GASTOS DE INVERSIÓN

<b>MATERIALES PEDAGÓGICOS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
COMPUTADORES LICENCIADOS	10	\$1.700.000,00	\$17.000.000,00
SILLAS CENTRO CÓMPUTO	10	\$14.500,00	\$145.000,00
MESAS LARGAS CÓMPUTO	3	\$100.000,00	\$300.000,00
ESCRITORIO PROFESOR	1	\$200.000,00	\$200.000,00
SILLAS UNIVERSITARIAS	20	\$80.000,00	\$1.600.000,00
TABLERO ACRÍLICO	2	\$40.000,00	\$80.000,00
TELÓN VIDEO BEAM	1	\$100.000,00	\$100.000,00
VIDEO BEAM	1	\$1.200.000,00	\$1.200.000,00
SISTEMA DE SONIDO	1	\$150.000,00	\$150.000,00
SOFTWARE APRENDIZAJE RUFFUS DISCOVERY	1	\$680.000,00	\$680.000,00
CURSO INTERCHANGE NIVELES 1,2 Y 3	3	\$58.000,00	\$174.000,00
<b>TOTAL</b>			\$21.629.000,00
<b>MUEBLES, UTENSILIOS Y HERRAMIENTAS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
JUEGO DE 1 MESA Y 4 SILLAS	10	\$190.000,00	\$1.900.000,00
SILLA COMEDOR BEBÉ	2	\$120.000,00	\$240.000,00
COMPUTADOR	1	\$1.900.000,00	\$1.900.000,00
TELÓN VIDEO BEAM	1	\$100.000,00	\$100.000,00
VIDEO BEAM	1	\$1.200.000,00	\$1.200.000,00
SILLAS PARA BARRA	4	\$90.000,00	\$360.000,00
EQUIPO DE AMPLIFICACIÓN	1	\$2.000.000,00	\$2.000.000,00
SOFTWARE CONTABLE	1	\$250.000,00	\$250.000,00
JUEGO DE PLATOS (4 PUESTOS)	10	\$200.000,00	\$2.000.000,00
JUEGO DE CUBIERTOS (PUESTOS)	10	\$50.000,00	\$500.000,00
VASOS LARGOS	40	\$2.500,00	\$100.000,00
EQUIPOS DE COCINA	1	\$22.000.000,00	\$22.000.000,00
<b>TOTAL</b>			\$32.550.000,00
<b>GRAN TOTAL</b>			\$54.179.000,00

## 8.2. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE INGRESOS								
ACTIVIDAD O PRODUCTO	COSTO UNITARIO	PROMEDIO USUARIOS	INGRESO DIARIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL		
Bebidas, pasabocas y comida chatarra			\$100.000,00	\$400.000,00	\$1.600.000,00	\$19.200.000,00	\$52.800.000,00	TOTAL ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS ANUALES
Comida típica e Internacional	\$35.000,00	5	\$175.000,00	\$700.000,00	\$2.800.000,00	\$33.600.000,00		
Conferencias, charlas, cineforos, performances, monólogos de crítica y humor	\$15.000,00	40			\$2.400.000,00	\$28.800.000,00	\$90.528.000,00	TOTAL ACTIVIDADES CULTURALES Y PEDAGÓGICAS BILINGUES
Conciertos música inglesa adultos	\$20.000,00	40			\$1.600.000,00	\$19.200.000,00		
Conciertos música inglesa adolescentes	\$10.000,00	40			\$800.000,00	\$9.600.000,00		
Hora de práctica multimedia	\$3.000,00	3	\$9.000,00	\$36.000,00	\$144.000,00	\$1.728.000,00		
Visita inmersión bilingüe (merienda incluida)	\$10.000,00	20		\$600.000,00	\$2.400.000,00	\$28.800.000,00		
Alquiler del salón para eventos	\$200.000,00	1			\$200.000,00	\$2.400.000,00		
Tour inducción cultural y acompañamiento turístico (sin incluir transporte y consumos)	\$30.000,00	1		\$30.000,00	\$120.000,00	\$1.440.000,00	\$1.440.000,00	TOTAL ACTIVIDADES TURÍSTICAS
<b>TOTALES</b>			\$284.000,00	\$1.766.000,00	\$12.064.000,00	\$144.768.000,00		



PRESUPUESTO DE DEPRECIACIÓN							
MATERIALES PEDAGÓGICOS				DEPRECIACIÓN A TRES AÑOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
COMPUTADORES LICENCIADOS	10	\$1.700.000,00	\$17.000.000,00	\$5.666.666,67	\$5.666.666,67	\$5.666.666,67	\$17.000.000,00
SILLAS CENTRO CÓMPUTO	10	\$14.500,00	\$145.000,00	\$48.333,33	\$48.333,33	\$48.333,33	\$145.000,00
MESAS LARGAS CÓMPUTO	3	\$100.000,00	\$300.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$100.000,00	\$300.000,00
ESCRITORIO PROFESOR	1	\$200.000,00	\$200.000,00	\$66.666,67	\$66.666,67	\$66.666,67	\$200.000,00
SILLAS UNIVERSITARIAS	20	\$80.000,00	\$1.600.000,00	\$533.333,33	\$533.333,33	\$533.333,33	\$1.600.000,00
TABLERO ACRÍLICO	2	\$40.000,00	\$80.000,00	\$26.666,67	\$26.666,67	\$26.666,67	\$80.000,00
TELÓN VIDEO BEAM	1	\$100.000,00	\$100.000,00	\$33.333,33	\$33.333,33	\$33.333,33	\$100.000,00
VIDEO BEAM	1	\$1.200.000,00	\$1.200.000,00	\$400.000,00	\$400.000,00	\$400.000,00	\$1.200.000,00
SISTEMA DE SONIDO	1	\$150.000,00	\$150.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$50.000,00	\$150.000,00
SOFTWARE APRENDIZAJE RUFFUS DISCOVERY	1	\$680.000,00	\$680.000,00	\$226.666,67	\$226.666,67	\$226.666,67	\$680.000,00
CURSO INTERCHANGE NIVELES 1,2 Y 3	3	\$58.000,00	\$174.000,00	\$58.000,00	\$58.000,00	\$58.000,00	\$174.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$21.629.000,00</b>	<b>\$7.209.666,67</b>	<b>\$7.209.666,67</b>	<b>\$7.209.666,67</b>	<b>\$21.629.000,00</b>
MUEBLES, UTENSILIOS Y HERRAMIENTAS				DEPRECIACIÓN A TRES AÑOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
JUEGO DE 1 MESA Y 4 SILLAS	10	\$190.000,00	\$1.900.000,00	\$633.333,33	\$633.333,33	\$633.333,33	\$1.900.000,00
SILLA COMEDOR BEBÉ	2	\$120.000,00	\$240.000,00	\$80.000,00	\$80.000,00	\$80.000,00	\$240.000,00
COMPUTADOR	1	\$1.900.000,00	\$1.900.000,00	\$633.333,33	\$633.333,33	\$633.333,33	\$1.900.000,00
TELÓN VIDEO BEAM	1	\$100.000,00	\$100.000,00	\$33.333,33	\$33.333,33	\$33.333,33	\$100.000,00
VIDEO BEAM	1	\$1.200.000,00	\$1.200.000,00	\$400.000,00	\$400.000,00	\$400.000,00	\$1.200.000,00
SILLAS PARA BARRA	4	\$90.000,00	\$360.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$360.000,00
EQUIPO DE AMPLIFICACIÓN	1	\$2.000.000,00	\$2.000.000,00	\$666.666,67	\$666.666,67	\$666.666,67	\$2.000.000,00
SOFTWARE CONTABLE	1	\$250.000,00	\$250.000,00	\$83.333,33	\$83.333,33	\$83.333,33	\$250.000,00
JUEGO DE PLATOS (4 PUESTOS)	10	\$200.000,00	\$2.000.000,00	\$666.666,67	\$666.666,67	\$666.666,67	\$2.000.000,00
JUEGO DE CUBIERTOS	10	\$50.000,00	\$500.000,00	\$166.666,67	\$166.666,67	\$166.666,67	\$500.000,00
VASOS LARGOS	40	\$2.500,00	\$100.000,00	\$33.333,33	\$33.333,33	\$33.333,33	\$100.000,00
EQUIPOS DE COCINA	1	\$22.000.000,00	\$22.000.000,00	\$7.333.333,33	\$7.333.333,33	\$7.333.333,33	\$22.000.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$32.550.000,00</b>	<b>\$10.850.000,00</b>	<b>\$10.850.000,00</b>	<b>\$10.850.000,00</b>	<b>\$32.550.000,00</b>

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS

\$54.179.000,00

<b>NOMINA PARA EL PAGO DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS</b>											
<b>Nombre del empleado</b>	<b>DEVENGADO</b>						<b>DEDUCCIONES</b>			<b>NETO PAGADO</b>	<b>RECIBI CONFORME CC. NO.</b>
	<b>Sueldo básico</b>	<b>Dias trabajados</b>	<b>Horas Extras</b>	<b>Comisiones</b>	<b>Auxilio de transporte</b>	<b>Total devengado</b>	<b>Aportes Salud</b>	<b>Aportes pensión</b>	<b>Total deducción</b>		
<b>Gabriel Castillo C</b>	<b>515.000,00</b>	<b>30,00</b>			59.300,00	<b>574.300,00</b>	20.600,00	20.600,00	<b>41.200,00</b>	<b>533.100,00</b>	
<b>Jorge Cordoba</b>	<b>515.000,00</b>	<b>30,00</b>			59.300,00	<b>574.300,00</b>	20.600,00	20.600,00	<b>41.200,00</b>	<b>533.100,00</b>	
<b>Secretaria contable</b>	<b>1.000.000,00</b>	<b>30,00</b>			0,00	<b>1.000.000,00</b>	40.000,00	40.000,00	<b>80.000,00</b>	<b>920.000,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
					0,00	<b>0,00</b>	0,00	0,00	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>2.030.000,00</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>118.600,00</b>	<b>2.148.600,00</b>	<b>81.200,00</b>	<b>81.200,00</b>	<b>162.400,00</b>	<b>1.986.200,00</b>	
<b>APROPIACIONES</b>	Cesantias	Prima	Vacaciones	Inter. cesantías	Salud	Pensión	Caja Compen.	I.C.B.F	SENA	Riesgos profesionales	TOTAL APROP.
	<b>178.978,38</b>	<b>178.978,38</b>	<b>84.651,00</b>	<b>21.486,00</b>	<b>172.550,00</b>	<b>243.600,00</b>	<b>81.200,00</b>	<b>60.900,00</b>	<b>40.600,00</b>	<b>10.596,60</b>	<b>1.073.540,36</b>

**COSTO TOTAL NÓMINA INCLUIDAS PRESTACIONES SOCIALES: 3.265.872**

### 8.3. COSTOS

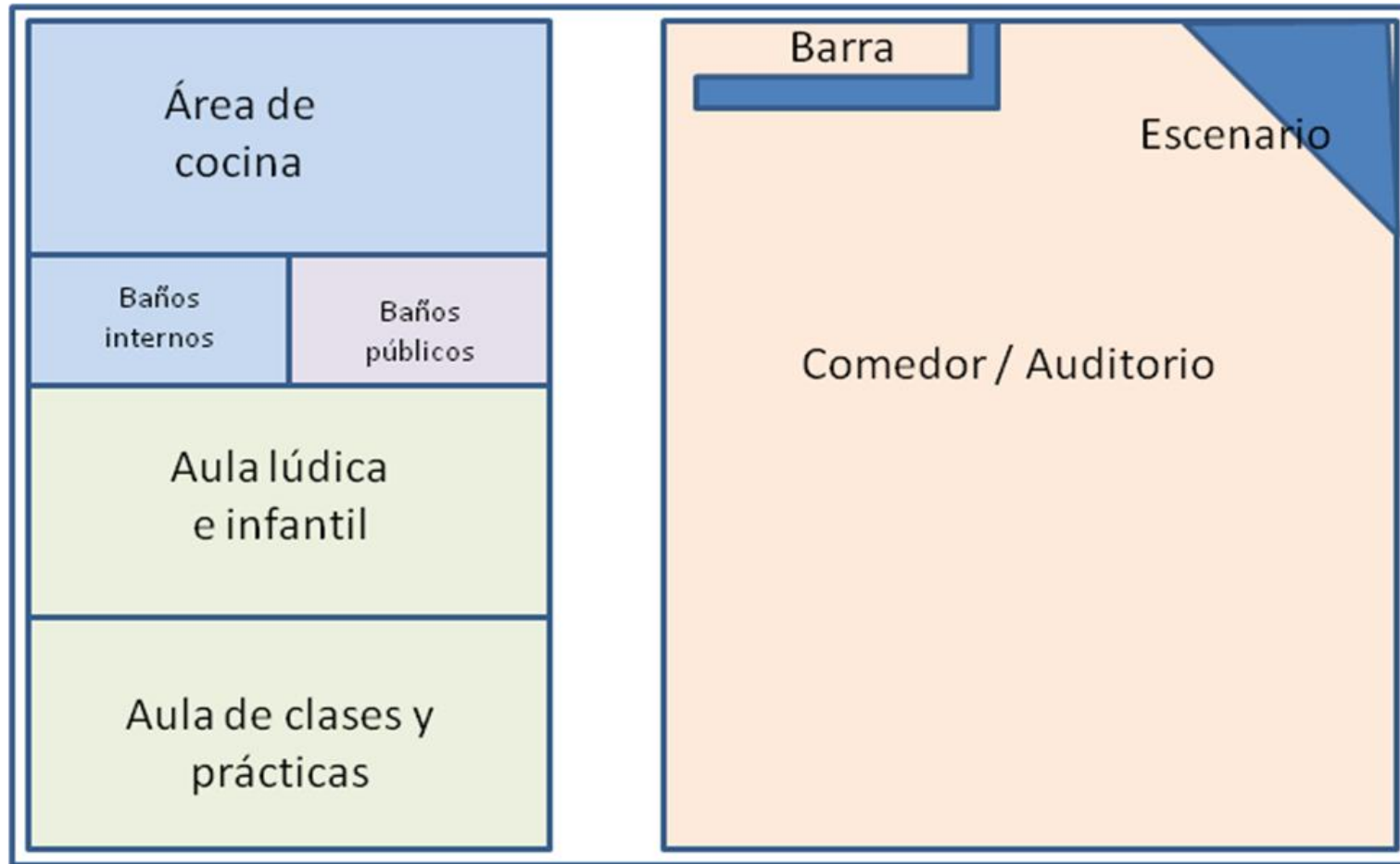
COSTOS FIJOS		
	MES	AÑO
SERVICIOS PÚBLICOS	\$600.000,00	\$7.200.000,00
ARRIENDO LOCAL	\$800.000,00	\$9.600.000,00
PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$3.265.872,00	\$39.190.464,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$4.665.872,00	\$55.990.464,00

**Haciendo el estudio de costos se llego a la conclusión que era más conveniente para el proyecto contratar la mano de obra a través de una empresa temporal de empleo “asignar limitada”**

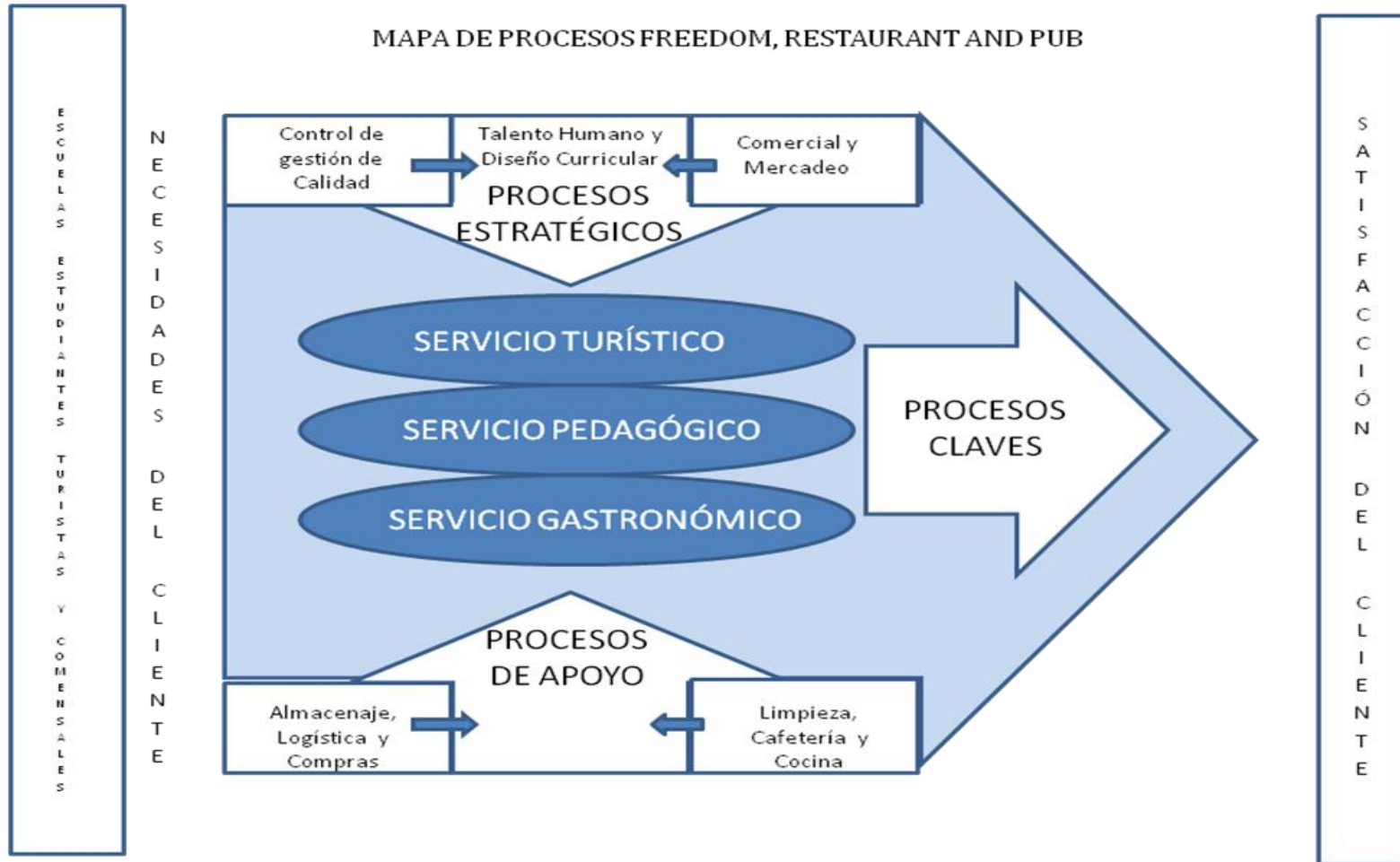
COSTOS MANO DE OBRA								
TRABAJADOR	HORAS TRABAJADAS	COSTO/HORA	COSTO MENSUAL	PRESTACIONES	COMISIÓN TEMPORAL	TOTAL SIN PRESTACIONES	TOTAL SIN PRES/ANUAL	TOTAL PRESTACIONES ANUAL
CHEFF	32	\$6.250,00	\$200.000,00	\$104.000,00	\$20.000,00	\$220.000,00	\$2.640.000,00	\$1.248.000,00
SERVICIO GENERALES	32	\$2.145,80	\$68.665,60	\$35.706,11	\$6.866,56	\$75.532,16	\$906.385,92	\$428.473,34
AUXILIAR DE COCINA	32	\$2.145,80	\$68.665,60	\$35.706,11	\$6.866,56	\$75.532,16	\$906.385,92	\$428.473,34
DOCENTE INGLÉS			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
RECREACIONISTA	36	2145,8	\$77.248,80	\$40.169,38	\$7.724,88	\$84.973,68	\$1.019.684,16	\$482.032,51
MÚSICOS			\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
						\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL GASTOS MANO DE OBRA</b>			\$414.580,00	\$215.581,60	\$41.458,00	\$456.038,00	\$5.472.456,00	\$2.586.979,20
COSTOS VARIABLES		MES	AÑO					
MATERIA PRIMA		\$2.500.000,00	\$30.000.000,00					

## 9. ESTUDIO TECNICO

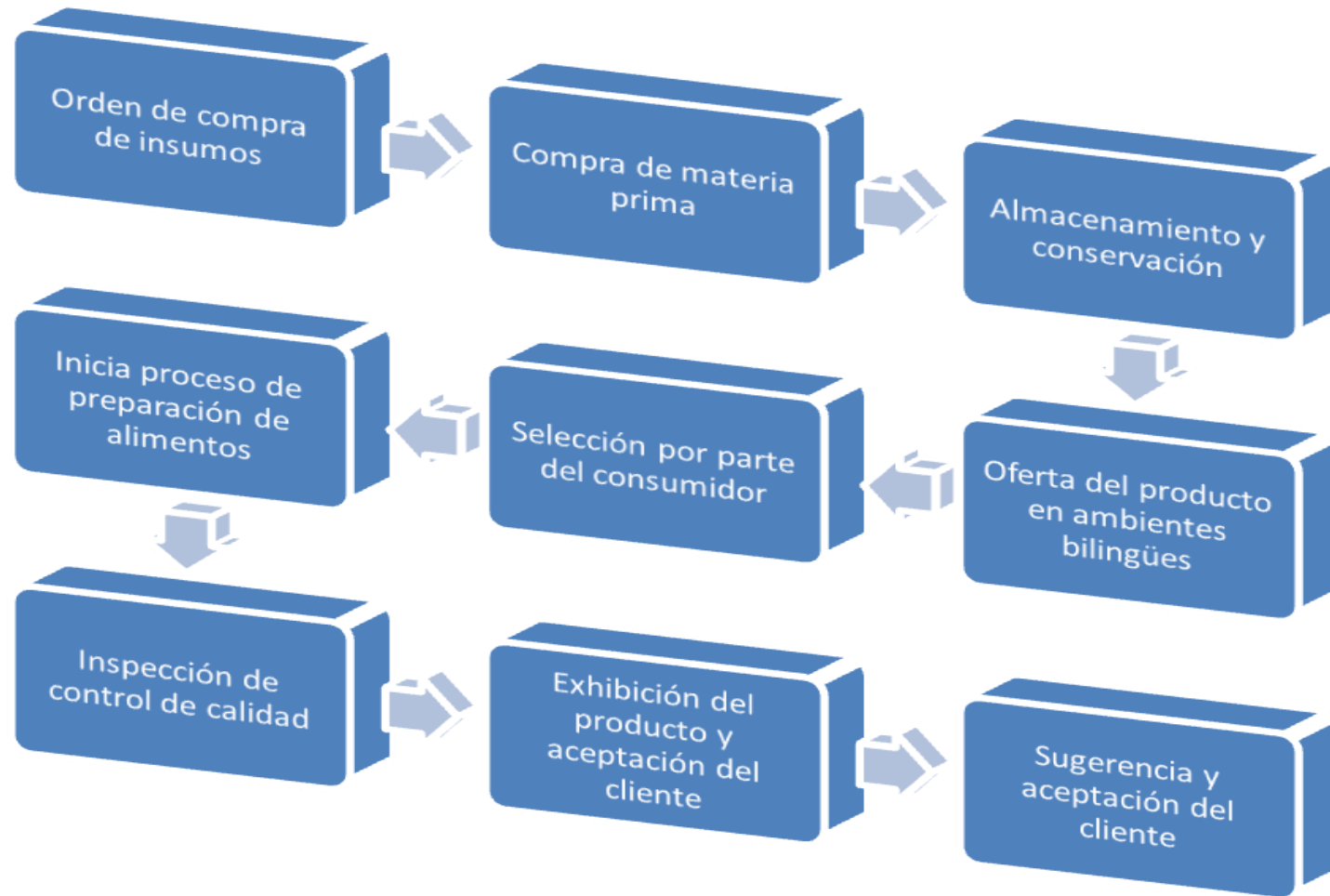
### 📖 DISEÑO DE LA PLANTA



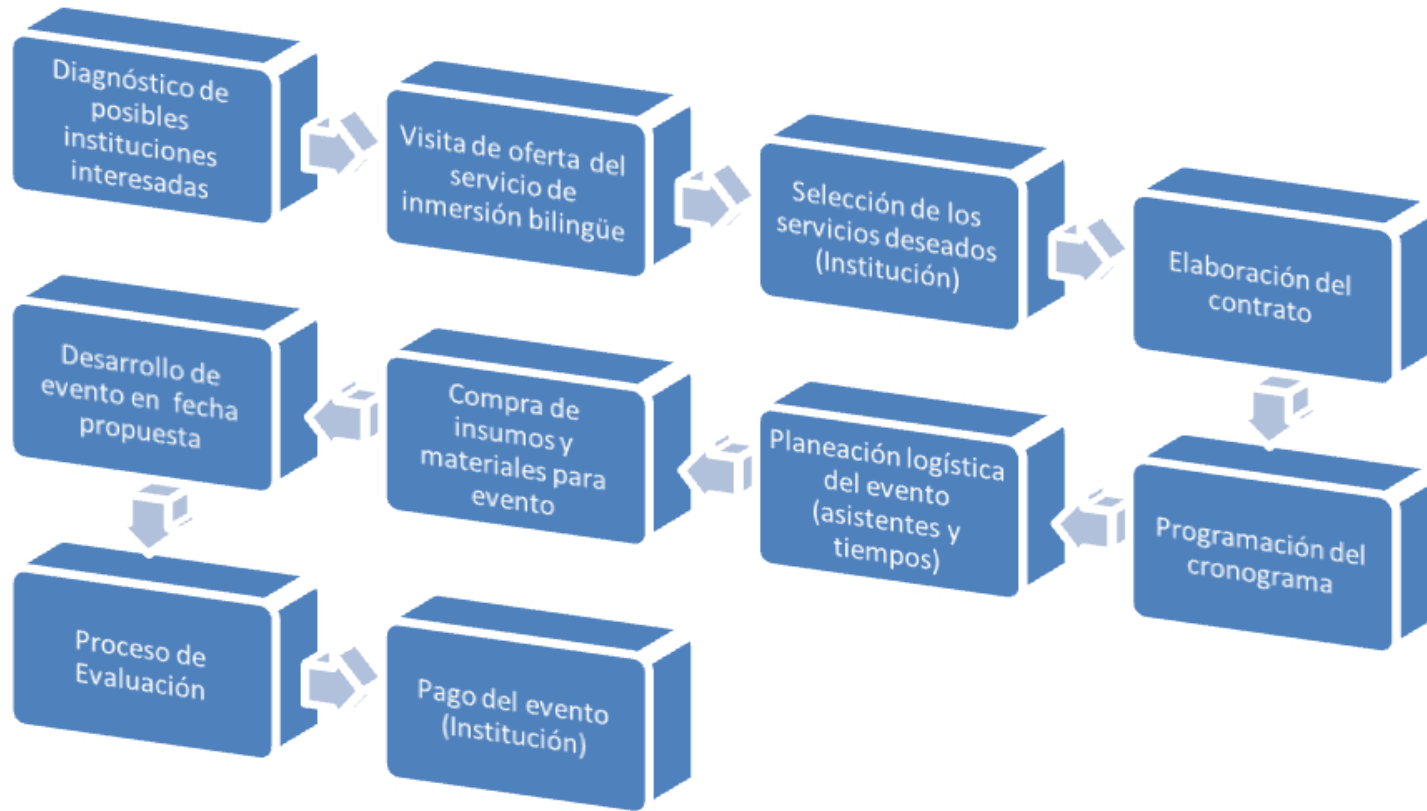
📖 MAPA DE PROCESOS FREEDOM, RESTAURANT AND PUB



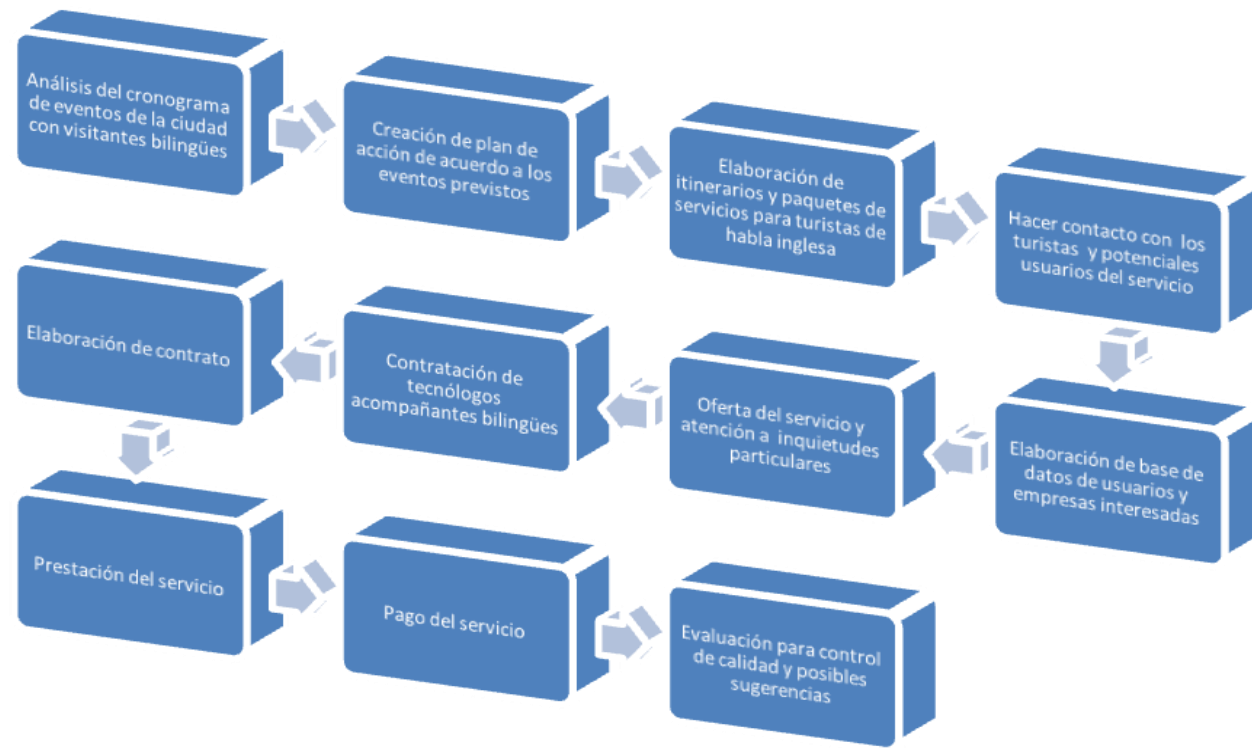
## 📖 PROCESO SERVICIO GASTRONÓMICO



## 📖 PROCESO DE SERVICIO PEDAGÓGICO DE INMERSIÓN BILINGÜE



## 📖 PROCESO DE ACOMPAÑAMIENTO TURÍSTICO Y CULTURAL





## 9.1. FICHA TÉCNICA DE CADA UNO DE LOS PRODUCTOS

### INTERNATIONAL FOOD

<b>PRODUCTO</b>	<b>POLLO PRESIDENT</b>	<b>SPAGUETTI A LA BOLOGNESA</b>	<b>BURRITOS</b>
<b>Capacidad de comercialización (unidades/mes)</b>	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente
<b>Característica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido.</li> <li>- Dos pechugas rellenas por plato.</li> <li>- Peso: 220 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido</li> <li>- Porción de espagueti con su respectiva salsa</li> <li>- Peso: 320 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido</li> <li>- Dos rollos por plato</li> <li>- Peso: 240 Gramos</li> </ul>
<b>Forma del producto</b>	Rollos rellenos.	Plato de spagueti con salsa bolognesa	Rollos rellenos
<b>Tamaño por paquete</b>	10 cm de ancho, 10cm de largo y 4 cm de alto	15 cm de ancho, 13cm de largo y 3 cm de alto	10 cm de ancho, 10cm de largo y 3 cm de alto

<b>Materias primas e insumos</b>	Pechuga de pollo, jamón, queso, tocineta, sal y pimienta, mango, azúcar, vino blanco y mantequilla.	Espaguetis, Carne Molida, Tomates, vino tinto, aceite de oliva, ajo, pimienta verde, Cebolla, tomillo, orégano, Albahaca, queso Mozzarella, Queso Parmesano, Sal y Pimienta.	Tocino de cerdo, chorizo fresco, tomates, Pimienta, Sal, Ajo, cebolla, chiles jalapeños, cerveza oscura, tequila blanco, tortillas de maíz.
<b>Forma de producción (propia, terceros, entre otras)</b>	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta.	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta.
<b>Tecnología</b>	Horno	Horno	Horno
<b>Condiciones climáticas</b>	Servir caliente	Servir caliente	Servir caliente
<b>Características de empaque y embalaje</b>	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente
<b>Almacenamiento</b>	En refrigeradores	En refrigeradores	En refrigeradores
<b>Otras</b>	Presentación del plato con dos rollos de pechuga rellena, acompañada de una salsa de mango y habichuelas calientes.	Presentación del plato con una porción de salsa, salsa bolognesa, queso parmesano al gusto y pan.	Presentación del plato con dos rollos rellenos, acompañados de jalapeños y salsa mexicana.

<b>PRODUCTO</b>	<b>KEBAB</b>	<b>SUSHI</b>
<b>Capacidad de comercialización (unidades/mes)</b>	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente
<b>Característica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto sofrido.</li> <li>- Cilindro porción individual.</li> <li>- Peso: 300 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto a temperatura ambiente.</li> <li>- 6 rollos por porción.</li> <li>- Peso: 280 Gramos</li> </ul>
<b>Forma del producto</b>	Cilindro relleno.	Rollos.
<b>Tamaño por paquete</b>	8 cm de ancho, 14cm de largo y 4 cm de alto	3 cm de ancho, 3cm de largo y 1.5 cm de alto
<b>Materias primas e insumos</b>	Chuleta de ternera, cebolla, tomates, pimiento verde, ajo, aceite de oliva, vinagre, limón, sal, salsa de tomate, mostaza y pimienta.	Arroz para sushi, nori (yaki-nori, cortadas por la mitad), pepino, barritas de takuwan (de 0,5cm x 19cm), semillas de sésamo, wasabi, pescado.

<b>Forma de producción (propia, terceros, entre otras)</b>	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta.	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta
<b>Tecnología</b>	Horno	
<b>Condiciones climáticas</b>	Servir caliente	Servir a temperatura ambiente
<b>Características de empaque y embalaje</b>	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente
<b>Almacenamiento</b>	En refrigeradores	En refrigeradores
<b>Otras</b>	Presentación del plato con un cilindro de kebab, acompañado de de lechuga, tomate, cebolla, salsa amarga y pan.	Presentación del plato con 6 rollos y su respectiva salsa (wasabi), finamente decorado.

## NATIONAL FOOD

<b>PRODUCTO</b>	<b>BANDEJA PAISA</b>	<b>AJIACO</b>	<b>SANCOCHO</b>
<b>Capacidad de comercialización (unidades/mes)</b>	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente
<b>Característica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido.</li> <li>- Plato con acompañamientos</li> <li>- Peso: 500 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido.</li> <li>- Plato con acompañamientos.</li> <li>- Peso: 500 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido.</li> <li>- Plato con acompañamientos.</li> <li>- Peso: 500 Gramos</li> </ul>
<b>Forma del producto</b>	Cazuela.	Cazuela.	Cazuela
<b>Tamaño por paquete</b>	10 cm de ancho, 8cm de largo y 6 cm de alto	10 cm de ancho, 8cm de largo y 6 cm de alto	10 cm de ancho, 8cm de largo y 6 cm de alto

<b>Materias primas e insumos</b>	Frijoles rojos, carne de res molida, tocino, aceite, sal, hogao, huevos, patacones.	Pechugas de pollo, papa criolla, papa pastusa, papa sabanera, mazorcas tiernas, alcaparras, crema de leche, aguacates, sal, pimienta y condimentos	Pollo, Carne de res (espinazo) o Carne de cerdo o las tres juntas, plátano Verde picado, papa pelada, papa criolla, Mazorca, cilantro, sal, cebolla cabezona, zanahoria y agua
<b>Forma de producción (propia, terceros, entre otras)</b>	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta.	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta
<b>Tecnología</b>	Horno	Horno	Horno
<b>Condiciones climáticas</b>	Servir caliente	Servir caliente	Servir caliente
<b>Características de empaque y embalaje</b>	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente
<b>Almacenamiento</b>	En refrigeradores	En refrigeradores	En refrigeradores
<b>Otras</b>	Presentación del plato en una cazuela de barro, acompañado de ensalada de lechuga y tomate, aguacate, arepa y arroz blanco.	Presentación del plato en una cazuela de barro, acompañado de ensalada de lechuga y tomate, aguacate, arepa y arroz blanco.	Presentación del plato en una cazuela de barro, acompañado de ensalada de lechuga y tomate, aguacate, arepa y arroz blanco.

<b>PRODUCTO</b>	<b>CEVICHE DE PESCADO</b>	<b>MONDONGO</b>
<b>Capacidad de comercialización (unidades/mes)</b>	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente
<b>Característica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto asado temperatura ambiente.</li> <li>- Plato porción individual</li> <li>- Peso: 350 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto cocido.</li> <li>- Plato con acompañamientos.</li> <li>- Peso: 500 Gramos</li> </ul>
<b>Forma del producto</b>	Cazuela.	Cazuela.
<b>Tamaño por paquete</b>	10 cm de ancho, 8cm de largo y 6 cm de alto	10 cm de ancho, 8cm de largo y 6 cm de alto

<b>Materias primas e insumos</b>	Pescado fresco (corvina, halibut, tilapia, etc), cebollas, tomates, pimientos, limones, cilantro o culantro, sal y aceite de girasol.	Agua, mondongo, pata de cerdo, chorizos, papas peladas y picadas, yuca, cebollas, tomates, cilantro, comino, pimienta, azafrán y sal.
<b>Forma de producción (propia, terceros, entre otras)</b>	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta.	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta
<b>Tecnología</b>		Horno
<b>Condiciones climáticas</b>	Servir a temperatura ambiente	Servir caliente
<b>Características de empaque y embalaje</b>	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente
<b>Almacenamiento</b>	En refrigeradores	En refrigeradores



<b>Otras</b>	Presentación del plato en una cazuela de barro, acompañado de ají y patacones.	Presentación del plato en una cazuela de barro, acompañado de ensalada de lechuga y tomate, aguacate, arepa y arroz blanco.
--------------	--	---

### FAST FOOD

<b>PRODUCTO</b>	<b>HAMBURGUESA</b>	<b>PERROS CALIENTES</b>	<b>CHUZO</b>
<b>Capacidad de comercialización (unidades/mes)</b>	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente	Favor remitirse a la tabla siguiente
<b>Característica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto asado.</li> <li>- porción individual con acompañamiento</li> <li>- Peso: 300 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto caliente.</li> <li>- Porción individual con acompañamiento.</li> <li>- Peso: 300 Gramos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producto asado.</li> <li>- Porción individual con acompañamiento.</li> <li>- Peso: 400 Gramos</li> </ul>
<b>Forma del producto</b>	Plato.	Plato.	Plato.
<b>Tamaño por paquete</b>	8 cm de ancho, 8 cm de largo y 8 cm de alto	4 cm de ancho, 10cm de largo y 3 cm de alto	4 cm de ancho, 12cm de largo y 2 cm de alto

<b>Materias primas e insumos</b>	Carne, huevo, aceite, ajos, perejil, sal, pimienta, orégano, ají molido, tocineta, ripio de papa, papa, salsas y queso.	Queso, salchichas, pan para perros, ripio de papa, cebolla, salsas dulces y saladas y tocineta.	Pechugas de pollo o pierna de cerdo, cebolla, ají, pimenton verde, tomate  Sal, pimienta y tocineta.
<b>Forma de producción (propia, terceros, entre otras)</b>	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta.	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta	Producción a cargo del chef, siguiendo estrictamente la receta
<b>Tecnología</b>	Horno-asador	Horno	Horno-asador
<b>Condiciones climáticas</b>	Servir caliente	Servir caliente	Servir caliente
<b>Características de empaque y embalaje</b>	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente	Plato servido con las características del producto y supeditado a los gustos del cliente
<b>Almacenamiento</b>	En refrigeradores	En refrigeradores	En refrigeradores
<b>Otras</b>	Presentación del plato acompañado de papas a la francesa y ensalada de lechuga y tomate.	Presentación del plato acompañado de papas a la francesa y ensalada de lechuga y tomate.	Presentación del plato acompañado de papas a la francesa y ensalada de lechuga y tomate.

## 9.2. PROYECCIÓN

PRESUPUESTO DE INGRESOS								
ACTIVIDAD O PRODUCTO	COSTO UNITARIO	PROMEDIO USUARIOS	INGRESO DIARIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL		
Bebidas, pasabocas y comida chatarra			\$100.000,00	\$400.000,00	\$1.600.000,00	\$19.200.000,00	\$52.800.000,00	TOTAL ACTIVIDADES GASTRONÓMICAS ANUALES
Comida típica e Internacional	\$35.000,00	5	\$175.000,00	\$700.000,00	\$2.800.000,00	\$33.600.000,00		
Conferencias, charlas, cineforos, performances, monólogos de crítica y humor	\$15.000,00	40			\$2.400.000,00	\$28.800.000,00	\$90.528.000,00	TOTAL ACTIVIDADES CULTURALES Y PEDAGÓGICAS BILINGUES
Conciertos música inglesa adultos	\$20.000,00	40			\$1.600.000,00	\$19.200.000,00		
Conciertos música inglesa adolescentes	\$10.000,00	40			\$800.000,00	\$9.600.000,00		
Hora de práctica multimedia	\$3.000,00	3	\$9.000,00	\$36.000,00	\$144.000,00	\$1.728.000,00		
Visita inmersión bilingüe (merienda incluida)	\$10.000,00	20		\$600.000,00	\$2.400.000,00	\$28.800.000,00		
Alquiler del salón para eventos	\$200.000,00	1			\$200.000,00	\$2.400.000,00		
Tour inducción cultural y acompañamiento turístico (sin incluir transporte y consumos)	\$30.000,00	1		\$30.000,00	\$120.000,00	\$1.440.000,00	\$1.440.000,00	TOTAL ACTIVIDADES TURÍSTICAS
<b>TOTALES</b>			\$284.000,00	\$1.766.000,00	\$12.064.000,00	\$144.768.000,00		

 **Maquinaria y equipos**

<b>MATERIALES PEDAGÓGICOS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
COMPUTADORES LICENCIADOS	10	\$1.700.000,00	\$17.000.000,00
SILLAS CENTRO CÓMPUTO	10	\$14.500,00	\$145.000,00
MESAS LARGAS CÓMPUTO	3	\$100.000,00	\$300.000,00
ESCRITORIO PROFESOR	1	\$200.000,00	\$200.000,00
SILLAS UNIVERSITARIAS	20	\$80.000,00	\$1.600.000,00
TABLERO ACRÍLICO	2	\$40.000,00	\$80.000,00
TELÓN VIDEO BEAM	1	\$100.000,00	\$100.000,00
VIDEO BEAM	1	\$1.200.000,00	\$1.200.000,00
SISTEMA DE SONIDO	1	\$150.000,00	\$150.000,00
SOFTWARE APRENDIZAJE RUFFUS DISCOVERY	1	\$680.000,00	\$680.000,00
CURSO INTERCHANGE NIVELES 1,2 Y 3	3	\$58.000,00	\$174.000,00
<b>TOTAL</b>			\$21.629.000,00
<b>MUEBLES, UTENSILIOS Y HERRAMIENTAS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
JUEGO DE 1 MESA Y 4 SILLAS	10	\$190.000,00	\$1.900.000,00
SILLA COMEDOR BEBÉ	2	\$120.000,00	\$240.000,00
COMPUTADOR	1	\$1.900.000,00	\$1.900.000,00
TELÓN VIDEO BEAM	1	\$100.000,00	\$100.000,00
VIDEO BEAM	1	\$1.200.000,00	\$1.200.000,00
SILLAS PARA BARRA	4	\$90.000,00	\$360.000,00

EQUIPO DE AMPLIFICACIÓN	1	\$2.000.000,00	\$2.000.000,00
SOFTWARE CONTABLE	1	\$250.000,00	\$250.000,00
JUEGO DE PLATOS (4 PUESTOS)	10	\$200.000,00	\$2.000.000,00
JUEGO DE CUBIERTOS (PUESTOS)	10	\$50.000,00	\$500.000,00
VASOS LARGOS	40	\$2.500,00	\$100.000,00
EQUIPOS DE COCINA	1	\$22.000.000,00	\$22.000.000,00
<b>TOTAL</b>			\$32.550.000,00
<b>GRAN TOTAL</b>			\$54.179.000,00

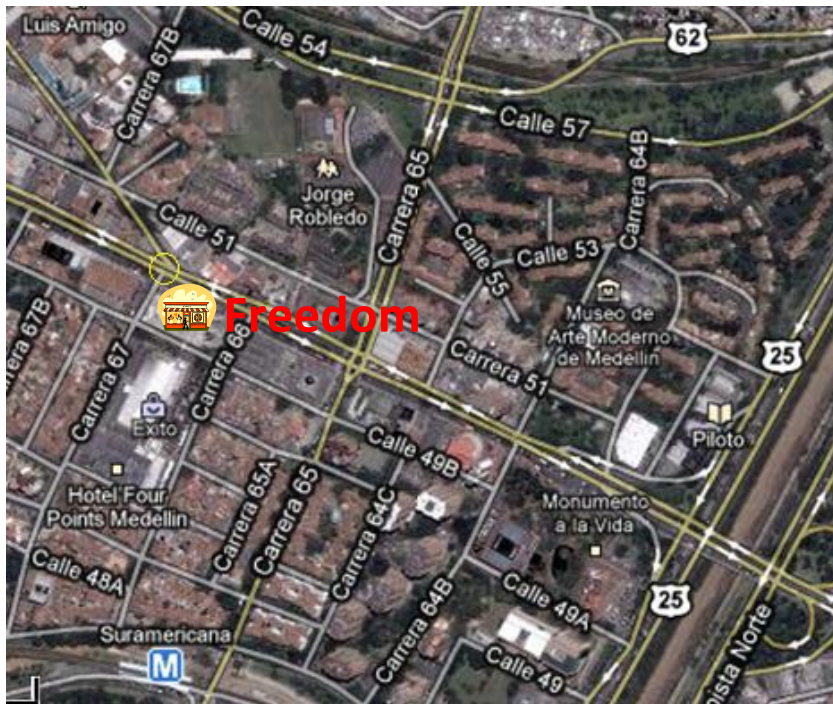
### 9.3. ANALISIS MACROLOCALIZACION

Calle 50 n 67-117 edificio fabel estrato comercial

Arrendamientos metro casa







La Unidad Deportiva Atanasio Girardot se encuentran ubicada en una de las zonas residenciales más centrales de la ciudad de Medellín, el sector Estadio de la Zona Centro Occidental, tiene acceso por medio de dos importantes arterias viales principales: la Avenida 70 que corre de sur a norte y la Avenida Colombia que corre de oriente a occidente.

Contiguo al Estadio se encuentran ubicados otros centros de primer orden como todo un complejo educativo conformado por el Colegio Nacional Marco Fidel Suárez y el Colegio San Ignacio. Al oeste del complejo deportivo se encuentra una exclusiva zona comercial en la cual se encuentran los centros comerciales "El Obelisco" y "El Diamante". Al sur la Estación Estadio que permite un estratégico acceso a otras latitudes del Área Metropolitana de Medellín y al noroeste la IV Brigada del Ejército de Colombia.

Cabe señalar también que en la zona están ubicados diferentes centros educativos y de idiomas, al igual que importantes universidades que ofrecen en sus programas licenciaturas en educación como la Fundación Universitaria Luis Amigo.

La zona donde estará ubicado "Freedom" restaurant and pub contará con las siguientes características:

1. Zona de fácil ubicación para ciudadanos de Medellín y el área metropolitana, visitantes y extranjeros.
2. Cercanía con importantes centros de educación básica y superior tanto a nivel público como privado.
3. Fácil acceso por medio de importantes vías como la carrera 70, avenida Colombia, entre otras.
4. Cuenta con una gran variedad de rutas de buses y la cercanía de dos importantes estaciones del metro como son: suramericana y estadio.
5. Dentro del sector se encuentran una gran variedad de hostales, hoteles y posadas donde un gran número de extranjeros se alojan cuando visitan la ciudad.
6. Está ubicado en una zona tranquila y segura dentro de la ciudad, con facilidad para diferentes actividades como el comercio, el deporte, el goce y el disfrute.



**9.4. EQUIPO DE TRABAJO (8 horas laborales de 8:00 PM – 4:00 PM y de 5:00 a 1:00)**

<b>Cargo</b>	<b>Cantidades</b>	<b>Personal calificado</b>	<b>Funciones</b>	<b>Áreas manejadas</b>	<b>Tipo de contrato</b>
Gerente	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de créditos financieros</li> <li>• Celebración de contratos comerciales</li> <li>• Selección de personal</li> <li>• Toma de decisiones administrativas</li> <li>• Establece las estrategias de mercadeo</li> </ul>	Relaciones Publicas, financieras y comerciales	Indefinido
Administrador	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de la contabilidad</li> <li>• Facturación</li> <li>• Labores administrativas del establecimiento: nomina, impuesto, etc.</li> <li>• Control de calidad de los pedidos</li> </ul>	Administración General	Indefinido
Secretaria contable bilingüe	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad</li> <li>• Atender el teléfono y brindar la información que se le solicite.</li> <li>• Estar al tanto de las reservaciones y de la recepción de los clientes.</li> <li>• Realizar la programación de eventos y actividades.</li> </ul>	Atención al cliente. Contabilidad. Planeación.	indefinido
chefe	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar los platos siguiendo estrictamente las sugerencias del cliente y la receta del restaurante.</li> <li>• Dirigir a los empleados a su cargo y ser</li> </ul>	Gastronomía. Manipulación de alimentos. Manejo de personal.	Definido

			<p>garante de que cumplan con sus labores.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar a los clientes un valor agregado en la preparación de los platos procurando la entera satisfacción de estos.</li> <li>• Portar todos los elementos de seguridad y aseo durante la manipulación de los alimentos.</li> </ul>		
Servicios generales	1	No	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener en todo momento los espacios limpios y aseados cumpliendo con las normas de seguridad.</li> <li>• Brindar en todo momento un trato amable y cordial a todas las personas.</li> <li>• Conservar los espacios con todos los requerimientos técnicos e informar a tiempo todas las novedades que puedan presentarse.</li> </ul>	Aseo. Atención al cliente.	Horas
Auxiliar de cocina	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con todas las tareas asignadas por el chef en la preparación de los alimentos.</li> <li>• Portar todos los elementos de seguridad y aseo durante la manipulación de</li> </ul>	Gastronomía. Manipulación de alimentos.	Horas

			<ul style="list-style-type: none"> <li>los alimentos.</li> <li>Preparar los platos siguiendo estrictamente las sugerencias del cliente y la receta del restaurante.</li> </ul>		
Docente de ingles	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procurar en todo momento la utilización del idioma ingles dentro del restaurante.</li> <li>Mantener un trato amable y cordial tanto con clientes como empleados en general.</li> <li>Impartir las clases mediante pedagogías activas y utilización de la tecnología donde el centro del proceso sea el estudiante o cliente.</li> <li>Ser innovador y creativo en la planeación de las actividades a desarrollar.</li> </ul>	<p>Pedagogía y didáctica.</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Enseñanza y aprendizaje.</p>	Horas.
Recreacionista	1	Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procurar en todo momento la utilización del idioma ingles dentro del restaurante.</li> <li>Mantener un trato amable y cordial tanto con clientes como empleados en general.</li> <li>Desarrollar las actividades buscando siempre potenciar las habilidades comunicativas de los clientes.</li> <li>Ser innovador y creativo en la planeación de las actividades a desarrollar.</li> <li>Mantener un</li> </ul>	<p>Atención al cliente.</p> <p>Enseñanza-aprendizaje.</p> <p>Pedagogía y didáctica.</p>	Horas.

			diálogo fluido y de mucha retroalimentación con el docente de ingles en el desarrollo de las actividades.		
Músicos		Si	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procurar en todo momento la utilización del idioma ingles dentro del restaurante.</li> <li>• Mantener un trato amable y cordial tanto con clientes como empleados en general.</li> <li>• Brindar diferentes opciones musicales y de entretenimiento a clientes y visitantes.</li> <li>• Realizar constantemente cambios de géneros acorde a las exigencias del cliente.</li> </ul>	Diversión y entretenimiento.	Horas.

## BIBLIOGRAFIA

- ❖ ALEGRE SAZ, Luis. Fundamentos de Economía de la Empresa. 2.ed. España: Ariel S.A. , 2000. 460 p.
- ❖ CASAS, Ignacio F. La empresa: organización y dirección integral de la empresa. Estados Unidos: Ediciones Depalma, 1979. 235 p.
- ❖ Colombia. Ministerio de Educación Nacional. Lengua Extranjera. Programa Nacional de Bilinguismo. [En línea] Bogotá, 2009. <<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/article-158720.html>> [Consulta: 10 Oct. 2009].
- ❖ Colombia. Ministerio de Educación Nacional. Bases para una nación bilingüe y competitiva. [En línea] Bogotá, 2005. <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html>> [Consulta: 25 Oct. 2009].
- ❖ Concepto y Clasificación de la empresa. [En línea].<Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos21/clasificacion-empresas/clasificacion-empresas.shtml>> [Consulta: 25 Mar.2010]
- ❖ Empresa.[en línea].<Disponible en:<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>>[consulta: 26 Nov.2009]
- ❖ Krashen, S., & Terrell, T. The natural approach: Language acquisition in the classroom. Oxford, England: Pergamon Press, 1983.
- ❖ Las 4 p del Maercado. [En línea].<Disponible en: <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id11.html>> [Consulta: 10 Mar.2010]
- ❖ Teoría del Muestreo. [En línea].<Disponible en: <http://www.uaq.mx/matematicas/estadisticas/xu5.html>> [Consulta: 28 Feb.2010]

## ANEXOS

**OBJETIVO: Valorar la importancia del bilingüismo para la población del área metropolitana e identificar algunos hábitos importantes en su uso cotidiano.**

1. Escriba una x en el rango que se encuentra:

Bachiller\_\_\_\_\_

Universitario\_\_\_\_\_

Profesional\_\_\_\_\_

2. Escriba su ocupación actual

\_\_\_\_\_

3. Clasifique su nivel de ingles en los siguientes aspectos:

❖ Lectura.

BAJO

MEDIO

ALTO

❖

Escritura.

BAJO

MEDIO

ALTO

❖

Habla (pronunciación).

BAJO

MEDIO

ALTO

4. Considera que hablar el ingles se ha convertido en una necesidad social en el mundo entero y en especial en el área metropolitana.

SI

NO

5. Ha tenido o tiene en la actualidad algún contacto con el idioma en una o varias facetas de su vida (estudio, trabajo, familia u otros).

SI

NO

6. Considera que es importante crear espacios para hablar el idioma, ingles sin importar el nivel o conocimiento que de él se tenga.

SI

NO

7. La oferta gastronómica de la ciudad debería ofrecer espacios de bilingüismo tanto para extranjeros como para habitantes del área metropolitana con el ánimo de practicar y fortalecer las habilidades adquiridas.

SI

NO

8. Conoce en la actualidad un lugar para el disfrute y la practica vivencial del idioma ingles dentro de la ciudad.

SI

NO

Si es positiva su respuesta ¿Qué le gusta del sitio? :

- A. Su atención.
- B. Su sazón.
- C. El ambiente y la posibilidad de comunicar sus ideas en ingles.
- D. La posibilidad de conocer otras personas y valorar otras culturas.

9. Que tipos de platos con una sazón muy colombiana recomendaría a las personas en general:

- A. Comidas rápidas.
- B. Asados y barbicue.
- C. Comida de mar.
- D. Comidas típicas nacionales e internacionales.

10. Como se informaría de este tipo de sitios:

- A. Radio y televisión.
- B. Periódicos y revistas.
- C. Internet.
- D. Por medio de instituciones culturales y educativas.

11. Que rango considera ajustado a sus posibilidades dentro de un menú:

DE \$ 5000  
A \$ 15000

DE \$ 15000  
A \$ 30000

DE \$ 30000  
A \$ 40000