

JK- COFFEEBAR S.A



CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

OPCIÓN DE GRADO III

ESCUELA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA D.C

2017

CONTENIDO

1. Introducción.....	4
1.1 Objetivo general.....	5
1.2 Objetivos específicos.....	5
1.3 Conclusiones.....	5
2. Capítulo 1: Empresa.....	6
2.1 Régimen legal.....	6
2.1.1 Actividad.....	6
2.1.2 Régimen.....	6
2.1.3 Origen de capital.....	6
2.1.4 Magnitud.....	6
2.1.5 Descripción de las inversiones.....	6
2.1.5.1 Muebles y enseres.....	7
2.1.5.2 Mano de obra directa.....	9
2.2 Pasos de creación.....	10
2.3 Documentos anexos.....	11
2.3.1 Acta de constitución de sociedad por acciones.....	23
2.4 Árbol de ideas.....	45
2.5 Plan estratégico.....	51
2.5.1 Misión.....	51
2.5.2 Visión.....	51
2.5.3 Objetivos corporativos.....	51
2.5.4 Argumentos.....	51
2.5.4.1 Producción.....	51
2.5.4.2 Finanzas.....	51
2.5.4.3 Mercadeo.....	52
2.5.4.4 Talento Humano.....	52
2.5.5 Diagnostico.....	53
2.5.5.1 DOFA.....	53
2.5.5.2 Estrategias DO.....	55
2.5.5.3 Estrategia FA.....	55
3. Capítulo II: Herramientas administrativas.....	56
3.1 Dirección.....	56
3.1.1 Liderazgo.....	56
3.2 Organización.....	58
3.2.1 Organigrama.....	58
3.2.2 Manual de funciones.....	59
3.3 Ejecución.....	71

3.4 Control.....	72
3.4.1 Mecanismos de control.....	75
4. Capitulo III: Análisis.....	77
4.1 Características del producto.....	77
4.1.1 Local.....	77
4.1.2 Marca.....	77
4.1.3 Logotipo.....	77
4.1.4 Eslogan.....	78
4.1.5 Single.....	78
4.2 Prototipo.....	78
4.3 Investigación de mercados.....	78
4.3.1 Mercado objetivo	78
4.3.1.1 Perfil del cliente	78
4.3.1.2 Cliente objetivo.....	79
4.3.2 Estrategia de servicio.....	79
4.3.3 Estrategia de promoción.....	80
4.3.4 Segmentación.....	80
4.3.5 Estrategia de producto.....	82
4.3.6 Planteamiento del problema.....	82
4.4 Desarrollo de Encuesta	83
4.5 Resultados.....	84
4.5.1 Tabulación	84
4.5.2 Análisis.....	87
4.5.2.1 Análisis por pregunta	87
4.5.2.2 Análisis general	89
5. Conclusiones	89

1. INTRODUCCION

Este proyecto empresarial es realizado para presentar una propuesta creativa de estudiantes emprendedores que tiene como fin ofrecer productos de Asia que no son muy comunes de encontrarlos en nuestro país. Lo que queremos es innovar en el mercado ofreciendo productos y un servicio que sean llamativos, dando una gran variedad de sabores y presentaciones. Nuestra empresa quiere brindar a los clientes confianza ya que trabajamos para ser reconocidos y es por eso que nos preocupamos en darnos a conocer, en distribuir y vender nuestros productos, en ofrecer calidad.

JK COFFER BAR es un bar creado con el fin de que las personas quienes gusten de la cultura asiática en especial coreana y japonesa puedan disfrutar de nuestros servicios.

La empresa comenzará con la apertura de un restaurante con vistas a una expansión primero por la ciudad de Bogotá y si es posible una expansión nacional más adelante guiándonos por nuestra investigación de mercados tanto interna como externa para de esta forma poder analizar en qué sectores del país podemos establecer nuevas sucursales ofreciéndole a todos nuestros clientes la mejor calidad en nuestros servicios.

Tendremos en cada área diferentes mecanismos de control que ayudaran en el manejo y buen funcionamiento del mismo, dando muestra del crecimiento y los problemas que se tengan, llegando al punto clave para fortalecer nuestras debilidades aprovechando nuestras oportunidades en el mercado y sobrepasando todas las amenazas que se presentan en la competencia, superando cualquier bache controlándolo de la mejor forma obteniendo así mayores ganancias que perdidas, generando conocimiento e inversión a nivel nacional como internacional.

PENTA

Palabra clave: servicio y **GONO**

El servicio que prestamos básicamente nos enfocamos a un público en general, en este caso la comunidad que gusta de la cultura asiática, no obstante en nuestro establecimiento, es decir, el coffe-bar está abierto para cualquier tipo de público en general, básicamente las edades oscila entre los 18 a 45 años para el bar y el café todo tipo de público ya que también es un ambiente familiar.

Por lo tanto la creación de JK-COFFEBAR es espacio para esta comunidad en particular donde ofrecemos calidad, seguridad y eficiencia en el servicio, nuestro establecimiento es innovador por la combinación de su temática y ya que es nuevo en el mercado y similares han sido un total éxito por su innovación

Creemos que actualmente este tipo de establecimiento es una innovación en todo el tema de cafés- bar del país, por ende es un factor de factibilidad por su temática ya que cada año la comunidad aumenta y pide espacios como estos.

Hipótesis

Creemos que la solución actual es suficiente porque los costos son suplidos con las ganancias lo cual nos permite crecer cada día.

Nuestra base es proporcionar al cliente un espacio agradable el cual sienta que sale de la monotonía donde puede relajarse y más con una temática la cual ama y es seguidor.

Preguntas de la entrevista

1. ¿Qué opina sobre abrir al público este tipo de espacios?
2. ¿Conoce espacios similares a este?
3. ¿Está de acuerdo la combinación de la temática?
4. ¿Le gustaría encontrar en un bar un espacio donde también pueda usted como cliente hacer eventos?
5. ¿Qué menú le gustaría que hubiera en la sección de café- restaurante?

La entrevista fue aplicada a 5 personas de las cuales 3 son otaku y una es amante del kpop y la otra es del común

Lina Marcela Cruz Peña

Respondió:

1. Estoy acuerdo con la apertura de este tipo de espacios me parece que ya era hora de que se hiciera algo asi.
2. Solo unos restaurantes y bar- restaurante.
3. Sí, me parece innovador.
4. Sí, porque ninguno ofrece este tipo de servicios.
5. Me gustaría sushi, ramen, sopa de miso y oniguiris.

Juan Sebastián Bello Camacho

Respondió:

1. Estoy acuerdo se necesitan más espacios como este.
2. Unos restaurantes
3. Sí, es bastante genial la idea.
4. Sí, porque ninguno ofrece este tipo de servicios.
5. Me gustaría sushi, oniguiris, kinchi.

Cesar cruz Peña

Respondió:

1. Estoy acuerdo de hecho la idea está bastante genial y diferente.
2. Solo un bar- restaurante y un café.
3. Sí, me parece innovador.
4. Si ya que sería baste genial.
5. Me gustaría sushi, ramen, narutos y bulkoggui.

Alejandra Abella

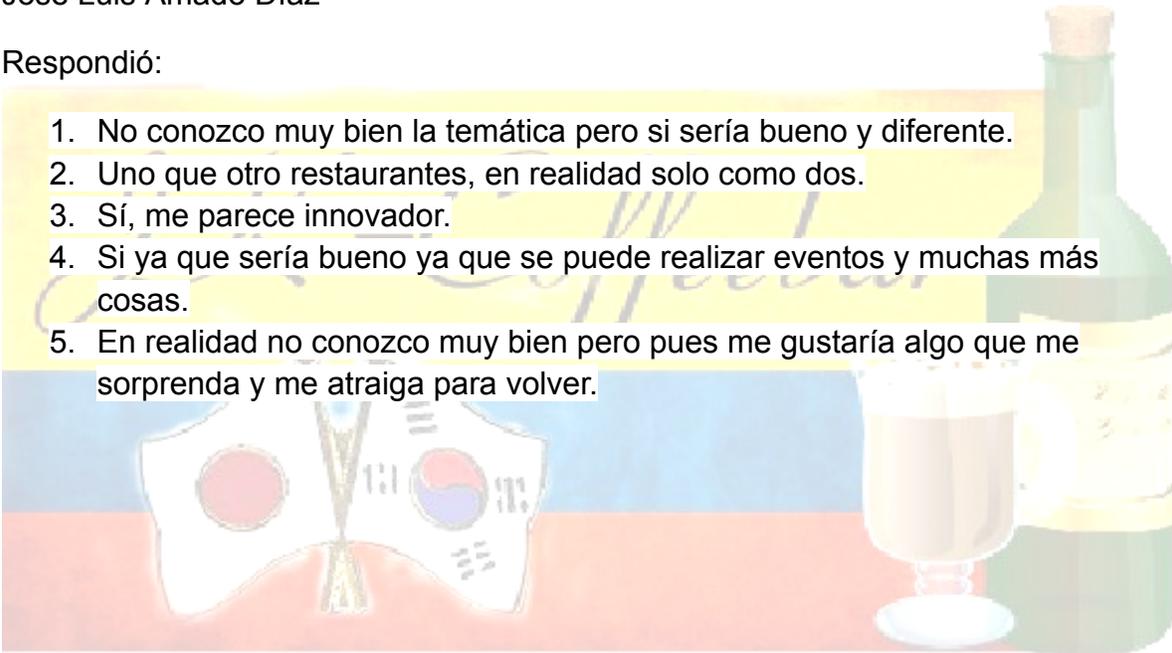
Respondió:

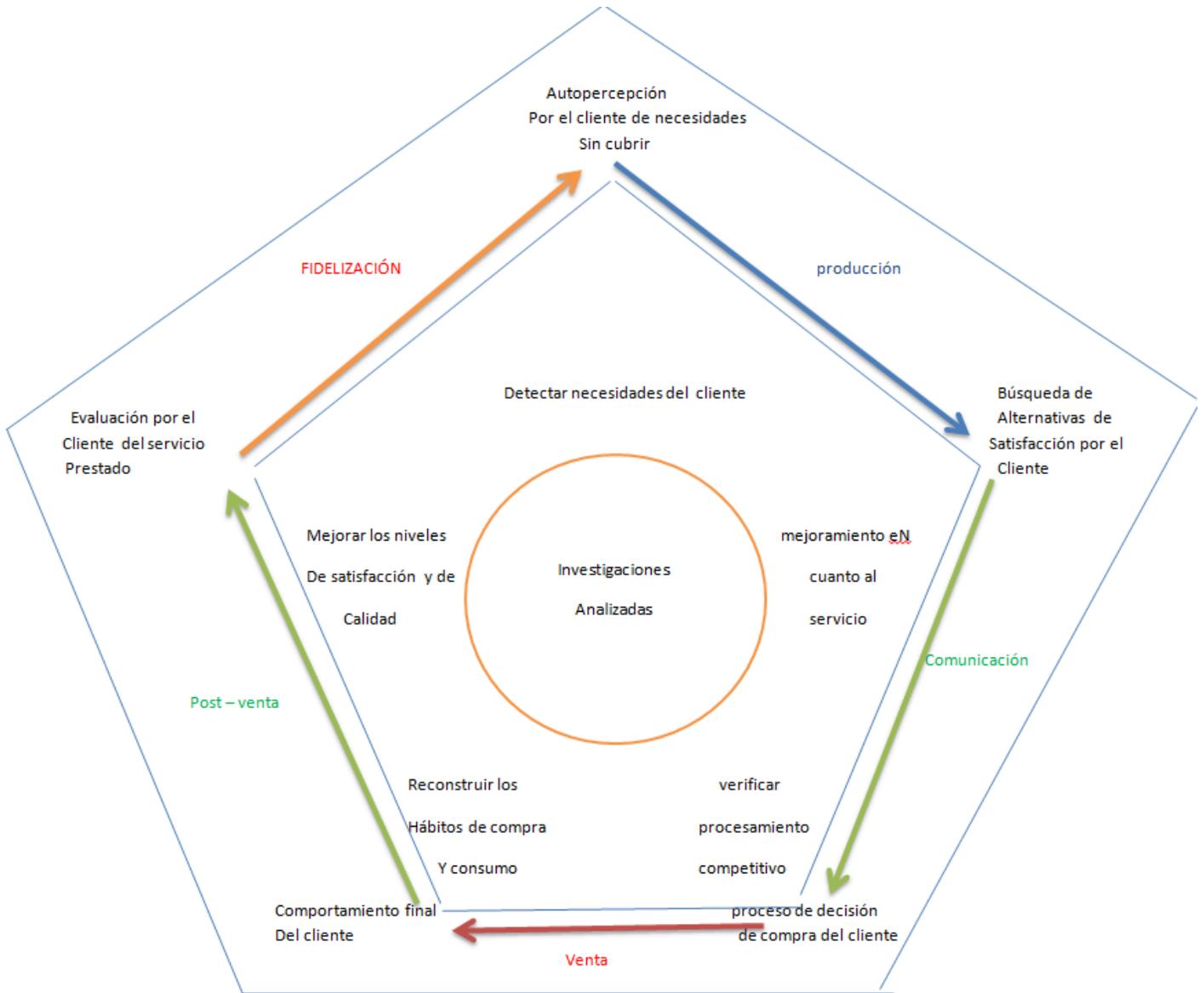
1. Estoy acuerdo porque no hay de ese tipo de espacios y es algo que se necesita.
2. Un café que es japonés y como dos o tres restaurantes.
3. Sí, me parece innovador.
4. Si ya que sería baste genial y útil.
5. Me gustaría sushi, ramen son ricos.

José Luis Amado Díaz

Respondió:

1. No conozco muy bien la temática pero si sería bueno y diferente.
2. Uno que otro restaurantes, en realidad solo como dos.
3. Sí, me parece innovador.
4. Si ya que sería bueno ya que se puede realizar eventos y muchas más cosas.
5. En realidad no conozco muy bien pero pues me gustaría algo que me sorprenda y me atraiga para volver.





Planteamiento del problema

Cuenta con una amplia información este tipo de ambientes, es decir, el café-bar ya que este es un modelo e innovador que se está recibiendo excelente por parte de la comunidad.

Formulación del problema

¿De qué manera se puede beneficiar la comunidad con el análisis histórico sobre los este tipo de ambientes?

Desagregación del problema

¿Dentro del proceso de investigación que pasos son necesarios para la creación de un coffe-bar con temática anime y kpop y cuales fueron el factor de éxito de los pocos existente o con temática similar?

¿Qué estrategias se pueden buscar para obtener más información sobre este tipo de temáticas y con el cuidado que se debe tener?

¿Cuáles son las competencias o sustitutos?

Hay varios lugares con esta temática ya sea restaurantes, cafés, o la combinación de ambos con bar, dentro de estos lugares se encuentran:

Restaurante – bar kamissake

Restaurante japonés kurenai maid café

Restaurante coreano arirang

1.1 Objetivo general

Generar conocimiento a la comunidad, en un ambiente diferente, con la creación de un café-bar, donde se les ofrecerá espacios de ocio, con eventos anime y k-pop, ambientándolo, logrando así interacciones, reconocimiento y satisfacción en nuestros clientes no solo en los eventos, si no en plano general.

1.2 Objetivos específicos

- Ofrecer a la comunidad que gusta de la cultura asiática un espacio para que pueda disfrutar de ella sin prejuicios y a gusto.
- Crear espacios donde se pueda apreciar la diversidad cultural.
- Dar a conocer la variedad de licores importados de Asia, a la comunidad que gusta de este tipo de bebidas exóticas.
- Incentivar a la comunidad que no conoce de la cultura logrando así su integración a espacios fuera de lo común.
- Expandirnos ofreciendo la mejor calidad en nuestros servicios y productos.
- Obtener reconocimiento, teniendo un buen uso de nuestra publicidad sin necesidad de saturar.
- Dar a conocer el establecimiento como innovador, creativo y a gusto de nuestros futuros clientes, logrando así penetrar el mercado actual.

1.3 Conclusiones

- Se ofreció a la comunidad que gusta de la cultura un espacio para que pudiese disfrutar cómodamente.
- Se creó espacios a la población donde se logró la diversidad cultural.
- Se dio a conocer la gran variedad de licores traídos de su país de origen a la comunidad que gusta de bebidas exóticas.
- Se incentivó a la población que no conocía de la cultura a integrarse más a este tipo de ambientes culturales.



1.3.1.1 Muebles y enseres

Los muebles y enseres están conformados por aquellos necesarios tanto para el área administrativa como el área operativa y que son indispensables para desarrollar correctamente ciertas actividades donde se hacen necesarios dichos activos.

Inversión necesaria inicial			
Partidas			Cuenta
Partida correspondiente a la contratación del local			2.750.000
Dos meses de fianza del alquiler del local			5.500.000
Muebles y enseres	Cantidad	V. unitario	Total
Juego(4 sillas,1 mesa de madera)	25	110.000	2.750.000
Estantes metálicos	6	55.000	330.000
Computador	1	2.500.000	2.500.000
Neveras	3	800.000	2.400.000

Equipo de sonido y luces (set completo)	1	22.000.000	22.000.000
Caja registradora	1	6.500.000	6.500.000
Total	-	-	29.180.000
Herramientas y utensilios	Cantidades	V. unitario	Total
Cubetas	6	8.000	48.000
Cucharas polietileno	2	10.000	20.000
Tapabocas	4	2.000	8.000
Delantales	4	45.000	180.000
Recipientes plásticos	6	15.000	90.000
Set de cocina (ollas)	3	150.000	450.000
Set de cubiertos	5	60.000	300.000
Vajilla	6	80.000	480.000
Total			1.576.000

Costos indirectos de fabricación	Unidad	Cantidad	Costo
Gas	Pipeta 33 Lbs	1	30.0000
Luz	Kilovatio	1	65.0000
Mantenimiento	Unidad	1	100.000
Vigilante	Unidad	1	415.000
Implementos de aseo	Unidad	1	30.000
Total			640.000

1.3.1.2 Mano de obra directa

Como mano de obra se considera a 1 operario que labora 8 horas diarias durante 12 meses del año con prestaciones sociales del 61,352% (cesantías 8.33%. intereses a cesantías 1.00%, seguridad social 25%, semana 2%, ICBF 3%, caja de subsidio 4%, vacaciones 4.17%, primas 8.33% y arp 0.522%).

Rubro	Valor
Salario mínimo	737.717
Prestaciones	315.000

Valor diario	24.591
Total mes	713.126
Total año	8.557.512





2. CAPÍTULO I: EMPRESA

2.1 Régimen legal

CLASIFICACIÓN DE EMPRESA

- 2.1.1 **ACTIVIDAD:** Comercial, será un café bar, donde encontrarán variedad de licores y comida asiática, ya que está inspirado en lo anime y k-pop. También se realizarán eventos de las culturas ya mencionadas.
- 2.1.2 **RÉGIMEN:** Sociedad Anónima S.A, la cual está consignada en el acta constitucional. Los socios asumimos la responsabilidad de la empresa deudas; bajadas y subidas.
- 2.1.3 **ORIGEN DE CAPITAL:** Privado cada socio aportará entre veinte millones de pesos, en efectivo y en activos.
- 2.1.4 **MAGNITUD:** Se constituirá como una mediana empresa, que inicialmente tendrá 8 empleados, con proyecciones para constituirse como una gran empresa, pues con el tiempo nuestro talento humano crecerá a medida que la producción lo requiera.

2.1.5 Descripción de inversiones

La inversión inicial se concretará principalmente en movilizad (herramientas, mobiliario y vehículo de transporte) necesario para la actividad. El local en principio se obtendrá en régimen de alquiler, por tanto no supone una partida de inmovilizado. No obstante para la inversión inicial se habría de considerar dos meses de fianza que el alquiler de un local de aproximadamente 70 m2 cuadrados en zona urbana acondicionado con un servicio y la preinstalación de

telecomunicaciones se estima en \$1.350.000 mensuales. Por otra parte es necesario disponer de una tesorería mínima inicial que nos permita al menos hacer frente a dos meses de sueldo de los 5 socios y 8 trabajadores. Estimamos que la categoría laboral que tiene es de autónomos propietarios de la sociedad y asumimos un sueldo bruto mensual de \$3.000.000

2.2 Pasos de creación

a) En la cámara de comercio realizar la consulta de:

- Nombre
- MARCA
- ACTIVIDAD
- USO DEL SUELO

b) Definir la sociedad (acta o minuta)

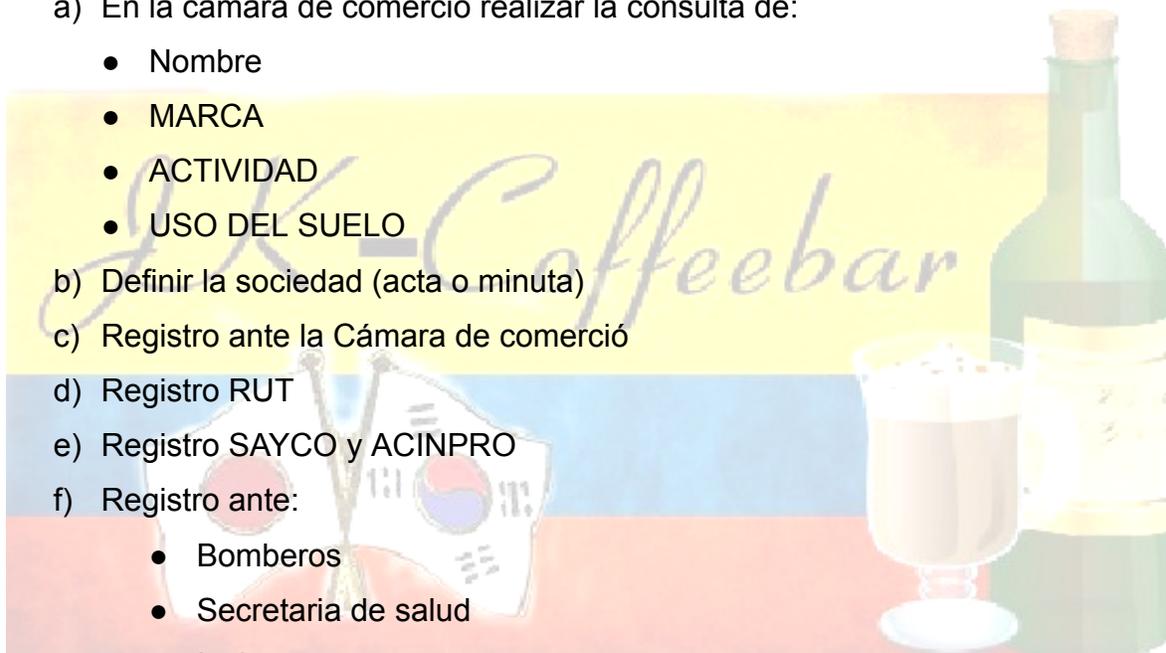
c) Registro ante la Cámara de comercio

d) Registro RUT

e) Registro SAYCO y ACINPRO

f) Registro ante:

- Bomberos
- Secretaria de salud
- Invima
- Ministerio de protección social
 - Caja de compensación familiar
 - ARL.



Documentos anexos:

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI DESARROLLO INTEGRAL DEL TERRITORIO DESARROLLO FÍSICO	SISTEMAS DE GESTIÓN SGC - MECI - SISTEDA	MMDI02.02.06.18	
	FORMATO CONCEPTO USO DEL SUELO	VERSIÓN	FECHA APROBACIÓN
RECIBO N°: _____	FECHA: _____		
N° DE RADICACIÓN: _____	FECHA: _____		
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____			
ACTIVIDAD N°: _____			



**SISTEMA GENERAL DE RIESGOS PROFESIONALES
FORMULARIO DE AFILIACIÓN, NOVEDADES Y RETIRO
DE TRABAJADORES INDEPENDIENTES Y CONTRATANTES**



I. TRÁMITE No. _____

AFILIACIÓN TRASLADO

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO (DD MM AAAA) FECHA DE RADICACIÓN (DD MM AAAA)

II. DATOS GENERALES DEL CONTRATANTE

TIPO DE DOCUMENTO No. DE DOCUMENTO NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

NT C.C. C.E.

DIRECCIÓN SEDE PRINCIPAL MUNICIPIO DEPARTAMENTO

TELÉFONO FAX CORREO ELECTRÓNICO NÚMERO DE CONTRATO CON LA ARP

III. INFORMACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO DONDE EJERCERÁ SUS FUNCIONES EL TRABAJADOR INDEPENDIENTE

ACTIVIDAD ECONÓMICA CÓDIGO DEL CENTRO DE TRABAJO CLASE DE RIESGO

DIRECCIÓN MUNICIPIO DEPARTAMENTO

TELÉFONO FAX CORREO ELECTRÓNICO

IV. DATOS DEL TRABAJADOR INDEPENDIENTE Y DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR

TIPO DE DOCUMENTO No. DE DOCUMENTO PRIMER APELLIDO SEGUNDO APELLIDO

NT C.C. C.E.

NOMBRES FECHA DE NACIMIENTO (DD MM AAAA) SEXO

MASCULINO FEMENINO

EPS CÓDIGO EPS AFP CÓDIGO AFP TIPO DE CONTRATO

CIVIL COMERCIAL ADMINISTRATIVO

FECHA INICIO CONTRATO (DD MM AAAA) FECHA TERMINACIÓN CONTRATO (DD MM AAAA) RECIBE TRANSPORTES DEL CONTRATANTE

SI NO

FECHA INICIO COBERTURA (DD MM AAAA) VALOR DEL CONTRATO FORMA DE PAGO DE LA COTIZACIÓN

ANTICIPADO MES VENCIDO No. DE MESES

DEDUCCIONES	INGRESO MENSUAL	R.C.	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	HORARIO EN QUE EJECUTARÁ LAS ACTIVIDADES																								
				HORA																								
				LUNES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
				MARTES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
				MIÉRCOLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
				JUEVES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
				VIERNES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
				SÁBADO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
				DOMINGO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24

DATOS DE AFILIACIÓN SIMULTÁNEA AL SGRP ARP POR DIFERENTES CONTRATANTES O EMPLEADORES

NOMBRE ARP	CÓDIGO	Nº IDENT. CONTRATANTE O EMPLEADOR	NOMBRE CONTRATANTE O EMPLEADOR	TIPO DE CONTRATO
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.

CON ESTE FORMULARIO SE PERFECCIONA LA AFILIACIÓN AL SISTEMA GENERAL DE RIESGOS PROFESIONALES Y CONSTITUYE EL RESPECTIVO CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES, REGIDO EN TODOS SUS ASPECTOS POR LO DISPUESTO EN LA LEY 100 DE 1993, EL DECRETO 2886 DE 1994, LA LEY 778 DE 2002 Y EL DECRETO 2800 DE 2003 Y DEMÁS NORMAS QUE LOS MODIFICAN ADICIONAL O COMPLEMENTARIAMENTE.

<p>DE LAS DECLARACIONES QUE SE HAN HECHO AL DILIGENCIAR ESTE FORMULARIO, EL TRABAJADOR INDEPENDIENTE O CONTRATANTE DECLARA QUE LA AFILIACIÓN CONSTITUYE UN BIEN JURÍDICO QUE LE PERTENECE EN FORMA EXCLUSIVA Y QUE NO HA SIDO OBJETO DE CUALQUIER OTRO BIEN JURÍDICO QUE LE PERTENEZCA EN FORMA CONJUNTA O SOLIDARIA.</p>	<p>DE LAS DECLARACIONES QUE SE HAN HECHO AL DILIGENCIAR ESTE FORMULARIO, EL TRABAJADOR INDEPENDIENTE O CONTRATANTE DECLARA QUE LA AFILIACIÓN CONSTITUYE UN BIEN JURÍDICO QUE LE PERTENECE EN FORMA EXCLUSIVA Y QUE NO HA SIDO OBJETO DE CUALQUIER OTRO BIEN JURÍDICO QUE LE PERTENEZCA EN FORMA CONJUNTA O SOLIDARIA.</p>	<p>SELO DE FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN EN LA ARP</p>
NOMBRE Y FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL - CONTRATANTE	FIRMA TRABAJADOR INDEPENDIENTE	NOMBRE Y FIRMA REPRESENTANTE DE LA ARP
		NOMBRE Y FIRMA DEL FUNCIONARIO QUE RECIBE

	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS PERMISO SANITARIO Decreto 4444 de 2005	Código: F06-PM01-RS
		Versión: 10
		Página: 1 de 2
		Fecha de Emisión: 12/02/2013

FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS
PERMISO SANITARIO
(Decreto 4444 de 2005)
FICHA TÉCNICA

No diligencie los espacios sombreados

Presente su documentación sin tachaduras ni enmendaduras, legajada y foliada (numerada), en carpeta blanca.

Presente los formularios con los datos del establecimiento, con el fin de poder acceder a los servicios de atención al cliente.

SISTEMA GENERAL DE RIESGOS PROFESIONALES

Noviembre 2013

DATOS 0
Número 0

DATOS 1
TIPO

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

ASEGUR
Total en año

DATOS 2
Fecha 2013



CUERPO OFICIAL DE BOMBEROS DE BOGOTÁ D.C.

FORMULARIO DE INGRESO DE INFORMACIÓN PARA PAGO DE CONCEPTO TÉCNICO DE BOMBEROS

Fecha de Ingreso :	
Nit ó Cédula :	
Razón Social :	
Nombre del propietario ó Representante Legal :	
Cantidad de Establecimientos :	
Tipo de Establecimiento :	

INFORMACIÓN PARA LIQUIDAR PAGO DE CONCEPTO TÉCNICO

Valor a Cancelar :	
--------------------	--

Consiguar en cualquier sucursal del Banco de Occidente Cuenta Corriente No 25604582-4 – Tesorería Distrital – Nit 899999061-9

Nota: La liquidación tiene vigencia hasta el 31 de Diciembre del presente año



Forma y sello de responsabilidad

Para el envío de la información por fax, comuníquese al número Línea Gratuita 01 8000 81 13. Le siga las indicaciones. Recuerde que para el procesamiento de la información es necesario que todos los campos estén completamente diligenciados.

Este formulario será procesado en los siguientes 3 días hábiles a partir de la recepción, con base en el cumplimiento de los datos con la movilidad como soporte.

7.001 - 047 03064 01 www.invima.gov.co

**FORMULARIO UNICO DE REGISTRO SANITARIO AUTOMATICO DE ALIMENTOS
NUEVO Y RENOVACIÓN
DECRETO 3075/97**

1. DATOS GENERALES DEL TITULAR

Nombre o Razón Social:	
Dirección:	Ciudad:
Correo Electrónico E-mail:	
Departamento:	País:
Propietario, Representante legal o Apoderado:	
Cédula de ciudadanía:	T.P. de Abogado Nro.:
Dirección de notificación:	Ciudad de Notificación:
Teléfono(s) de notificación:	

2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCIÓN DETALLADA EN LA CONSIGNACION

Nombre o Razón Social:	
Dirección:	Nit o CC
Ciudad:	Tel:
Numero de consignación (referencia 1):	Código de tarifa Cancelada:

3. DATOS ESPECIFICOS DEL PRODUCTO

<input type="checkbox"/> Alimento producido o envasado en el país	<input type="checkbox"/> Alimento Importado	
<input type="checkbox"/> Solicitud de Registro Sanitario		
<input type="checkbox"/> Solicitud Renovación Registro Sanitario Nro. _____ Vigente hasta: _____		
Fabricante(s) o envasador(es)	Ubicación (Dirección y Ciudad)	
1. _____	_____	
2. _____	_____	
3. _____	_____	
Importador (es)	Ubicación (Dirección y Ciudad)	
1. _____	_____	
2. _____	_____	
3. _____	_____	
Nombre del producto:		
Marca(s) comercial(es):		
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN DEL PRODUCTO		
<input type="checkbox"/> Temperatura ambiente	<input type="checkbox"/> Refrigeración	<input type="checkbox"/> Congelación
EXPEDIENTE Nro.	REGISTRO SANITARIO Nro.	VIGENTE HASTA
Verificado por: _____		Subdirector (a) de Registros Sanitarios:
_____		_____

Declaro que la información presentada en esta solicitud respaldada con mi firma, es veraz y comprobable en cualquier momento, que conozco y actúo los reglamentos vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fábricas de alimentos y que el producto cumple estrictamente con las normas técnico-sanitarias expedidas por el Ministerio de Salud, las oficiales colombianas o en su defecto con las normas del Codex Alimentarius. Este producto no será comercializado con indicaciones terapéuticas.

Nombre y firma del propietario, representante legal o apoderado

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI DESARROLLO INTEGRAL DEL TERRITORIO DESARROLLO FÍSICO	SISTEMAS DE GESTIÓN SGC - MECI - SISTEDA	MMDI02.02.06.18	
	FORMATO CONCEPTO USO DEL SUELO		
	VERSIÓN		
		FECHA APROBACIÓN	

RECIBO N°: _____ FECHA: _____

N° DE RADICACIÓN: _____ FECHA: _____

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____

ACTIVIDAD N° 1: _____

ACTIVIDAD N° 2: _____

DIRECCIÓN: _____ BARRIO: _____

N° PREDIAL: _____ TIPO DE SOLICITUD: PRIMERA VEZ

PREDIO ESQUINERO: SI NO ÁREA DEL LOCAL EN (Mts²) _____

NOMBRE DEL PROPIETARIO: _____ TELÉFONO: _____

CÉDULA Ó NIT: _____ ANEXAR: Fotocopia del Predial y Cédula

A DILIGENCIADO CERTIFICADO DE DISTANCIA PARA DROGUERÍAS: SI NO

N° DE RADICACIÓN DE CERTIFICADO DE DISTANCIA: _____ FECHA: _____

DECLARACIÓN JURAMENTADA: Certifico bajo la gravedad del juramento que la información suministrada y aportada con este documento es veraz confirmada por la Administración Central Municipal de Santiago de Cali.

FIRMA

NO LLENAR PARA USO OFICIAL ÚNICAMENTE

DOCUMENTO PARA SOLICITAR EL CONCEPTO DE USO DEL SUELO
FUNCIONARIO

El presente concepto es sólo una información. No autoriza el funcionamiento, ni crea derechos especiales. Este Concepto no necesita renovarse, siempre y cuando el establecimiento se localice en el mismo predio, conserve la nomenclatura y no genere impactos, ni molestias a los vecinos.

SE DEBERAN OBSERVAR LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

- Que disponga de áreas de parqueo sin ocupar antejardín, jardín, andén y calzada.
- Que no ocupe antejardín, jardín, andén y calzada con mobiliario, reparaciones o instalaciones, ni vehículos.
- En caso que el predio se ubique en una copropiedad, que tenga aceptación por parte de los Copropietarios o de la Administración.

**Solicitud de Afiliación
Caja de Compensación Familiar**

Los datos suministrados en el presente formulario son de uso interno y confidencial de Compensar



No.

Datos de la Empresa			
Razón Social			
Tipo de identificación Nit. <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/>	Número -DV	Fecha constitución de la empresa	
Dirección			
Localidad	Barrio	Ciudad	
Teléfono principal	Teléfono opcional	Fax	
Objeto social			
ARL			
Estuvo o está afiliado a una Caja de Compensación Familiar en Cundinamarca Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Cuál?			
Correo electrónico (Recuerde que a través de esta dirección estaremos en contacto con Usted)			
Valor nómina (únicamente Bogotá y Cundinamarca) \$		Lugar donde se causan los salarios	
Número de empleados (Trabajadores por nómina)	Hijos con subsidio (Hijos menores de 18 años donde el trabajador devengó menos de 4 salarios mínimos legales)		
Número de trabajadores hombres	Número de trabajadoras mujeres	Trabajadores con subsidio	Hijos discapacitados
Actividad SENA	Clase de empresa Privada <input type="checkbox"/> Oficial <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/>	Sector económico	CIJU (Tomado de su RUT)
Grupo con:			

Datos del Representante Legal			
Nombre		Cargo	Celular
Tipo de identificación C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> P.P. <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Documento de identificación No.		Fecha de nacimiento

Datos de la Persona Contacto de Recursos Humanos			
Persona contacto		Tipo de identificación C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> P.P. <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Documento de identificación No.
Celular		Cargo	

Al diligenciar el presente formulario el empleador interesado en la afiliación a la Caja de Compensación Compensar está dando cumplimiento al requisito establecido en el numeral 1 artículo 39 del decreto 341 de 1988.

Declaración:
En calidad de representante legal del empleador declaro que la información registrada en este formulario es cierta y tiene por objeto solicitar la afiliación a la Caja de Compensación Compensar. En caso de ser aceptados como afiliados nos comprometemos a cumplir y a respetar la legislación del Subsidio Familiar, al igual que los estatutos y reglamentos de Compensar.
Cualquier falsedad u omisión voluntaria conlleva a la anulación de esta solicitud.

Observaciones: _____ _____

_____ Firma del Representante Legal	_____ Sello de la Empresa
--	------------------------------

Original: Compensar Copia: Cliente

FOR-PVE-0042

Datos de Compensación Familiar COMPENSAR CUNDINAMARCA S.A.S. 190402373
 VIGILADO



CUERPO DE BOMBEROS

**SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE
UNIDAD DE BOMBEROS DE BOGOTA**

Certifica que:

En inspección ocular N°1 realizada el día 20 de Febrero de 2016 al
Café – Bar: **JK- COFFEEBAR S.A**

De propiedad de: Deily Vanessa Vargas Valencia
Diana Paola Males Quishpe
Luz Angélica Millán García
Cristian Camilo Méndez Castillo
Camila Garavito Díaz

Representante legal: Diana Paola Males Quishpe, identificada con C.C 374.882,
de Ecuador.

La unidad de bomberos de Bogotá queda atenta exenta de toda responsabilidad
civil y penal, en el momento que los propietarios alteren las condiciones mínimas
de seguridad, generando riesgo para la vida humana.

Puedo contar que cumple con los requisitos mínimos según el acuerdo 38 de
1990, decreto 1521 de 2000, resolución 80500 de 1997 de ministerio de minas y
energía, ley 322 de 1996 y ley 9 1979.

Se concede este visto bueno por el término de dos (2) años, a partir de la fecha,
mientras conserve las condiciones mínimas de seguridad exigida.

Atentamente,

Luis Enrique Echeverri Vergara
Coordinador Administrativo (E)

Román Puerta Yepes
Bombero de prevención

**SISTEMA GENERAL DE RIESGOS PROFESIONALES
FORMULARIO DE AFILIACIÓN, NOVEDADES Y RETIRO
DE TRABAJADORES INDEPENDIENTES Y CONTRATANTES**



I. TRÁMITE No. FECHA DE DILIGENCIAMIENTO (DD MM AAAA) FECHA DE RADICACIÓN (DD MM AAAA)

AFILIACIÓN TRASLADO

II. DATOS GENERALES DEL CONTRATANTE

TIPO DE DOCUMENTO No. DE DOCUMENTO NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

N.T. C.C. C.E.

DIRECCIÓN SEDE PRINCIPAL MUNICIPIO DEPARTAMENTO

TELÉFONO FAX CORREO ELECTRÓNICO NÚMERO DE CONTRATO CON LA ARP

III. INFORMACIÓN DEL CENTRO DE TRABAJO DONDE EJERCERÁ SUS FUNCIONES EL TRABAJADOR INDEPENDIENTE

ACTIVIDAD ECONÓMICA CÓDIGO DEL CENTRO DE TRABAJO CLASE DE RIESGO

DIRECCIÓN MUNICIPIO DEPARTAMENTO

TELÉFONO FAX CORREO ELECTRÓNICO

IV. DATOS DEL TRABAJADOR INDEPENDIENTE Y DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLA

TIPO DE DOCUMENTO No. DE DOCUMENTO PRIMER APELLIDO SEGUNDO APELLIDO

N.T. C.C. C.E.

NOMBRES FECHA DE NACIMIENTO (DD MM AAAA) SEXO MASCULINO FEMENINO

EPS CÓDIGO EPS APP CÓDIGO APP TIPO DE CONTRATO CIVIL COMERCIAL ADMINISTRATIVO

FECHA INICIO CONTRATO (DD MM AAAA) FECHA TERMINACIÓN CONTRATO (DD MM AAAA) RECIBE TRANSPORTE DE CONTRATANTE FORMA DE PAGO DE LA COTIZACIÓN

SÍ NO ANTICIPADO MES VENCIDO No. DE MESES

FECHA INICIO COSEGURO (DD MM AAAA) VALOR DEL CONTRATO

DEDUCCIONES INGRESO MENSUAL No. DE MESES

ACTIVIDAD A DESARROLLAR

DÍA DE LA SEMANA	HORARIO EN QUE EJECUTARÁ LAS ACTIVIDADES																							
	HORA																							
DOMINGO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
VIEERNES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
JUEVES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
MIERCOLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
MARTES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
DOMINGO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24

DEDUCCIONES INGRESO MENSUAL No. DE MESES

ACTIVIDAD A DESARROLLAR

COD. ACT. SEGUN DEL. FUENTE CLASE DE RIESGO DE DANIFICABLE EJECUTAR

DATOS DE AFILIACIÓN SIMULTÁNEA AL SGRP ARP POR DIFERENTES CONTRATANTES O EMPLEADORES

NOMBRE ARP	CÓDIGO	No. IDENT. CONTRATANTE O EMPLEADOR	NOMBRE CONTRATANTE O EMPLEADOR	TIPO DE CONTRATO
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.
				<input type="checkbox"/> DEPEND. <input type="checkbox"/> INDEP.

CON ESTE FORMULARIO SE PERFECTONA LA AFILIACIÓN AL SISTEMA GENERAL DE RIESGOS PROFESIONALES Y CONSTITUYE EL RESPECTIVO CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES, RESCISO EN TODOS SUS ASPECTOS POR LO DISPUESTO EN LA LEY 100 DE 1993, EL DECRETO 2815 DE 1994, LA LEY 778 DE 2002 Y EL DECRETO 2800 DE 2003 Y DEMÁS NORMAS QUE LOS MODIFICAN, ADICIONAL O COMPLEMENTARIE.

<p>DE CLASE BAJA O MEDIO DE LA FORMA DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES, RESCISO EN TODOS SUS ASPECTOS POR LO DISPUESTO EN LA LEY 100 DE 1993, EL DECRETO 2815 DE 1994, LA LEY 778 DE 2002 Y EL DECRETO 2800 DE 2003 Y DEMÁS NORMAS QUE LOS MODIFICAN, ADICIONAL O COMPLEMENTARIE.</p> <p>NOMBRE Y FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL - CONTRATANTE</p>	<p>DE CLASE BAJA O MEDIO DE LA FORMA DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES, RESCISO EN TODOS SUS ASPECTOS POR LO DISPUESTO EN LA LEY 100 DE 1993, EL DECRETO 2815 DE 1994, LA LEY 778 DE 2002 Y EL DECRETO 2800 DE 2003 Y DEMÁS NORMAS QUE LOS MODIFICAN, ADICIONAL O COMPLEMENTARIE.</p> <p>FIRMA TRABAJADOR INDEPENDIENTE</p>	<p>DE CLASE BAJA O MEDIO DE LA FORMA DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES, RESCISO EN TODOS SUS ASPECTOS POR LO DISPUESTO EN LA LEY 100 DE 1993, EL DECRETO 2815 DE 1994, LA LEY 778 DE 2002 Y EL DECRETO 2800 DE 2003 Y DEMÁS NORMAS QUE LOS MODIFICAN, ADICIONAL O COMPLEMENTARIE.</p> <p>NOMBRE Y FIRMA REPRESENTANTE DE LA ARP</p>	<p>DE CLASE BAJA O MEDIO DE LA FORMA DE LA ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS PROFESIONALES, RESCISO EN TODOS SUS ASPECTOS POR LO DISPUESTO EN LA LEY 100 DE 1993, EL DECRETO 2815 DE 1994, LA LEY 778 DE 2002 Y EL DECRETO 2800 DE 2003 Y DEMÁS NORMAS QUE LOS MODIFICAN, ADICIONAL O COMPLEMENTARIE.</p> <p>SELLO DE FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN EN LA ARP</p>
---	---	---	---

2.2.1 ACTA DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD POR ACCIONES

Denominación

En la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca, República de Colombia, a los 20 días del mes Febrero de 2016 nos reunimos **Cristian Camilo Castillo Méndez**, Colombiano, mayor de edad vecino de Bogotá identificado con la cédula de ciudadanía **1.014.274.511** expedida en Bogotá y de estado civil soltero, **Camila Garavito Díaz**, Colombiano, mayor de edad , vecino de Bogotá identificado con la cédula de ciudadanía **1.018.488.063** expedida en Bogotá y de estado civil soltera; **Luz Angélica Millán García** Colombiano, mayor de edad , vecino de Bogotá identificado con la cédula de ciudadanía **1.031.165.026** expedida en Bogotá y de estado civil soltera, **Diana Paola Males Quishpe**, Ecuatoriana, mayor de edad , vecino de Bogotá identificado con la cédula de extranjería **324.887** expedida en Ecuador y de estado civil soltero, y **Deily Vanessa Vargas Valencia**, Colombiano, mayor de edad vecino de Bogotá identificado con la cédula de ciudadanía **1.019.116.254** expedida en Bogotá y de estado civil soltera, para manifestar nuestra voluntad de constituir una sociedad POR ACCIONES la cual se registrá por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 1º: NOMBRE, NATURALEZA Y CLASE. La sociedad que se constituye mediante el presente documento privado se denomina **“JK-COFFEEBAR S.A.”** y es de naturaleza comercial y de la especie de una sociedad por acciones.

ARTÍCULO 2º: NACIONALIDAD Y DOMICILIO. La sociedad es de nacionalidad Colombiana y tendrá su domicilio principal en la ciudad de Bogotá, departamento de Cundinamarca, República de Colombia pero

podrá establecer sucursales o agencias en otras ciudades del país como en el exterior.

ARTÍCULO 3°: DURACIÓN. La duración de la sociedad se fija en La sociedad se constituye por un tiempo de diez (10) años, contados desde la fecha de su elevación a escritura pública del presente contrato de constitución. La junta de socios puede, mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire, con el voto favorable de un número plural de acciones que representen cuando menos 50% representadas en acciones y efectivo.

ARTÍCULO 4°: OBJETO SOCIAL. La sociedad tiene por objeto social: la creación de café-bar en Bogotá, Colombia donde se proporciona diversos servicios a las personas que gustan de la cultura Asiática, haciendo un enfoque principalmente a Corea del sur y Japón, donde les brindaremos una gran variedad de bebidas traídas directamente del país de origen, adicional crearemos espacios de ocio como eventos k-pop y cosplay de las diferentes series anime, también estará ambientado con los temas principales.

ARTÍCULO 5°: CAPITAL SOCIAL. El capital de la sociedad es la suma de cuarenta y cinco millones de pesos (\$ 45.000.000), divididos en MIL (1,000) acciones de igual valor nominal, a razón de cuarenta y cinco mil (\$45,000) cada una. Los accionistas constituyentes han suscrito MIL (1,000) por un valor nominal total de cuarenta y cinco millones de pesos (\$45'000,000), capital que se encuentra suscrito y pagado en dinero en su totalidad, la clase de acciones aquí suscrita son de clase ORDINARIAS.

ACCIONISTAS	N° DE ACCIONES	CAPITAL %
-------------	----------------	-----------

Cristian Camilo Castillo Méndez	200	20
Camila Garavito Díaz	200	20
Luz Angélica Millán García	200	20
Diana Paola Males Quishpe	200	20
Deily Vanessa Vargas Valencia	200	20

ARTÍCULO 6°. INDIVISIBILIDAD DE LAS ACCIONES. La acción es indivisible y en virtud de ello, cuando varias personas sean titulares conjuntos de una acción, deberán designar un representante único para el ejercicio de los derechos inherentes a la acción y a la falta de acuerdo conforme a lo dispuesto en el inciso 2° del artículo 378 del Código de Comercio, el o los interesados deberán acudir a un juez del domicilio social, para que lo designe y hasta tanto no haya un único representante quedarán en suspenso los derechos de la correspondiente acción

ARTÍCULO 7°. DERECHO DE LOS ACCIONISTAS. Cada acción conferirá los siguientes derechos a su titular. 1) participar en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas y votar. 2) Recibir una parte proporcional de los beneficios sociales establecidos por el balance de fin de ejercicio, con sujeción a lo dispuesto en la ley y los estatutos. 3) Negociar las acciones, en circulación registrando la operación en el libro de registro de accionistas de la sociedad. 4) Inspeccionar libremente los libros y papeles sociales dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la Asamblea General de accionistas en que se examine el balance de fin del ejercicio. 5) Recibir una parte proporcional de los activos sociales al tiempo de la liquidación y una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

ARTÍCULO 8º. COLOCACIÓN DE ACCIONES. Las acciones en reserva y las provenientes de cualquier aumento de capital autorizado queda a disposición de la Asamblea General con facultad de ordenar y reglamentar su colocación cuando lo estime conveniente de acuerdo con las disposiciones contenidas en los estatutos.

PARÁGRAFO: Toda emisión de acciones podrá revocarse o modificarse por la Asamblea General de Accionistas, antes de que estas sean colocadas o suscritas con sujeción a las exigencias legales. La disminución o suspensión de los privilegios concedidos a una acción deberá adoptarse con el voto favorable de accionistas que representen no menos del cincuenta por ciento (50%) de las acciones suscritas, siempre que esta mayoría incluya en la misma proporción el voto de tenedores de tales acciones

ARTÍCULO 9º. REGLAMENTO DE COLOCACIÓN DE ACCIONES. Las acciones no suscritas en el Acto de Constitución y las que emita posteriormente la sociedad serán colocadas de acuerdo con el reglamento de suscripción, aprobado por la Asamblea general de Accionistas, el cual contendrá la cantidad de acciones objeto de la oferta la proporción y forma en que podrán suscribirse. El plazo de la oferta, que no será menor de quince días ni excederá de tres meses.

El precio a que serán ofrecidas, que será no inferior al nominal. El plazo para el pago de las acciones, el cual no podrá exceder de dos (2) años, teniendo en cuenta que en el momento de la suscripción deberá ingresar al fondo social no menos de la tercera parte del valor de cada acción.

ARTÍCULO 10º. CONTRATO DE SUSCRIPCIÓN: La suscripción de acciones es un contrato por el cual una persona se obliga a pagar un aporte a la sociedad de acuerdo con el reglamento respectivo y a someterse a sus

estatutos. A su vez la sociedad se obliga a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente.

ARTÍCULO 11º- DERECHO DE PREFERENCIA DE LA SUSCRIPCIÓN DE NUEVAS ACCIONES. Se establece un derecho de preferencia frente a las acciones que emita la sociedad, mediante el cual, cada accionista puede suscribir de la emisión un porcentaje igual al de su aporte en la capital suscrito y pagado de la Sociedad al momento de aprobarse por la Asamblea general de Accionistas, el reglamento de colocación de acciones. Si sobran acciones por suscribir, en la segunda vuelta cada accionista podrá establecer el número de acciones que de las ofrecidas desea suscribir. Después de agotado el procedimiento anterior, si sobran acciones, estas podrán ser adquiridas por terceros, siempre y cuando sean admitidos por la Asamblea de Accionistas con el voto favorable de un número plural de socios que represente por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital social.

ARTÍCULO 12º COLOCACIÓN DE ACCIONES SIN DERECHO DE REFERENCIA. La Asamblea General de Accionistas con el voto favorable de no menos del cincuenta por ciento (50%) de las acciones suscritas podrá disponer que determinada emisión de acciones ordinarias sea colocada sin sujeción al derecho de preferencia.

ARTÍCULO 13º. TÍTULOS. A todos los suscriptores se les hará entrega de los títulos que acrediten su calidad de accionistas. Los títulos serán nominativos y se expedirán en series continuas, con las firmas del Representante Legal y el Secretario, y en ellos se indicará: a. Denominaciones de la Sociedad, su domicilio, fecha y notaría de otorgamiento de la Escritura Pública de constitución y transformación, b. El nombre del titular de la acción; c. La cantidad de acciones, que represente

cada título y su valor nominal; d. La expresión de que se trata de Acciones ordinarias; e. El número de Título, el lugar y la fecha de expedición.

ARTÍCULO 14º. LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES. La sociedad inscribirá las acciones en un libro registrado en la Cámara de comercio, en el cual se anotarán los títulos expedidos, con indicación de su número y fecha de inscripción, la enajenación o traspaso de acciones, los embargos y demandas judiciales que se realicen con ellas y las prendas y demás gravámenes y limitaciones de dominio.

ARTÍCULO 15º. EXTRAVÍO DE TÍTULOS. En los casos de hurto, la sociedad lo sustituirá entregando un duplicado al titular que aparezca inscrito en el libro de acciones, comprobando el hecho ante los administradores y presentando copia autenticada del denuncia correspondiente. Cuando el accionista solicite un duplicado por pérdida o extravió otorgará la garantía que exija la Asamblea general de Accionistas. En caso de deterioro, la expedición de un duplicado requerirá la entrega por parte del accionista de los títulos originales deteriorados, para que la sociedad los destruya o los anule.

ARTÍCULO 16º. DERECHO DE PREFERENCIA EN LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES. En virtud de este derecho, los accionistas existentes en el momento de la negociación de una o varias acciones tienen derecho de adquirirlas en igual proporción a la de sus acciones suscritas y pagadas

ARTÍCULO 17º. EJERCICIO DEL DERECHO DE PREFERENCIA EN LA NEGOCIACIÓN DE LAS ACCIONES. Para efectos de ejercer el derecho de preferencia en la negociación de las acciones, el accionista que pretenda transferirlas deberá poner en conocimiento de la sociedad a través de su representante legal, con indicación del número de acciones de la

oferta. El representante legal, dentro de los cinco (5) días hábiles siguiente a la fecha de recibo de la oferta dará traslado de la oferta por escrito a cada uno de los accionistas que aparezcan inscritos en el libro de Registro de Acciones que lleva la Sociedad y a la dirección allí registrada, indicándose que disponen de un plazo no mayor de quince (15) días calendario para dar respuesta a la oferta, señalando el número de acciones que de las ofrecidas el accionista desea adquirir. Vencido el plazo anterior, si sobran acciones habrá una segunda vuelta en la que los accionistas durante el mismo término, podrán establecer nuevamente el número de acciones en las que están interesados. Por último, si sobran acciones, la sociedad podrá si lo estima conveniente, adquirir dentro de los parámetros y exigencias legales, las acciones ofrecidas para lo que dispone de un plazo de quince (15) días calendario contados a partir del vencimiento de término de preferencia de los accionistas, teniendo en cuenta que cualquier diferencia entre el oferente y la sociedad será definida, como se ha señalado en los estatutos. Si sobran acciones después de agotado el procedimiento anterior, estas podrán ser colocadas libremente en cabeza de terceros, siempre y cuando sean admitidos por la Asamblea de Accionistas, con el voto favorable del cincuenta por ciento (50%), como se establece en estos estatutos.

ARTÍCULO 18°. IMPOSIBILIDAD DE EJERCER EL DERECHO DE PREFERENCIA. No habrá lugar a ejercer el derecho de preferencia en la negociación o transferencia en los siguientes casos: a. Cuando se transfieren a títulos de herencia o legado; b. Cuando dentro de la liquidación de una sociedad socia de esta, las acciones se adjudiquen a uno de sus respectivos socios; c. Cuando las acciones se adjudiquen a uno de los cónyuges dentro de la liquidación de la Sociedad conyugal o a uno de los compañeros permanentes dentro de la unión marital de hecho. D.

Cuando la transferencia la haga el accionista a favor de sus hijos, nietos, cónyuge, padres, hermanos.

ARTÍCULO 19°. NEGOCIACIÓN DE ACCIONES. Las acciones observando el derecho de preferencia se negocian mediante endoso acompañado de entrega material de los títulos que las contiene, pero para que este acto produzca efecto respecto de la sociedad y de terceros se requiere la inscripción en el Libro de Registros de Acciones, mediante orden escrita del enajenante, siendo entendido, que esta orden podrá darse en forma de endoso sobre el respectivo título. Para hacer la nueva inscripción y expedir el título al adquirente será necesaria la cancelación previa de los títulos del tridente. Hasta tanto no se hayan cumplido los anteriores trámites, no se entiende perfeccionada la negociación de las acciones. La sociedad podrá negarse a hacer la inscripción de la transferencia de la acción o acciones, cuando observe que en la misma no se cumplieron las prescripciones estatutarias o legales.

ARTÍCULO 20°. TRANSFERENCIA DE ACCIONES NO LIBERADAS: Las acciones nominativas no liberadas, son transferibles de la misma manera que las acciones liberadas, pero el cedente y los adquirentes subsiguientes serán solidariamente responsables por el importe no pagado de ellas.

ARTÍCULO 21°. ENAJENACIÓN DE ACCIONES EMBARGADAS O EN LITIGIO: Para la enajenación de acciones embargadas o en litigio se requerirá autorización judicial, además de la aprobación de la parte actora.

ARTÍCULO 22°. ACCIONES EN MORA DE PAGO: Cuando existan acciones cuyo capital suscrito no haya sido íntegramente pagado y el accionista esté en mora de cancelarlo no podrá ejercer ninguno de los derechos inherentes a su condición de tal. Ante este evento, la Asamblea General de Accionistas podrá ordenar o el cobro efectivo del valor de las acciones con los intereses moratorios, más las costas de las cobranzas, o

acumular las sumas de capital apagados de las diferentes acciones del socio y emitir un título por el valor realmente pagado, previa deducción de un porcentaje como indemnización que acuerde la Asamblea general de Accionistas, el cual no puede ser superior al veinte por ciento (20%) del valor pagado de acciones hasta ese momento. Las acciones que por ese procedimiento se retiren al accionista se colocaron entre los restantes accionistas de acuerdo con el derecho de preferencia para la suscripción de las acciones y solo cuando los restantes accionistas o la sociedad no estén interesados en adquirirlas, podrán colocarse libremente en cabeza de terceros.

ARTÍCULO 23°. ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.

La sociedad tendrá los siguientes órganos: 1. Asamblea General de Accionistas; 2. Gerente General.

ARTÍCULO 24°. DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS,

La Asamblea general de Accionistas la constituyen, los accionistas inscritos en libro de registros de acciones o sus representantes o mandatarios, reunidos conforme a las prescripciones legales estatutarias

ARTÍCULO 24°. DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS,

La Asamblea general de Accionistas la constituyen, los accionistas inscritos en libro de registros de acciones o sus representantes o mandatarios, reunidos conforme a las prescripciones legales estatutarias.

ARTÍCULO 25°. REPRESENTACIÓN: Los accionistas podrán hacerse representar en las reuniones de la Asamblea General de Accionistas, mediante poder otorgado por escrito en el que indique el nombre del apoderado **Deily Vanessa Vargas Valencia** identificado con la CC.

1.019.116.254, y la fecha de la reunión 15 de mayo del 2015 para la cual se confiere. Esta representación no podrá otorgarse a persona jurídica, salvo que se conceda en desarrollo de un negocio fiduciario. El poder puede

comprender dos (2) o más reuniones de la Asamblea, pero en tal caso, se deberá dejar en claro en un documento privado legalmente reconocido.

ARTÍCULO 26°. PROHIBICIONES A LOS ADMINISTRADORES: Salvo en los casos de representación legal de los administradores y empleados de la Sociedad mientras estén en ejercicios de sus cargos, no podrán en las reuniones de la Asamblea representar acciones distintas de las propias, ni sustituir los poderes que para este efecto se les confieran Tampoco podrán votar en la aprobación del Balance ni en las cuentas de fin de ejercicio, ni en las de liquidación del patrimonio social.

ARTICULO 27°. ACCIONES EN COMUNIDAD. Cuando una o más acciones pertenezcan en común y pro-indiviso a varias personas, éstas designarán un representante único quien ejercerá los derechos inherentes al cargo. A falta de acuerdo, el juez del domicilio social, designará el representante de tales acciones a petición de cualquier interesado.

ARTÍCULO 28°. PRESIDENCIA DE LA ASAMBLEA: La Asamblea general de Accionistas será dirigida en su defecto por qué elija la Asamblea General de Accionistas en cada reunión. 15 de cada mes.

ARTÍCULO 29°. SECRETARIO: La Asamblea General de Accionistas designará en cada reunión una persona para que actuara como secretario de la Asamblea, quien será el encargado de gestionar y adelantar las tareas de mecánica de la reunión y elaborar el acta de la misma.

ARTÍCULO 30°. REUNIONES ORDINARIAS: Las reuniones ordinarias, se efectuarán por lo menos una (1) vez al año, dentro de los tres (3) primeros meses de cada año; en el domicilio social, con previa citación que haga el gerente General. Las reuniones ordinarias tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, determinar las directrices económicas de la Sociedad, considerar los estados financieros del último ejercicio social,

resolver sobre la distribución de utilidades, y en fin acordar todas las providencias tendientes a asegurar el cumplimiento del objeto social y se deberá insertar el orden del día.

ARTÍCULO 31°. REUNIONES POR DERECHO PROPIO: Si la Asamblea General de accionistas no es citada a reuniones ordinarias dentro del periodo señalado, ella podrá reunirse por derecho propio el primer día hábil del mes de Marzo a la primera de la mañana (9:00 a.m.) en la sede de la compañía. Esa reunión será ordinaria y sesionará con cualquier número plural de accionistas privilegiadas requerirá siempre el quórum previsto en la Ley o en los estatutos sociales.

ARTÍCULO 32°. REUNIONES EXTRAORDINARIAS. La Asamblea General de Accionistas podrá ser convocada a sesiones extraordinarias por el Gerente general, en los casos previstos por la ley, por el superintendente de Sociedades. Igualmente se reunirá solicitud de un número plural de accionistas que representen el cincuenta (50%) de las acciones suscritas, caso en el cual la citación deberá el Gerente General. Siempre que se citará a reunión extraordinaria deberá incluirse en la citación del orden del día. En tales reuniones la Asamblea General de Accionistas únicamente podrá tomar decisiones relacionadas con los temas previstos en el orden del día. No obstante, con el voto del cincuenta (50%) de las acciones suscritas, la Asamblea General de Accionistas podrá ocuparse de otros temas una vez agotado el orden del día.

ARTÍCULO 33°. CONVOCATORIA: La convocatoria debe hacerse con una antelación de cinco

(5) días hábiles para reuniones ordinarias y para aquellas reuniones en las que haya de aprobarse Balance y/o Inventarios y/o Estado de Ganancias y Pérdidas, y

de cinco (5) días calendarios para los demás casos, sin contar el día de la convocatoria ni el de la reunión. La convocatoria se hará por medio de comunicaciones escritas enviadas a la dirección de cada uno de los accionistas, por carta, por telegrama, vía Internet o fax, o mediante citación o aviso publicado en el periódico de mayor circulación de la ciudad sede social de la compañía. Toda citación deberá tener día, hora y lugar en que deba reunirse la Asamblea general de Accionistas y el orden del día cuando esta sea extraordinaria. En el acta de la sesión correspondiente debe dejarse constancia de las formas y los medios por los cuales se hizo la citación.

ARTÍCULO 34°. LUGAR Y FECHA DE LAS REUNIONES. La Asamblea General de Accionistas se reunirá en el domicilio principal de la sociedad, el día 15 de cada mes, a las 8 am y en lugar indicados en la convocatoria. No obstante, podrá reunirse sin previa citación y en cualquier sitio, cuando estuviere representada la totalidad de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 35°. QUÓRUM: Habrá dos (2) tipos de quórum con relación a la Asamblea general de Accionistas, uno para deliberar y otro para decidir, así: a. QUÓRUM DELIBERATORIO: Constituye quórum para deliberar la presencia de la mayoría absoluta de las acciones suscritas de la Sociedad y para establecerlo se deberá tener en cuenta el libro de Registro de Acciones, de tal manera que toda acción que se contabilice debe estar allí inscrita y verificarse la identificación del titular. Así como la idoneidad de la representación en los eventos en que el accionista actué a través de representante. B. QUORUM DECISORIO: Las decisiones de la Asamblea se tomarán por la mayoría de los votos presentes, salvo que la ley o los

estatutos exijan mayorías especiales, siempre y cuando exista quórum para deliberar, el cual deberá mantenerse todo el tiempo de la reunión. Para establecer el quórum de liberatorio y decisorio se exigirá siempre la presencia de un número plural de accionistas y no podrá existir ni el uno, ni el otro, con la presencia de un solo accionista, así sea titular y esté representado el número de acciones exigido para su existencia.

PARÁGRAFO 2. CREASE LAS ACCIONES PRIVILEGIADAS: Las acciones privilegiadas conferirán a sus titulares los derechos esenciales consagrados en el artículo 379 del Código de Comercio y además otorgan al accionista los siguientes privilegios:

- 1) Un derecho preferencial para su reembolso en caso de liquidación hasta concurrencia de su valor nominal;
- 2) Un derecho a que de las utilidades se les destine, en primer término, el 40% en forma indefinida y 3) Cualquiera otra prerrogativa de carácter exclusivamente económico.

PARÁGRAFO 3. Para establecer acciones privilegiadas deberá adoptarse con el voto favorable de accionistas que representen no menos del cincuenta por ciento (50%) de las acciones suscritas, siempre que esta mayoría incluya en la misma proporción el voto de tenedores de tales acciones

ARTÍCULO 36°. NO RESTRICCIÓN DEL VOTO: En la Asamblea general de Accionistas, cada socio tendrá tantos votos como acciones suscritas tenga en la Sociedad.

ARTÍCULO 37°. REUNIONES DE SEGUNDA CONVOCATORIA: Si se convoca a la Asamblea general de Accionistas y esta no se lleva a cabo por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con un número plural de accionistas, cualquiera que sea la

cantidad de las acciones que esté representada. La nueva reunión deberá efectuarse no antes de los diez (10) días, ni después de los treinta (30) días contados desde la fecha fijada para la primera reunión.

ARTÍCULO 38°. ACTAS: Las decisiones de la Asamblea General de Accionistas, se harán constar en actas aprobadas por las personas designadas en la reunión para tal efecto y además serán firmadas por el Presidente y Secretario de la misma. Ellas se encabezará con su número y expresarán: lugar, fecha y hora de la reunión, número de acciones suscritas, la forma y antelación de la convocatoria, la lista de los asistentes con indicación del número de acciones propias y ajenas que representen, los asuntos tratados, las decisiones adoptadas y el número de votos obtenidos a favor, en contra o en blanco, las constancias escritas presentadas por los asistentes durante la reunión, las designaciones efectuadas y la fecha y hora de su clausura.

ARTICULO 39°. FUNCIONES Y ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA:

Corresponde a la Asamblea general de Accionistas en reunión ordinaria o extraordinaria, lo siguiente: 1. El delineamiento general de las políticas de la Sociedad; 2. El estudio y aprobación de todas las reformas a los estatutos de la Sociedad; 3. El examen, aprobación o desaprobación de los balances del ejercicio social, los inventarios, el estado de pérdidas y ganancias; aprobar informe de la Gerencia 4. Ordenar las reservas ocasionales de capital; 5. Decidir sobre la fusión, transformación o disolución anticipada de la Sociedad. 6. Decidir sobre las acciones de carácter ordinario y Privilegiadas que se colocaran en el mercado sin sujeción al derecho de Preferencia y autorizar la negociación o emisión de acciones sin cumplir con el derecho de preferencia; 7. Disponer el monto del dividendo, así como la forma y plazo que se pagara; 8. Exigir al representante legal, y demás

funcionarios de la Sociedad, los informes simples o razonados y pormenorizados sobre cualquier tema o punto que considere de interés; así como estudiar, aprobar o rechazar dichos informes; 9. Ordenar las acciones que correspondan contra el representante legal, Accionista y los demás funcionarios de la Sociedad; 10. Aprobar el ingreso de terceros accionistas, con el voto favorable del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito). 11. Adoptar en general todas las medidas que demande el cumplimiento de los estatutos sociales y el interés de la sociedad; 12. Aprobar la emisión y colocación de acciones y su reglamento, 13. Designar a los representantes legales de la sociedad y señalarles su remuneración; 14. Servir de órgano consultor de la representación legal;

15. Crear los cargos técnicos, administrativos y operativos que estime conveniente; 16. Aprobar la apertura de agencias o sucursales dentro o fuera del país; 17. Ejercer todas las demás funciones y atribuciones de carácter administrativo, que no estén asignadas a la representación legal; 18. Cuidar el estricto cumplimiento de todas las disposiciones consignadas en los estatutos, en la Ley, y de que ella misma dice para el buen funcionamiento de la empresa.

ARTÍCULO 40°. OBLIGATORIEDAD DE LAS DECISIONES DE LA

ASAMBLEA: Siempre que las decisiones de la Asamblea de Accionistas se hubieren tomado de conformidad con estos estatutos o la ley, obligarán a todos los accionistas.

ARTÍCULO 41°. DEL REPRESENTANTE LEGAL:

Actuará como Representante Legal de la Sociedad el gerente General en ejercicio del cargo. El Representante legal **Diana Paola Males Quishpe** identificado(a) con la C.C **324.887** tendrá la administración y gestión de los negocios sociales con sujeción a la ley, los estatutos sociales, los reglamentos y resoluciones del Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 42°. NOMBRAMIENTO Y PERIODO: El gerente general **Luz Angélica Millán García** identificado(a) con la C.C **1.031.165.026** será designado por un periodo de dos (2) años contados a partir de su elección, pero podrá ser reelegido indefinidamente o removido libremente en cualquier tiempo. Si la Asamblea General no elige al Representante Legal en las oportunidades que deba hacerlo, continuaran los anteriores en su cargo, hasta tanto se efectuó nuevo nombramiento.

ARTÍCULO 43°. REGISTRO: El nombramiento del Representante Legal **Diana Paola Males Quishpe** identificado(a) con la C.C **324.887** deberá inscribirse en el registro mercantil de la Cámara de comercio del domicilio de la Sociedad, previa presentación del Acta de la Asamblea General Accionista en que conste su designación, con la constancia de que aquel ha aceptado el cargo.

ARTÍCULO 44°. FUNCIONES Y ATRIBUCIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL: El representante legal tendrá las funciones propias de su cargo y en especial las siguientes:

1. Representar a la Sociedad Judicial o extrajudicialmente, ante los asociados, ante terceros, y ante cualquier clase de autoridades judiciales y administrativas, personas naturales o jurídicas etc.
2. Ejecutar los acuerdos y resoluciones de la Asamblea General de Accionistas.
3. Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad.
4. Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales.

5. Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad.
6. Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva.
7. Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales.

8. Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos.

9. Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida.

10. Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos.

ARTÍCULO 45°. BALANCE GENERAL: La sociedad tendrá un periodo fiscal anual que termina el 31 de diciembre de cada año, fechas en las cuales deberá efectuar un corte de cuentas y elaborarse un Balance General, un estado de Pérdidas y Ganancias, un inventario, un proyecto de distribución de utilidades, todo lo cual deberá presentarse por el Representante Legal a la Asamblea General de Accionistas en su reunión ordinaria o en su defectos, en la primera reunión extraordinaria que se celebre

ARTÍCULO 46°. RESERVA LEGAL: De conformidad con lo dispuesto en la Ley la Sociedad formará una reserva legal anual con no menos del diez por ciento (10%) de las utilidades, liquidadas de cada ejercicio, hasta llegar al tope del 50% del capital suscrito.

ARTÍCULO 47°. RESERVAS OCASIONALES: La Asamblea General de Accionistas, podrá ordenar la creación de reservas ocasionales con fines específicos, las cuales serán obligatorias para el ejercicio en el cual se decreten así mismo podrá cambiar la destinación de la reserva ocasional y ordenar su distribución como utilidades cuando haya necesidad de utilizarla.

ARTÍCULO 48°. DIVIDENDOS: Aprobado el balance, el estado de ganancias y pérdidas, efectuada la reserva legal y la ocasional decretadas, hechas las apropiaciones fiscales y tributarias, se procederá a estudiar y decidir sobre el proyecto de distribución de utilidades. Dichos dividendos se cancelaran en la forma y tiempo que acuerde la Asamblea General de accionistas, salvo que se disponga una capitalización de ellos, para el cual se tendrá en cuenta el quórum decisorio de Ley.

ARTÍCULO 49°. DETERMINACIÓN DE LA CUANTÍA DE UTILIDADES A DISTRIBUIR: Salvo determinación en contrario, aprobada por el cincuenta por ciento (50%) de las acciones representadas en la Asamblea General de Accionistas, la sociedad repartirá a título de dividendo o participación, no menos del cincuenta por ciento (50%) de las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio o del saldo de las mismas, si tuviere que enjugar pérdidas de ejercicios anteriores.

ARTICULO 50°. PRESCRIPCION SOBRE DIVIDENDOS NO RECLAMADOS. La acción judicial para reclamar dividendos decretados por la Asamblea General de Accionistas, prescribe en veinte (20) años contados a partir del a fecha en que estos han debido pagarse.

ARTICULO 51°. ABSORCION DE PÉRDIDAS. Las pérdidas se enjuagaran con las reservas que hayan sido destinadas especialmente para este propósito, en su defecto, con la reserva legal. Las reservas cuya finalidad fuere la de absorber determinadas perdidas no se podrán emplear para cubrir otras distintas, salvo que así lo decida la asamblea: Si la reserva legal fuere insuficiente para enjugar el déficit de capital, se aplicaran a este fin los beneficios sociales de los ejercicios anteriores.

ARTICULO 52°. DISOLUCION: La sociedad se disolverá por las siguientes causales: 1. Por vencimiento del termino de duración pactado, si no se prorrogare en tiempo. 2. Por la imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social; 3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial; 4. Por decisión de la Asamblea General de Accionistas con un respaldo no inferior del cincuenta por ciento (50%) de las acciones suscritas; 5. Por orden de autoridad competente; 6. Por la ocurrencia de pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito; 7. Por la ocurrencia de cualquiera de las causales previstas en el artículo 218 del Código de comercio; 8. En fin, por todas las previstas en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO 54°. RESTABLECIMIENTO DEL PATRIMONIO. La Asamblea podrá tomar u ordenar las medidas conducentes al restablecimiento del patrimonio por encima del cincuenta (50%) del capital suscrito, con la emisión de nuevas acciones, etc.

ARTICULO 55°. LIQUIDACION. Disuelta la Sociedad por cualquier causa, se procederá a la liquidación de acuerdo a lo previsto por la ley 1258 de diciembre 5 de 2008 artículo 36 que dice “la liquidación del patrimonio se realizara conforme al procedimiento señalado para la liquidación de la

sociedad de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la Asamblea de Accionistas.

ARTICULO 56°. LIQUIDADOR. La liquidación de la Sociedad se hará por la persona designada por la Asamblea General Ordinaria. El liquidador tendrá las facultades y deberes que corresponden a los liquidadores del código de comercio y de acuerdo a lo previsto por la Ley 1258 de 2008.

ARTÍCULO 53°. ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los (6) meses siguientes a la fecha en que la Asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de (18) meses en el caso de la causal prevista en el numeral 6 del artículo anterior.

ARTICULO 54°. RESTABLECIMIENTO DEL PATRIMONIO. La Asamblea podrá tomar u ordenar las medidas conducentes al restablecimiento del patrimonio por encima del cincuenta (50%) del capital suscrito, con la emisión de nuevas acciones, etc.

ARTICULO 55°. LIQUIDACION. Disuelta la Sociedad por cualquier causa, se procederá a la liquidación de acuerdo a lo previsto por la ley 1258 de diciembre 5 de 2008 artículo 36 que dice “la liquidación del patrimonio se realizara conforme al procedimiento señalado para la liquidación de la sociedad de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la Asamblea de Accionistas.

ARTÍCULO 56°. LIQUIDADOR. La liquidación de la Sociedad se hará por la persona designada por la Asamblea General Ordinaria. El liquidador tendrá

las facultades y deberes que corresponden a los liquidadores del código de comercio y de acuerdo a lo previsto por la Ley 1258 de 2008.

ARTICULO 57°. FUNCIONAMIENTO DE LA ASAMBLEA. En el periodo de liquidación la Asamblea sesionara en sus reuniones ordinarias y extraordinarias en la forma prevista en estos estatutos y tendrá las funciones compatibles con el estado de liquidación, tales como, aprobar los estados financieros y la cuenta final de liquidación.

ARTICULO 58°. CLAUSULA COMPROMISORIA. Toda controversia o diferencia relativa a este contrato, a su ejecución, que se presente entre los accionistas o frente a terceros; lo mismo que en el momento de disolución o liquidación, se someterá a decisión arbitral. Los árbitros serán tres (3) designados de común acuerdo por las partes. A falta de acuerdo el nombramiento lo realizara el Director del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de comercio de la sede social, decidirán en derecho y funcionara en la sede social.

ARTICULO 59°. PROHIBICIONES DE LA SOCIEDAD. Ni el Representante Legal ni ninguno de los dignatarios podrá constituir la Sociedad como garante de obligaciones de terceros, ni firmar títulos de contenido crediticio, ni personales de participación, ni títulos representativos de mercancías, cuando no exista contraprestación cambiaria a favor de la Sociedad y si de hecho lo hiciesen, las cauciones así otorgadas no tendrán valor alguno y debe responder el patrimonio de quien la comprometió.

NOMBRAMIENTOS PROVISIONALES. Hasta cuando la Asamblea General de Accionistas haga nuevas elecciones la sociedad tendrá los siguientes dignatarios:

GERENTE GENERAL: Luz Angélica Millán García identificado(a) con la **C.C 1030 623.555** Se agregan para su protocolización los siguientes documentos: Fotocopias de las cédulas de ciudadanía de los otorgantes.

L E Í D O el presente Documento Privado los otorgantes, lo hallaron conforme con sus intenciones, lo aprobaron en todas sus partes y se autentican las firmas ante el suscrito Notario que da fe y quien advirtió la necesidad de inscribirlo en la Cámara de Comercio de Bogotá, en los términos y para los efectos legales.

Los otorgantes imprimen la huella dactilar del índice derecho.- Constancia sobre identificación de los comparecientes.- Se hace constar que los otorgantes fueron identificados con los documentos que se citan

FIRMAN LOS SOCIOS



Deily Vanessa Vargas Valencia



Camila Garavito Díaz



Luz Angélica Millán García



Diana Paola Males Quishpe



Cristian Camilo Castillo Méndez

2.3 Árbol de ideas

IDEA # 1

Crear una empresa importadora de Caqui dulce de origen coreano, que se presenta en bandejas de 6 unidades de 80gr cada una, se usará el sistema P84 consiste en una familia de bandejas para frutas y verduras. Cada bandeja dispone de una base común con puntos de anclaje para poder apilarlas fácilmente. Para ser comercializado a diferentes consumidores de fruta exótica, este producto aporta vitaminas y es conocido por ser una fruta de buena calidad.

PRO

- ❖ Condiciones climatológicas en nuestro país para la buena conservación de la fruta.
- ❖ Corea del Sur ofrece excelentes estándares de calidad del Caqui dulce para su apropiada importación a nuestro país.
- ❖ Ofrecer una fácil comercialización a consumidores de fruta exótica.
- ❖ Acuerdos comerciales entre Colombia y Corea del Sur, que facilitan la importación.

CONTRA

- ❖ El tiempo que tarda en llegar la fruta a Colombia es muy demorado lo cual dificulta su conservación.
- ❖ Falta de conocimiento con respecto al Caqui dulce coreano.
- ❖ Exigencia y aumento de los parámetros fitosanitarios.
- ❖ Costos en el acceso a canales de distribución.

IDEA # 2

Crear una tienda online para la comercialización de cosmética Coreana como, BB cream, CC cream, lips tint, mascarillas para el cuidado de la piel, esmaltes de gel para larga duración, entre otros. Para ser comercializados a consumidores conocedores de la cultura asiática y poderles facilitar los productos a su alcance.

PRO

- ❖ Facilitar a los clientes los productos de origen asiático para el cuidado personal.
- ❖ Innovar adaptando cada producto a la página web y en la fan page de la empresa.
- ❖ Satisfacer las necesidades.

CONTRA

- ❖ La venta de los productos a través de la página web puede crear desconfianza a los consumidores.
- ❖ Disponibilidad de los productos.

IDEA # 3

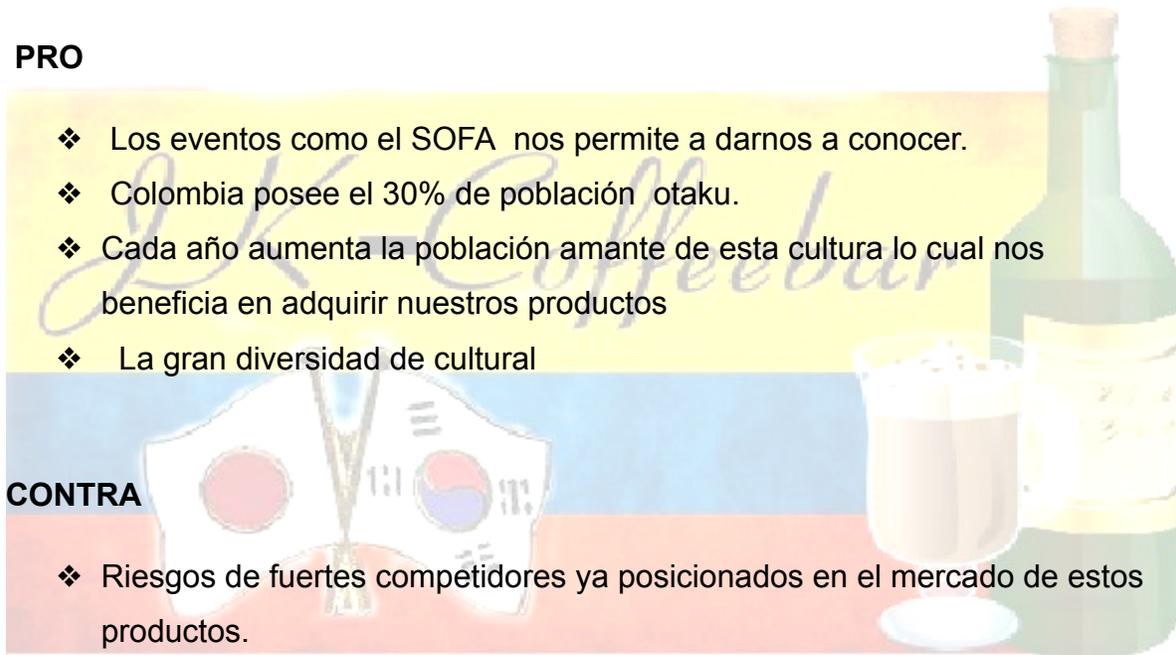
Crear una empresa para producir y comercializar productos anime, accesorios como mangas, series, figuras de acción, morrales personalizados, cuadernos personalizados, entre otros, será enfocado para consumidores otaku o amantes de la cultura asiática.

PRO

- ❖ Los eventos como el SOFA nos permite a darnos a conocer.
- ❖ Colombia posee el 30% de población otaku.
- ❖ Cada año aumenta la población amante de esta cultura lo cual nos beneficia en adquirir nuestros productos
- ❖ La gran diversidad de cultural

CONTRA

- ❖ Riesgos de fuertes competidores ya posicionados en el mercado de estos productos.
- ❖ La aceptación del producto en el mercado a los consumidores que no conocen esta cultura.



IDEA # 4

Crear un café bar para proporcionar diversos servicios a las personas que gustan de la cultura Asiática, enfocándonos principalmente en la Coreana y Japonesa, brindarles una gran variedad de bebidas traídas directamente del país de origen, crear espacios de ocio como eventos k-pop y cosplay de las diferentes series anime, también estará ambientado con los temas principales, ofreciendo un ambiente fuera de lo común para llevar a nuestros clientes a otra dimensión.

PRO

- ❖ Competencia a nivel de los licores ya que los amantes de estos los consideran exóticos.
- ❖ Innovación, ya que en el país son escasos este tipo de ambientes.
- ❖ Generar un espacio a la comunidad que gusta de esta cultura y a su vez satisfacer sus necesidades.

CONTRA

- ❖ La aceptación del café-bar por parte de la población en general.
- ❖ Se pueden generar altos costos como el arriendo y servicios públicos de la zona.

IDEA # 5

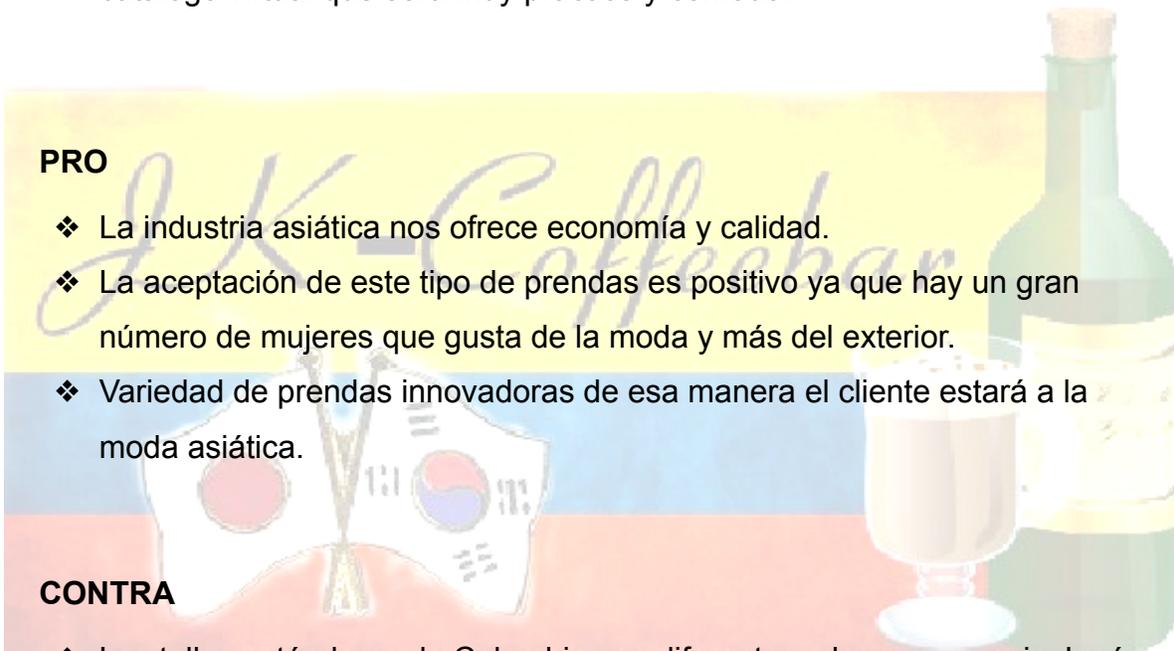
Crear una empresa comercializadora de ropa asiática, la cual será importada principalmente de Japón y Corea del Sur, lo que buscamos es traer la moda a nuestro país, estar a la vanguardia y ofrecer a nuestros clientes ropa que guste y que sientan que la cultura está más cerca de ellos, adicional a esto podrán ver las características de las prendas en un catálogo virtual que será muy práctico y cómodo.

PRO

- ❖ La industria asiática nos ofrece economía y calidad.
- ❖ La aceptación de este tipo de prendas es positivo ya que hay un gran número de mujeres que gusta de la moda y más del exterior.
- ❖ Variedad de prendas innovadoras de esa manera el cliente estará a la moda asiática.

CONTRA

- ❖ Las tallas estándares de Colombia son diferentes a las que maneja Japón y Corea del Sur.
- ❖ El catalogo virtual no puede ser de total agrado para clientes que prefieren ver las prendas personalmente.



IDEA SELECCIONADA

Crear un café bar proporcionar diversos servicios a las personas que gustan de la cultura Asiática, haciendo un enfoque principalmente a Corea del sur y Japón, hemos decidido llamarlo JK-COFFEEBAR, donde les brindaremos una gran variedad de bebidas traídas directamente del país de origen, adicional crearemos espacios de ocio como eventos k-pop y cosplay de las diferentes series anime, también estará ambientado con los temas principales, ofreciendo un ambiente fuera de lo común para llevar a nuestros clientes a otra dimensión.

PRO

- ❖ Competencia a nivel de los licores ya que los amantes de estos los consideran exóticos.
- ❖ Innovación, ya que en el país son escasos este tipo de ambientes.
- ❖ Generar un espacio a la comunidad que gusta de esta cultura y a su vez satisfacer sus necesidades.

CONTRA

- ❖ La aceptación del café-bar por parte de la población en general.
- ❖ Se pueden generar altos costos como el arriendo y servicios públicos de la zona.

**PLA
NEA
CIÓN
ESTR
ATE
GICA**

Coffeebar



2.4 PLAN ESTRATÉGICO

2.4.1 MISIÓN:

Somos un café bar creado con el fin de dar acceso a las personas que gustan de la cultura Asiática, más que todo Coreana y Japonesa, para ofrecerles un buen servicio a nuestros clientes y brindarles una gran variedad de bebidas traídos directamente del país de origen.

Adicionalmente queremos que sea un espacio de ocio y diversión en donde se puedan sentir cómodos y en un ambiente que se de su agrado.

2.4.2 VISIÓN:

Para el año 2025 estar posicionados en el mercado del sector servicios, siendo así reconocidos por la calidad de nuestro entretenimiento, bebidas y comidas asiáticas e innovando cada día para satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

2.4.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS

- ❖ Ofrecer un servicio de calidad satisfaga la necesidad de nuestros clientes,
- ❖ Contar con la tecnología e información que soporten la estrategia.
- ❖ Ofrecer información de contacto en forma visible.
- ❖ Generar confianza necesaria a nuestros clientes.
- ❖ . Contar con el personal capacitado para ofrecer un servicio, tanto en entretenimiento como en nuestros productos generando un ambiente asiático.

2.4.4 ARGUMENTOS

2.4.4.1 Producción:

- ❖ Control en la calidad de todos los productos que se ofrecerán a nuestros clientes, para de esta forma tener excelencia en el manejo.
- ❖ Realizar de forma efectiva las compras con respecto a la importación y el control de nuestros inventarios en todo aspecto del café-bar.

2.4.4.2 Finanzas:

- ❖ Contabilizar de la forma adecuada todos aquellos costos que se tendrán en el proceso del funcionamiento y hacer el presupuesto de gastos.
- ❖ La efectividad y ganancias que se tendrán en el transcurso, analizando la rentabilidad con todo lo que implica.

2.4.4.3 Mercadeo:

- ❖ Enfoque en darnos a conocer de una forma nueva e innovadora, para de esta forma llamar la atención de todos aquellos clientes potenciales que podrán en un futuro ser clientes fieles, ayudando al crecimiento y reconocimiento en un mercado competitivo y amplio para nosotros.
- ❖ Con una buena investigación que se hace con anticipación, analizar los pros y contras del lanzamiento de la empresa. Para de esta forma tener en cuenta los pasos a seguir teniendo buen manejo y conocimiento del mercado al que se enfrentará y de esta forma tener la facilidad de realizar
- ❖ una mejor promoción y publicidad teniendo dicho conocimiento llevándolo a buen nivel en el mercado futuro.

2.4.4.4 Talento humano:

- ❖ La buena capacitación de nuestros colaboradores es de vital importancia para así dar un buen servicio a nuestros clientes y hacer sentir cómodos a las personas que se desempeñarán en nuestra empresa.
- ❖ El bienestar de nuestros colaboradores es poderles ofrecer tanto estabilidad económica como laboral. Tener un buen manejo de lo que es la nómina y la contratación teniendo en cuenta las labores a realizar y la cantidad de personas que se requerirán tanto para no exceder en contrataciones ni quedarnos cortos por falta de personal.

2.4.5 **DIAGNÓSTICO**

Nuestra empresa utilizará la matriz DOFA para tener un análisis completo y claro de todo lo que respecta en la parte externa como en la interna, lo que nos servirá como ayuda para reforzar nuestros puntos débiles.

2.4.5.1 **DOFA**

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>1) Adquisición de los diferentes productos que se traen desde el exterior a los cuales nuestros clientes tendrán acceso.</p> <p>2) Mala ubicación del bar un poco estratégica.</p> <p>3) Factor monetario, en cuestión de inversión necesaria para su buen funcionamiento.</p> <p>4) Precios moderadamente elevados para nuestros clientes.</p> <p>5) Dependencia de un solo proveedor.</p> <p>6) Complicación en logística importación de algunos productos para el inventario.</p> <p>7) Almacenamiento y conservación de los productos.</p> <p>8) Es un bar en donde las personas tendrán sólo facilidad de interactuar entre sí con distintas actividades lúdicas, peor el baile no es una de</p>	<p>1) Conocimiento del mercado.</p> <p>2) Personal competente.</p> <p>3) Calidad en el servicio y nuestros productos.</p> <p>4) Un café-bar original y diferente.</p> <p>5) Generamos espacio a la comunidad que gusta de la cultura.</p> <p>6) Capacitar al personal en las áreas respectivas enfocadas a la atención del cliente.</p> <p>7) Estructura física e instalaciones adecuadas.</p> <p>8) Diversidad de bebidas y alimentos.</p> <p>9) Facilitación e interacción con el gusto de nuestros clientes.</p> <p>10) Constante Innovación referente al ambiente y creatividad de nuestros espacios para nuestros clientes.</p>

<p>estas.</p> <p>9) Manejo de los horarios en cuanto a la restricción de entrada a los menores de edad a cierta hora por el funcionamiento del café.</p> <p>10) Poca publicidad.</p>	
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>1) Competencia débil frente a esta temática.</p> <p>2) Tendencia favorable en el mercado</p> <p>3) Diversidad cultural.</p> <p>4) Innovación en el mercado con este tipo de café-bar.</p> <p>5) Se le ofrece al público disfrutar de eventos personalizados.</p> <p>6) Posicionarnos a nivel nacional.</p> <p>7) Incentivar a las personas a relacionarse más con la cultura asiática.</p> <p>8) Crecimiento rápido en el mercado.</p> <p>9) Un café-bar original y diferente.</p> <p>10) Actividades que generan la integración para interactuar y conocer más sobre lo otaku y el k-pop.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>1) Costos elevados.</p> <p>2) Enfrentarse a un mercado en el cual es poco conocido todo aquello que tiene que ver con la cultura asiática.</p> <p>3) Falta de conocimiento a la diversidad de productos.</p> <p>4) Recursos financieros.</p> <p>5) Reducción de la demanda.</p> <p>6) Intento de fraude de JK-CoffeeBar por parte de inversionistas extranjeros.</p> <p>7) Pérdida de fidelización de los clientes.</p> <p>8) Cambios de leyes o normas que afecten a la empresa directamente económicamente o disminución de clientela.</p> <p>9) Nivel de satisfacción de los clientes referentes a que sus gustos frente a esta cultura.</p> <p>10) Mayores temporadas en los que el bar no tendrá mucha clientela.</p>

2.4.5.2 **Estrategias DO**

- ❖ Es un lugar de interacción entre sí, donde su principal lúdica son los eventos, con el fin de dar a conocer más la cultura Asiática, como parte del entretenimiento diverso del bar. (D8;O10)
- ❖ Por medio de la innovación en el mercado llegar a darle al Café-bar una publicidad estratégica con la cual se pueda llegar a un reconocimiento social en los ámbitos característicos del Café-Bar. (D10;O4)
- ❖ Se pueden hacer los eventos personalizados de nuestros clientes en horas de la tarde, ya sea en el bar o el café, para la participación y disfrute en su totalidad sin restricción por la edad, dependiendo del tipo de evento. (D9;O5)
- ❖ Fácil recuperación del factor monetario por la tendencia y el rápido crecimiento en el mercado. (D3;O2-8)
- ❖ Precios moderadamente elevados para nuestros clientes, lo cual nos ayuda debido a que hay una competencia débil frente a esta temática. (D4;O1)

2.4.5.3 **ESTRATEGIAS FA**

- ❖ Aprovechar al máximo el hecho que tenemos conocimiento en el mercado, para darlo a conocer en la sociedad y se familiaricen más con el.(F1;A2)
- ❖ Aprovechar la constante innovación referente al ambiente y creatividad de nuestros espacios, para que el nivel de satisfacción de los clientes siempre sea alta y favorable para nosotros. (F10;A9)
- ❖ Ofrecemos calidad en el servicio y en nuestros productos para facilitar el conocimiento a la diversidad de lo que ofrecemos. (F3;A3)
- ❖ Estructura física e instalaciones adecuadas, teniendo un manejo adecuado de los recursos financieros con los que cuenta la empresa. (F7;A4)
- ❖ Capacitar al personal en las áreas respectivas enfocadas a la atención del cliente para de esta forma evitar pérdida de fidelización de los clientes. (F6;A7)



3. CAPITULO II: HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS

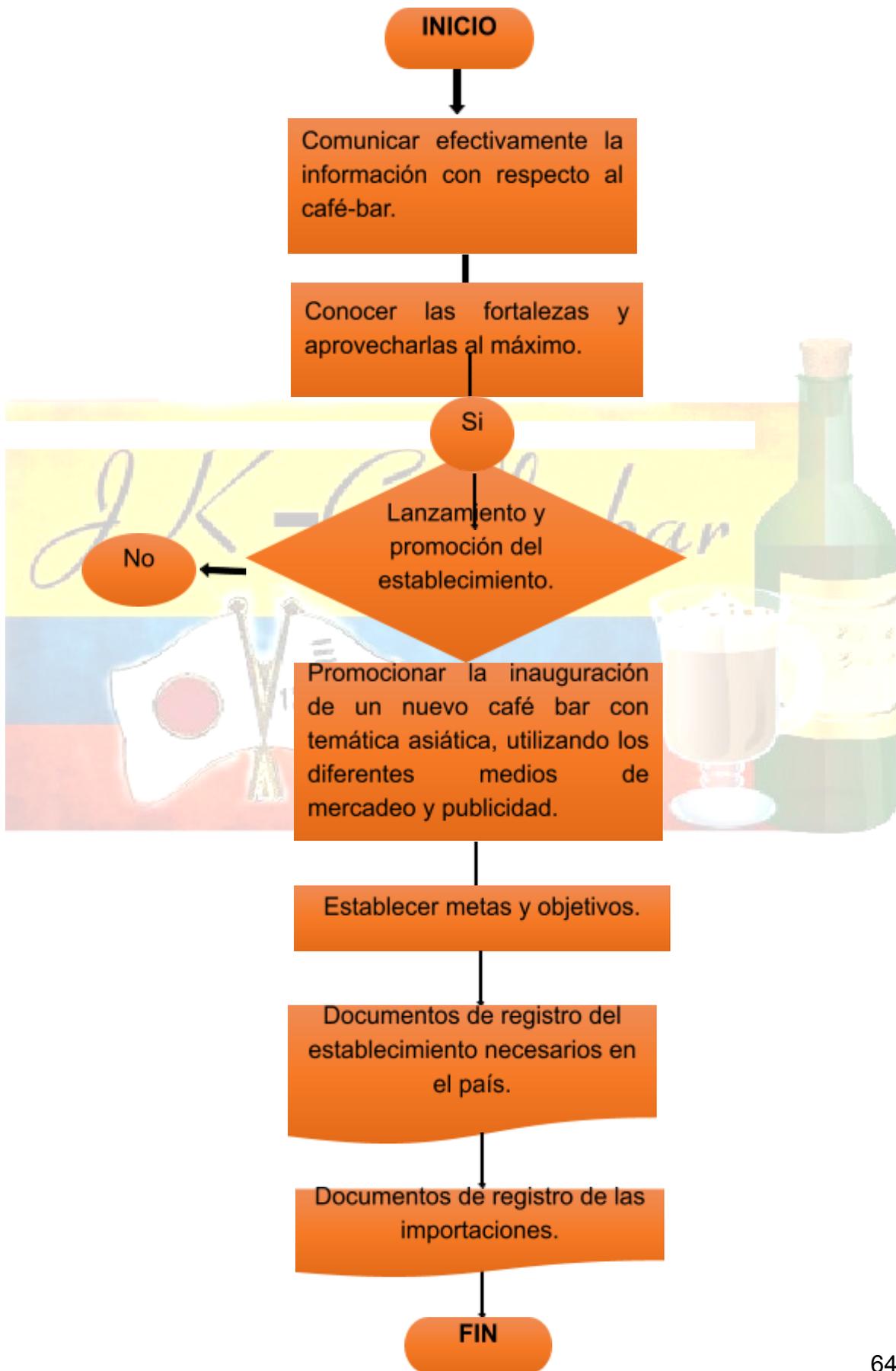
3.1 DIRECCIÓN

Combinamos los recursos humanos y técnicos, para así dar lo mejor y poder lograr conseguir los objetivos de la empresa desarrollando las tareas necesarias a la hora de dirigir, resaltando entre ellas aparte de representar a JK-Coffeebar la toma de decisiones.

Dirigir para nosotros es mucho más que transmitir información o dar órdenes para su buen funcionamiento, se debe estar preparado para el entorno competitivo que se tiene en el momento teniendo en cuenta nuestras debilidades en el nivel empresarial, la buena organización y análisis de todos los factores tanto internos y externos es la clave de que nuestro Café-bar tenga un mayor nivel enfrentado así todos los desgastes. Tenemos en cuenta que somos un conjunto que manejamos el negocio cada uno con distintas formas pero uno de nosotros es la persona responsable además de tener una visión clara y objetiva con buen conocimiento de mercado que ayuda que la empresa se mantenga estable.

3.1.1 Liderazgo

Grafico 1



B

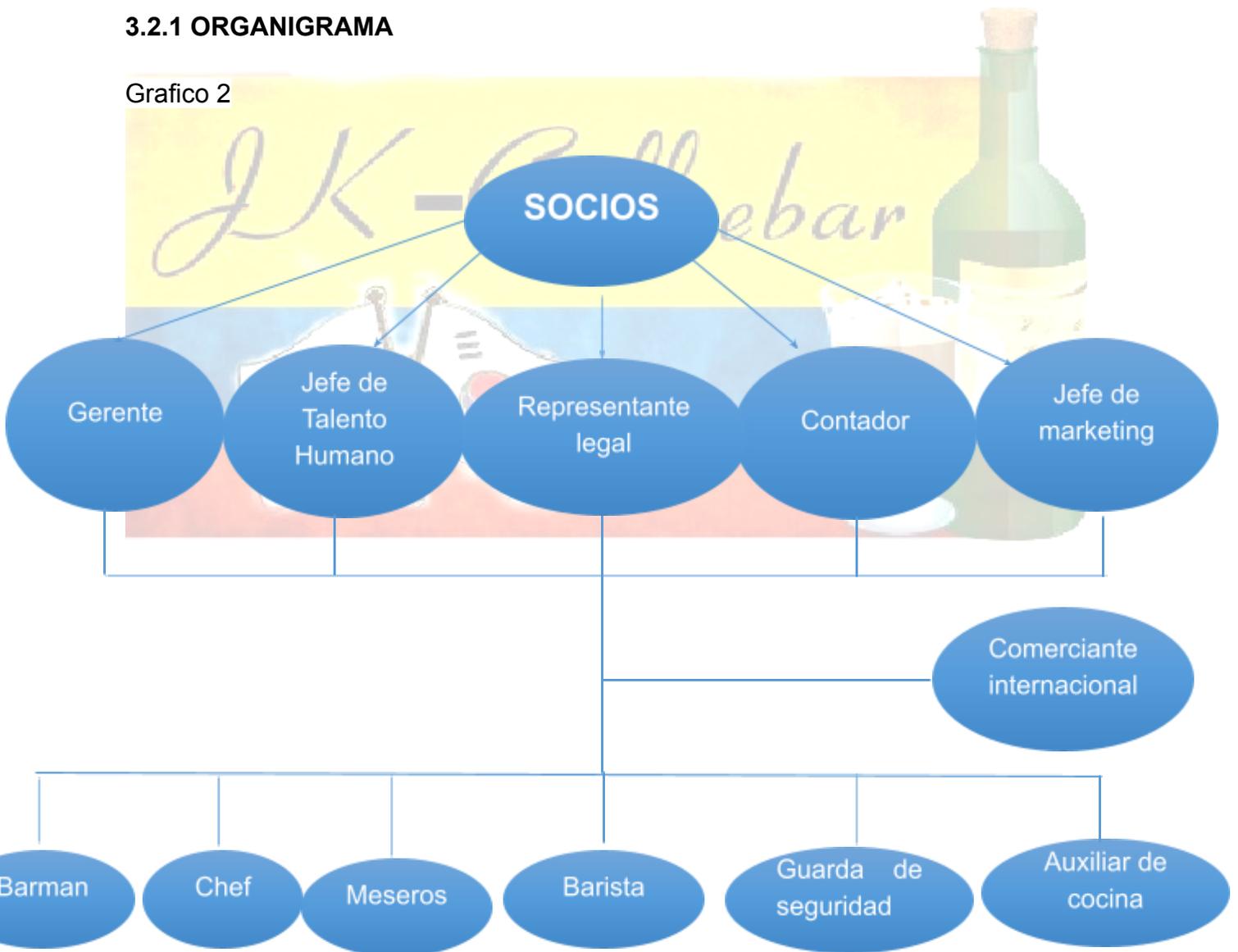
A

3.2 ORGANIZACIÓN

JK-COFFEEBAR S.A empleamos la organización repartiendo las responsabilidades entre los miembros del equipo de trabajo, así permitiendo tener una mejor asignación y uso de los recursos de la empresa necesarios para llevar a cabo las actividades y tareas, desarrollando y aplicando estrategias para alcanzar los objetivos establecidos en la planeación.

3.2.1 ORGANIGRAMA

Grafico 2



3.2.2 MANUAL DE FUNCIONES

Tipo de cargo: Gerente General

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Es el responsable de liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica, la actividad de este es mantener en orden el ambiente de trabajo, que este sea el adecuado, saber las decisiones apropiadas en algún dilema que este tenga.

Funciones a desempeñar:

1. Es él encargado(a) de analizar las necesidades del lugar y darle seguimiento a los asuntos que se le presenten.
2. Debe tener conocimientos financieros ya que debe liderar y coordinar los estados financieros de la empresa.
3. Debe llevar a cabo las operaciones del día que se registren y tener un control de ello.
4. Debe coordinar y liderar la planeación estratégica de la empresa.
5. Tiene que revisar que el lugar tenga una apertura adecuada tanto en limpieza como en los productos que estén en lugares adecuados.
6. Debe supervisar a cada empleado del establecimiento y observar que esté haciendo su labor de manera adecuada.
7. Es él encargado(a) de revisar los proyectos que el jefe de cada dependencia realice para el mejoramiento del mismo.
8. Debe supervisar que el ambiente del establecimiento sea el más adecuado para los empleados y clientes, vigilar que los recursos estén bien empleados para el funcionamiento del mismo.
9. Revisar los inventarios y velar para que no haga falta productos importantes y entorpezcan el funcionamiento del establecimiento.
10. Supervisar los permisos que se requieran para el funcionamiento del establecimiento y velar para que se mantengan al día.

Tipo de cargo: Jefe de Talento Humano

Dependencia: Recursos Humanos

Perfil del empleado: Es el encargado de delegar funciones a sus colaboradores, reducir los costos ayudando al gerente a no tener excesos en deficiencias del personal, debe estar capacitado y tener conocimientos acerca del manejo y selección de personal y velar por sus intereses, adicional debe tener experiencia en el cargo, con título profesional en licenciatura en Administración de Empresas o afines.

Funciones a desempeñar:

1. Manejo de los recursos humanos del establecimiento.
2. Manejo del personal.
3. Es el encargado(a) de la selección y capacitación del personal.
4. es el encargado(a) en delegar funciones a sus colaboradores.
5. Debe colaborar a reducir los costos, ayudando al gerente a no tener excesos en deficiencias del personal.
6. Debe generar conciencia sobre la importancia de la gestión de eficiencia de los recursos humanos.
7. Debe tener conocimientos sobre las políticas de la empresa.
8. Debe elaborar planillas de horario del personal.
9. Es el encargado(a) de coordinar y liderar las fechas especiales o eventos del establecimiento.
10. Debe manejar la base de datos de los empleados.

Tipo de cargo: Jefe de Marketing

Dependencia: Mercadeo y Publicidad

Perfil del empleado: Es el encargado(a) de analizar el mercado, que consiste en analizar las necesidades, preferencias, gustos, deseos, hábitos y costumbres de los consumidores a través del análisis del mercado, podemos detectar, debe tener experiencia en el cargo y contar con un título profesional en Negocios Internacionales o afines.

Funciones a desempeñar:

1. Estar a la vanguardia de nuevas oportunidades en un nuevo mercado.
2. Es el encargado de generar estrategias de mercado para incursionar a nuevas oportunidades.
3. Es el encargado(a) en delegar funciones a sus colaboradores.
4. Es el encargado(a) de generar estrategias de publicidad para dar a conocer el establecimiento.
5. Debe generar estrategias para la innovación de nuevos o actuales productos.
6. Debe generar estrategias de marketing que se estén implementando tal como se especifican en los planes de acción.
7. Debe conocer a grandes rasgos la competencia o la posible competencia y generar estrategias de acción.
8. Es el encargado de realizar encuestas, recolectar y evaluar sus datos y preferencias para una mayor satisfacción al cliente.
9. Es el encargado(a) de realizar la investigación de mercado conjunto a su equipo de área y/o dependencia.
10. Debe analizar los cambios en el mercado como nuevas tendencias, moda entre otras y generar un plan de acción en caso de que este afecte.

Tipo de cargo: Representante legal

Dependencia: Financiera

Perfil del empleado: Persona seria y dedicada, responsable, honesta, con experiencia en el cargo, ser profesional en Derecho comercial o afines, para informar de los asuntos legales a los socios y evitar que la empresa incurra en incumplimiento de la ley.

Funciones a desempeñar:

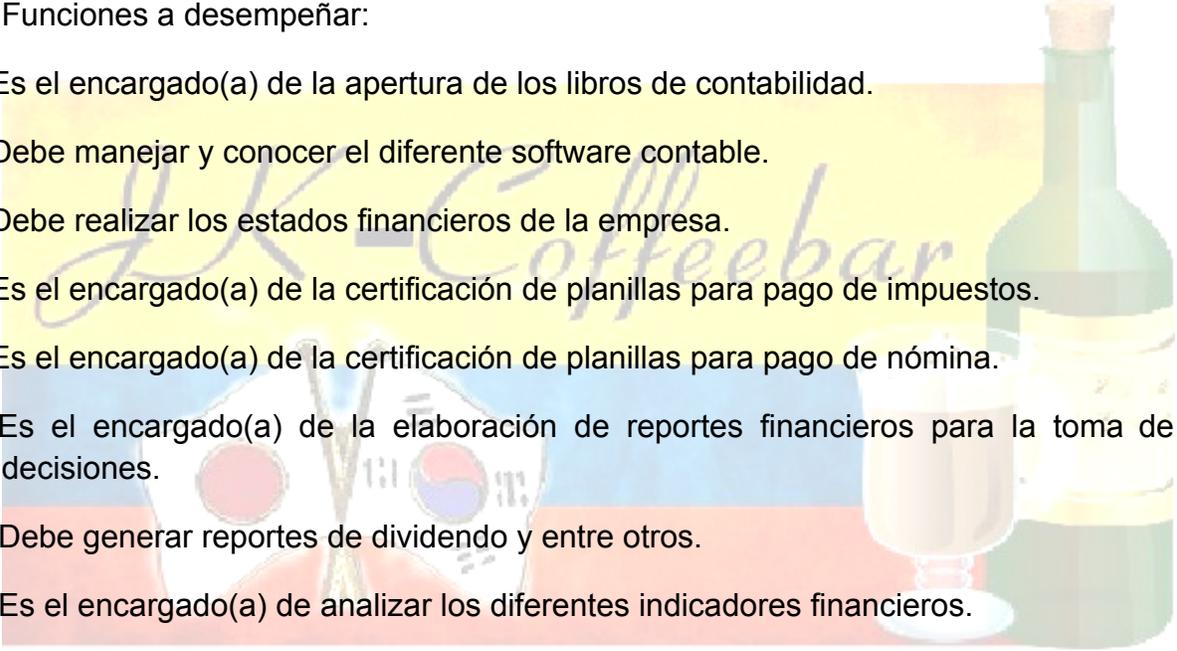
1. Informar de las nuevas leyes que pueden afectar o beneficiar la compañía.
2. Supervisar de que los funcionamientos y procedimientos del café-bar este bajo la ley.
3. Asegurarse de no incumplir ninguna norma en la realización de los eventos.
4. Informar y/o conseguir los permisos requeridos para el buen funcionamiento de café-bar o de los eventos.
5. Darle seguimientos a las actividades que se realicen en el bar por terceros.
6. Informar de imprevistos y cambios que se deban realizar a los socios.
7. Firmar contratos con Outsourcing, si se llegan a necesitar, o a terceros y hacer la respectiva negociación.
8. Supervisar los permisos que se requieran para el funcionamiento del establecimiento y velar para que se mantengan al día.
9. Revisar cada proyecto que se proponga y dar apoyo para que este se pueda efectuar exitosamente.
10. Está obligado a responder a las solicitudes de los socios y a entregar copias de las actas de junta, estados financieros y otros.

Tipo de cargo: Contador(a)

Dependencia: Finanzas

Perfil del empleado: Es el encargado(a) de los estudios de los estados financieros de la empresa y sus análisis, certificación de planillas para pago de impuestos, debe tener un amplio conocimiento en el manejo de las diferentes cuentas, indicadores, debe tener experiencia en el cargo y tener un título profesional en Contaduría Pública.

Funciones a desempeñar:

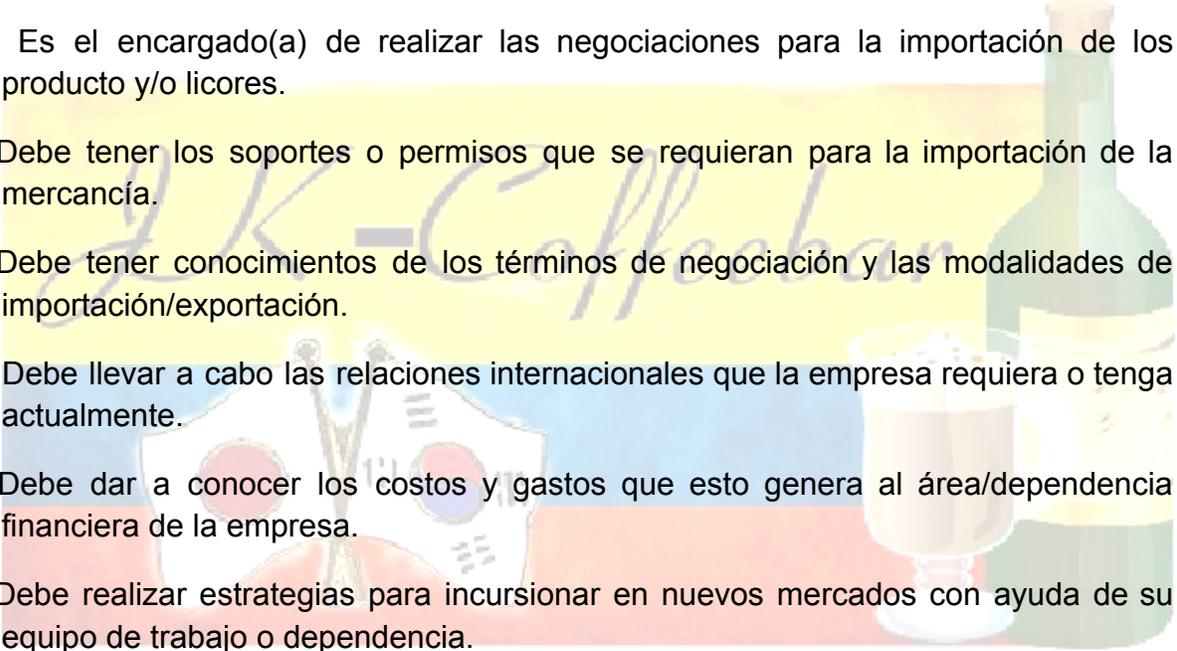
1. Es el encargado(a) de la apertura de los libros de contabilidad.
 2. Debe manejar y conocer el diferente software contable.
 3. Debe realizar los estados financieros de la empresa.
 4. Es el encargado(a) de la certificación de planillas para pago de impuestos.
 5. Es el encargado(a) de la certificación de planillas para pago de nómina.
 6. Es el encargado(a) de la elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.
 7. Debe generar reportes de dividendo y entre otros.
 8. Es el encargado(a) de analizar los diferentes indicadores financieros.
 9. Es el encargado(a) de generar certificaciones de los desprendibles de nómina.
 10. Es el encargado(a) de llevar los soportes contables de la empresa.
- 

Tipo de cargo: Comercio Exterior

Dependencia: Producción y Logística

Perfil del empleado: Es el encargado(a) debe tener amplios conocimientos con el mercado internacional y conocer los diferentes tipos de negociación teniendo en cuenta la tasa de cambio, debe tener experiencia en el cargo y contar con un título en Negocios Internacionales o comercio exterior.

Funciones a desempeñar:

1. Es el encargado(a) de realizar las negociaciones para la importación de los producto y/o licores.
 2. Debe tener los soportes o permisos que se requieran para la importación de la mercancía.
 3. Debe tener conocimientos de los términos de negociación y las modalidades de importación/exportación.
 4. Debe llevar a cabo las relaciones internacionales que la empresa requiera o tenga actualmente.
 5. Debe dar a conocer los costos y gastos que esto genera al área/dependencia financiera de la empresa.
 6. Debe realizar estrategias para incursionar en nuevos mercados con ayuda de su equipo de trabajo o dependencia.
 7. Es el encargado(a) en delegar funciones a sus colaboradores.
 8. Es el encargado(a) de generar informes sobre las actividades del área.
 9. Debe tener los soportes de las diferentes importaciones que se realizan y estar al día con los documentos, permisos que estos requieran.
- 

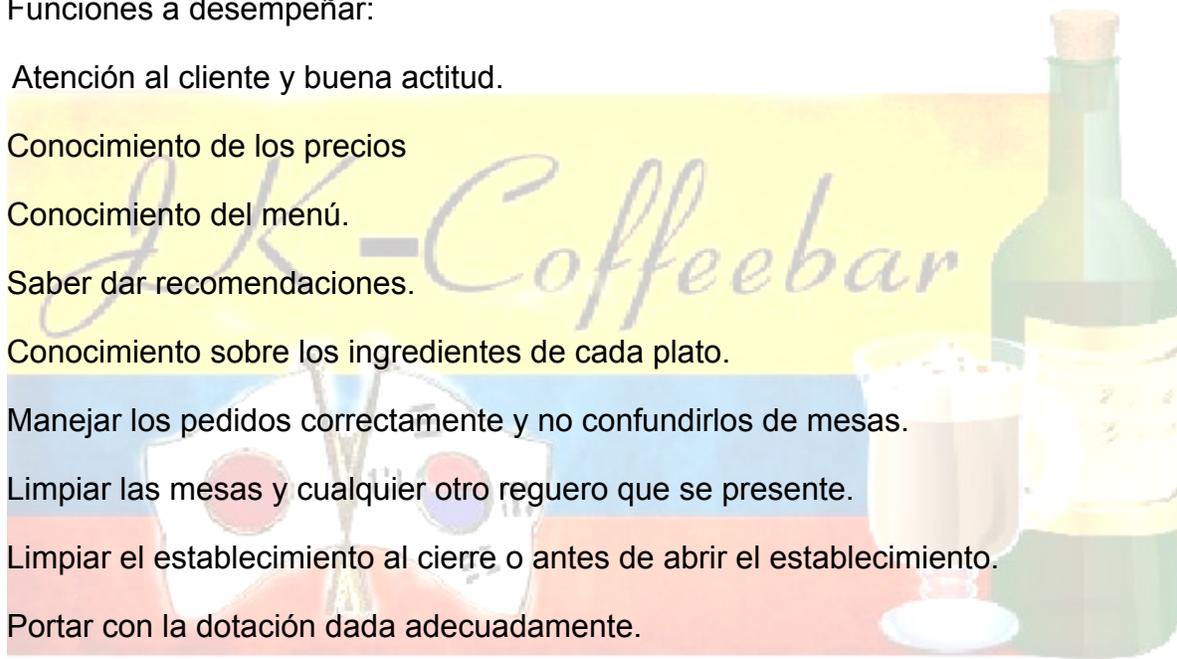
Tipo de cargo: Mesero de cafetería

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Persona seria y dedicado, con buen manejo de servicio al cliente, responsable, honesta, con buena presentación personal, no requerimos experiencia.

Funciones a desempeñar:

1. Atención al cliente y buena actitud.
2. Conocimiento de los precios
3. Conocimiento del menú.
4. Saber dar recomendaciones.
5. Conocimiento sobre los ingredientes de cada plato.
6. Manejar los pedidos correctamente y no confundirlos de mesas.
7. Limpiar las mesas y cualquier otro reguero que se presente.
8. Limpiar el establecimiento al cierre o antes de abrir el establecimiento.
9. Portar con la dotación dada adecuadamente.
10. Apoyo en los eventos de K-pop y Cosplay.



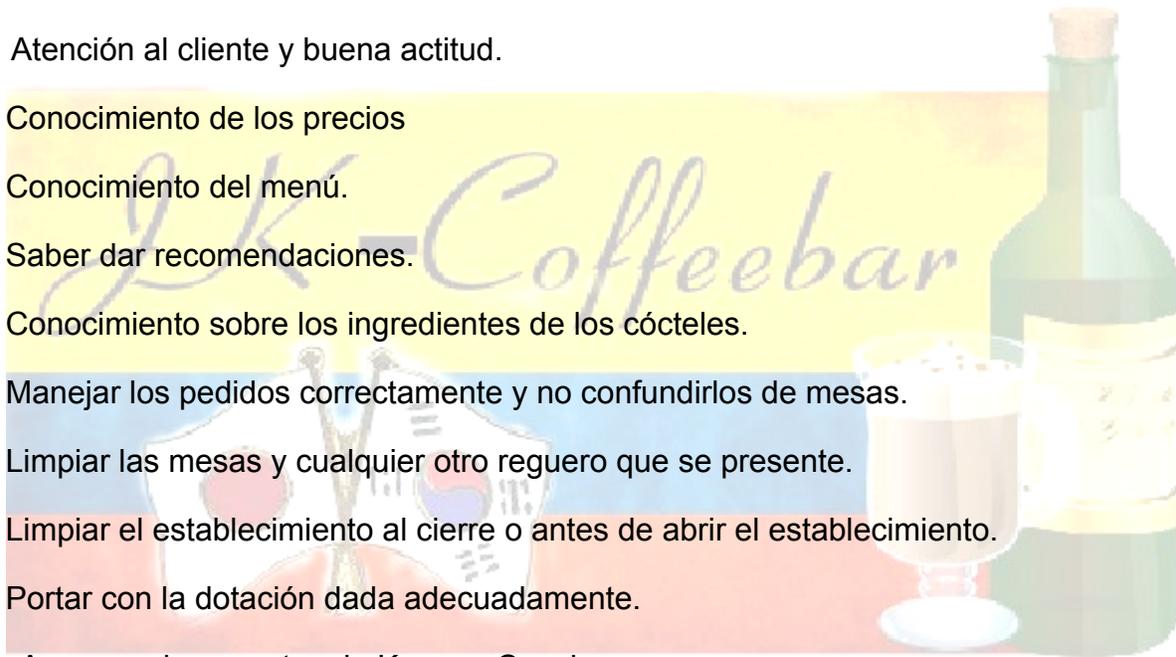
Tipo de cargo: Mesero de Bar

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Persona seria y dedicado, con buena manejo de servicio al cliente, responsable, honesta, con buena presentación personal, disponibilidad de horario nocturno, conocimientos sobre la música y ambientación japonesa y coreana, y experiencia como mesero en bares, cafés o restaurantes.

Funciones a desempeñar:

1. Atención al cliente y buena actitud.
2. Conocimiento de los precios
3. Conocimiento del menú.
4. Saber dar recomendaciones.
5. Conocimiento sobre los ingredientes de los cócteles.
6. Manejar los pedidos correctamente y no confundirlos de mesas.
7. Limpiar las mesas y cualquier otro reguero que se presente.
8. Limpiar el establecimiento al cierre o antes de abrir el establecimiento.
9. Portar con la dotación dada adecuadamente.
10. Apoyo en los eventos de K-pop y Cosplay.



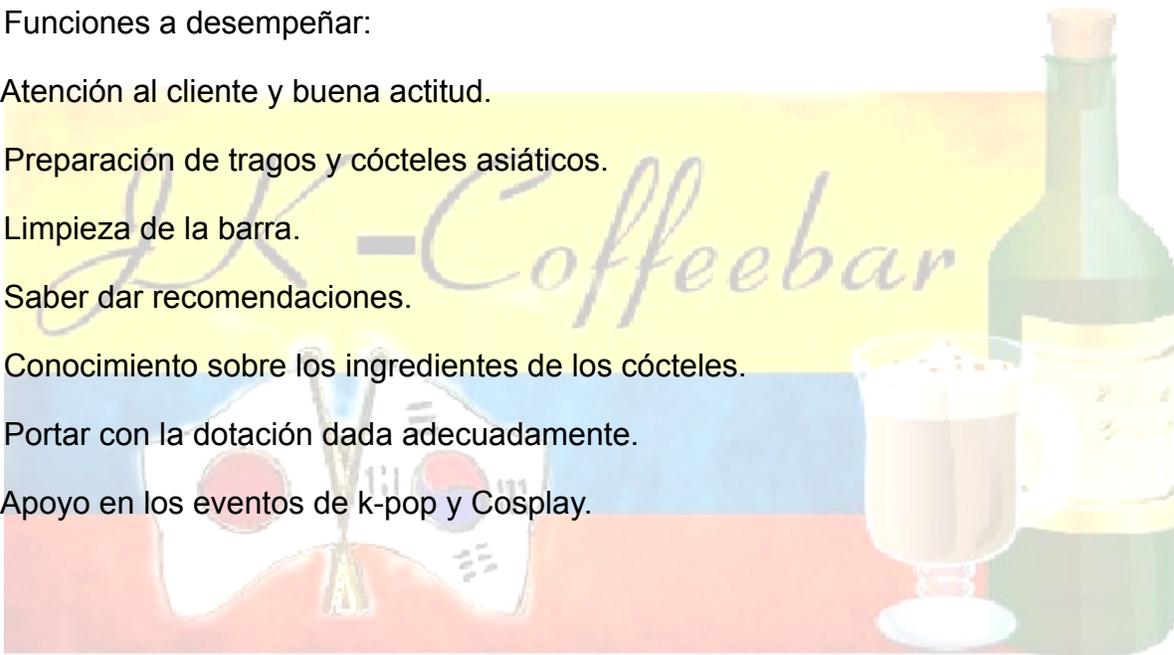
Tipo de cargo: Barman

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Persona seria y dedicado, con buena manejo de servicio al cliente, responsable, honesta, con buena presentación personal, disponibilidad de horario nocturno, conocimientos sobre la música, ambientación y bebidas japonesa y coreana, con técnico o tecnólogo del Sena u otra institución en Formación coctelera o afines.

Funciones a desempeñar:

1. Atención al cliente y buena actitud.
2. Preparación de tragos y cócteles asiáticos.
3. Limpieza de la barra.
4. Saber dar recomendaciones.
5. Conocimiento sobre los ingredientes de los cócteles.
6. Portar con la dotación dada adecuadamente.
7. Apoyo en los eventos de k-pop y Cosplay.



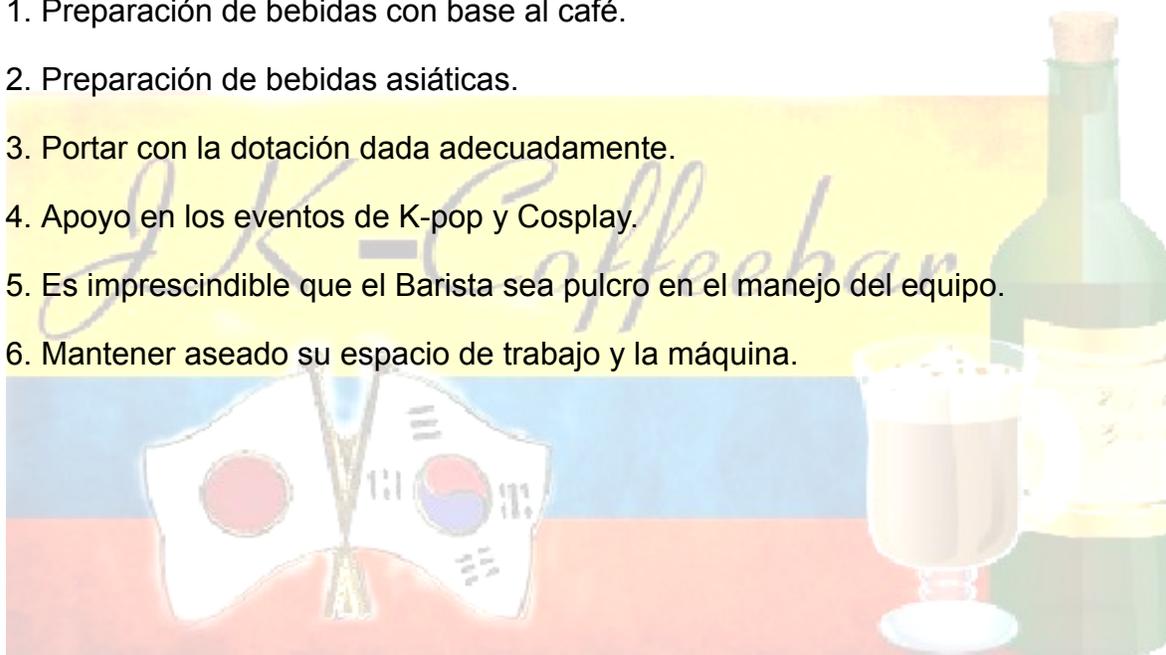
Tipo de cargo: Barista

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Persona seria y dedicado, con buen manejo de servicio al cliente, responsable, honesta, con buena presentación personal, conocimiento de bebidas asiáticas técnico en barista del Sena.

Funciones a desempeñar:

1. Preparación de bebidas con base al café.
2. Preparación de bebidas asiáticas.
3. Portar con la dotación dada adecuadamente.
4. Apoyo en los eventos de K-pop y Cosplay.
5. Es imprescindible que el Barista sea pulcro en el manejo del equipo.
6. Mantener aseado su espacio de trabajo y la máquina.



Tipo de cargo: Guarda de seguridad

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Persona seria y dedicado, con buen manejo de servicio al cliente, responsable, honesta, con buena presentación personal, disponibilidad de horario nocturno, control sobre clientes sobresaltados.

Funciones a desempeñar:

1. Atención al cliente y buena actitud.
2. Control de la cantidad de gente que ingresa al bar.
3. No permitir la entrada de menores de edad.
4. No permitir la entrada de armas de fuego o armas blancas.
5. Controlar a los clientes si se presentan peleas.
6. Apoyo en los eventos de K-pop y Cosplay.

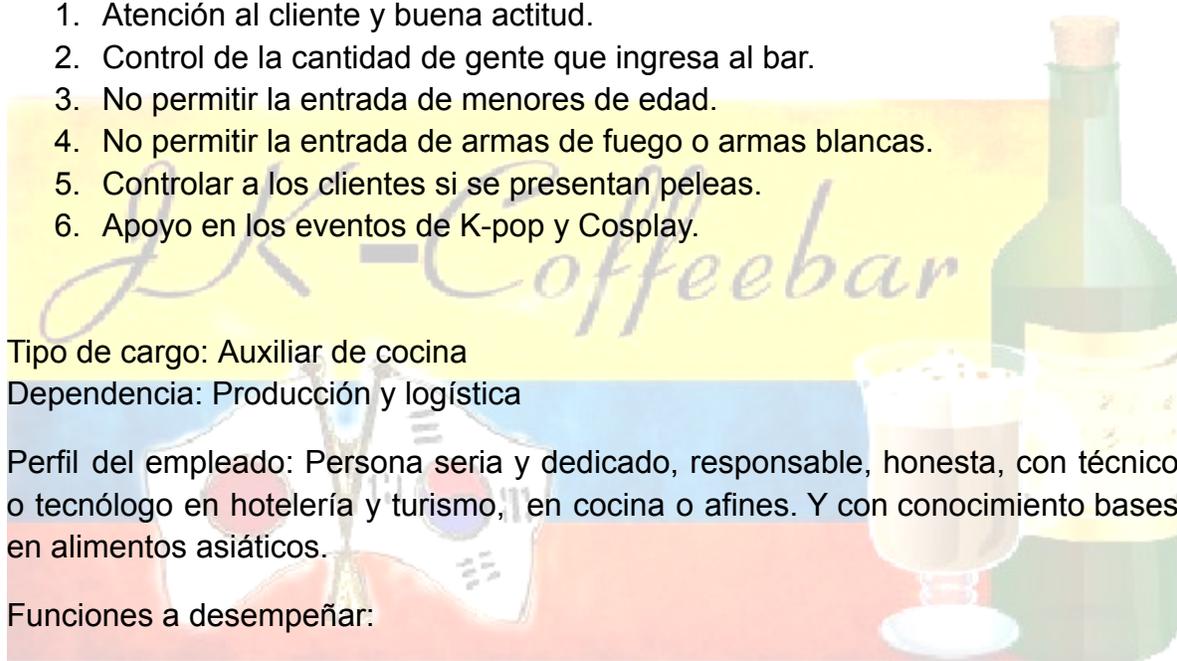
Tipo de cargo: Auxiliar de cocina

Dependencia: Producción y logística

Perfil del empleado: Persona seria y dedicado, responsable, honesta, con técnico o tecnólogo en hotelería y turismo, en cocina o afines. Y con conocimiento bases en alimentos asiáticos.

Funciones a desempeñar:

1. Apoyo al chef.
2. Preparación de alimentos que no tengan mayor complique.
3. Lavar losa.
4. Limpiar y mantener ordenada la cocina.
5. Lavar los alimentos.
6. Apoyo en los eventos de K-pop y Cosplay.
7. Alcanzar los platos a las meseras.
8. Conocimiento de manejo de ingredientes asiáticos.

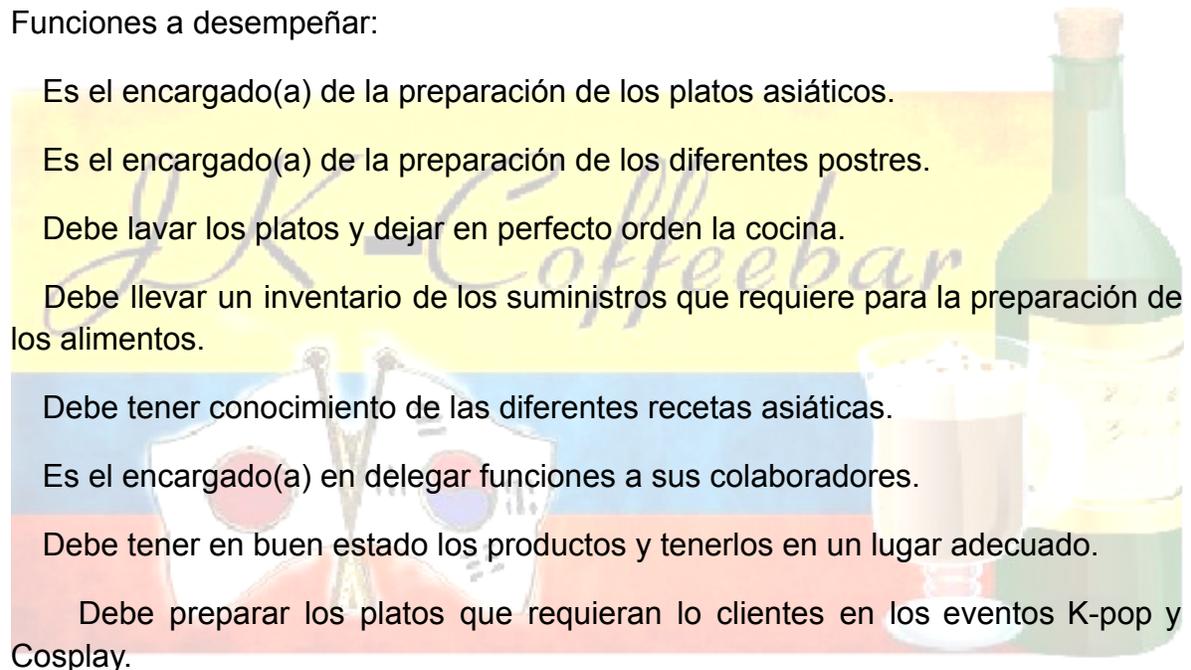


Tipo de cargo: Chef

Dependencia: Producción y Logística

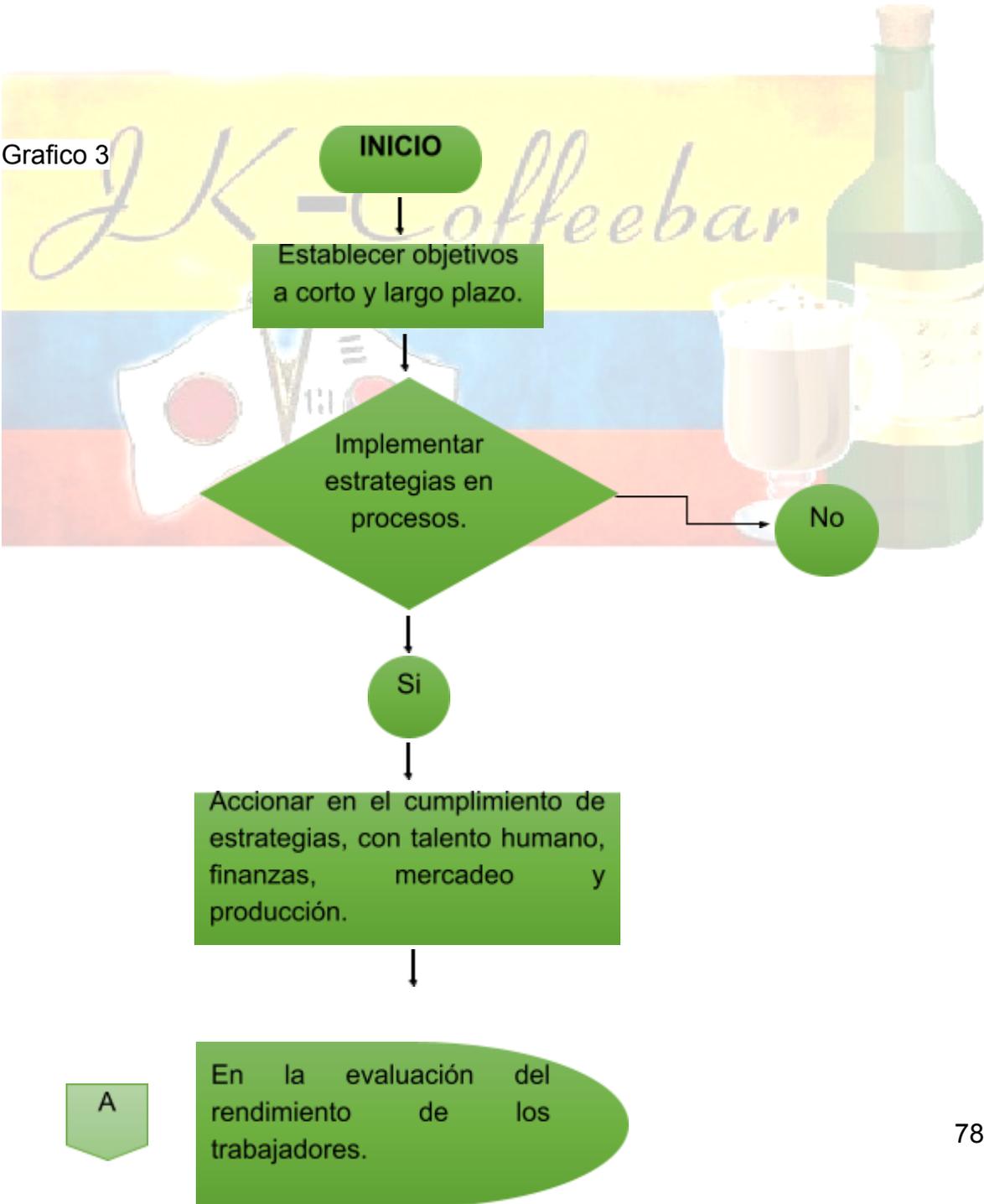
Perfil del empleado: Es el encargado(a) de la preparación de los diferentes alimentos del establecimiento, deben tener los conocimientos necesarios en la preparación de platos asiáticos, tener conocimiento en la preparación de repostería, tener amplia experiencia en el cargo y un título profesional en gastronomía o afines.

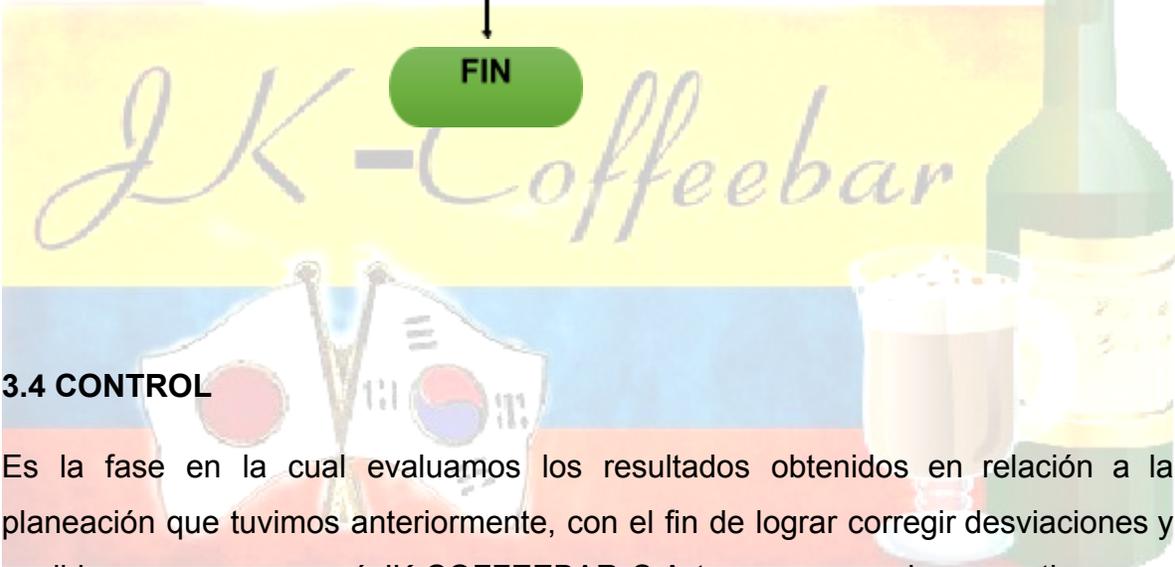
Funciones a desempeñar:

1. Es el encargado(a) de la preparación de los platos asiáticos.
 2. Es el encargado(a) de la preparación de los diferentes postres.
 3. Debe lavar los platos y dejar en perfecto orden la cocina.
 4. Debe llevar un inventario de los suministros que requiere para la preparación de los alimentos.
 5. Debe tener conocimiento de las diferentes recetas asiáticas.
 6. Es el encargado(a) en delegar funciones a sus colaboradores.
 7. Debe tener en buen estado los productos y tenerlos en un lugar adecuado.
 8. Debe preparar los platos que requieran lo clientes en los eventos K-pop y Cosplay.
- 

3.3 EJECUCIÓN

Es la etapa que realiza los pasos a seguir para que la empresa pueda cumplir sus objetivos a corto y largo plazo, este proceso es realizado por los miembros del equipo de socios del café-bar con una visión objetiva teniendo en cuenta la mejor manera de efectuar su cumplimiento a cabalidad.

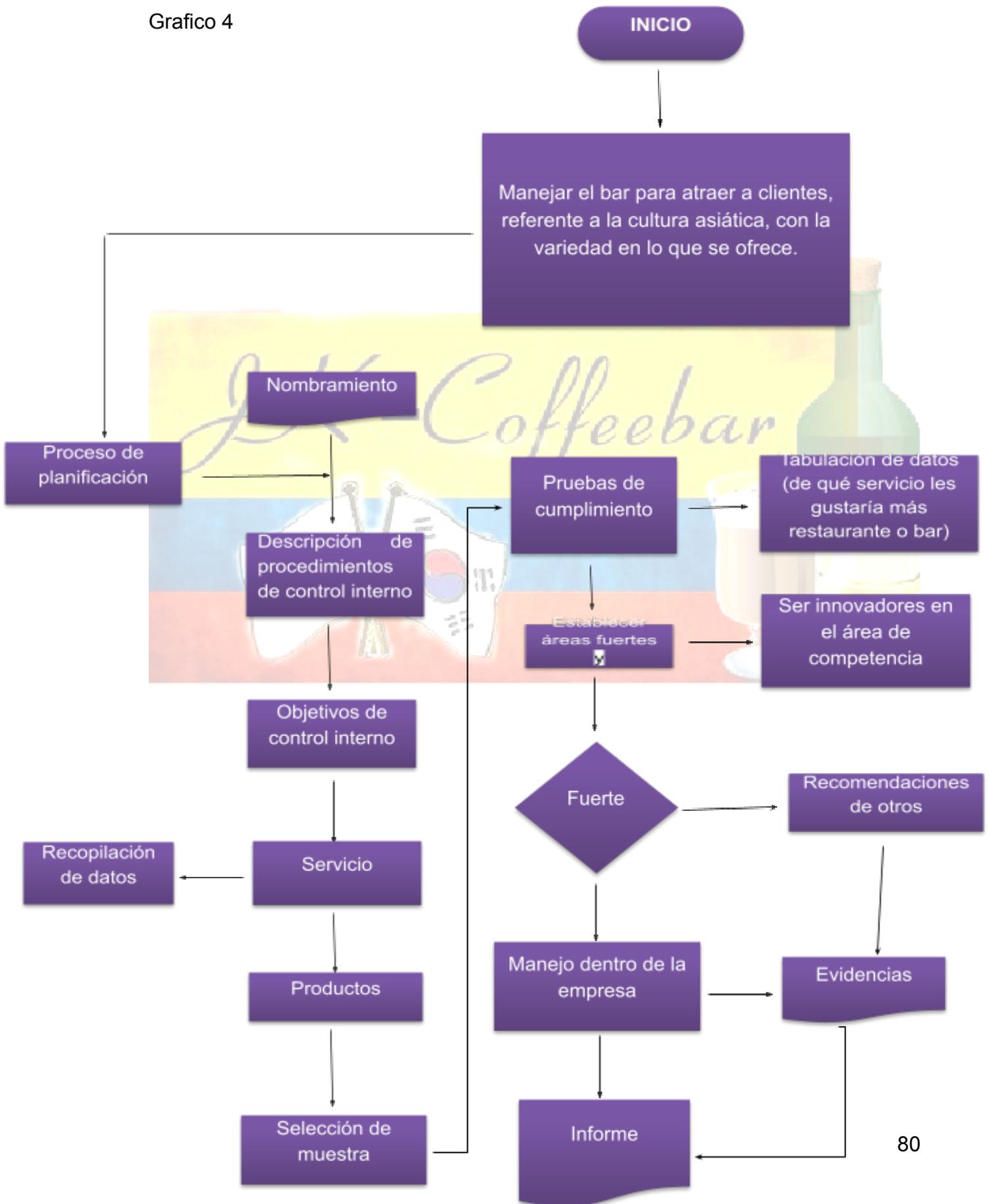




3.4 CONTROL

Es la fase en la cual evaluamos los resultados obtenidos en relación a la planeación que tuvimos anteriormente, con el fin de lograr corregir desviaciones y posibles errores para así JK-COFFEEBAR S.A tener unas mejoras continuas en torno al rendimiento obteniendo mejores resultados a medida de su crecimiento empresarial en el mercado.

Grafico 4



3.4.1 MECANISMOS DE CONTROL

Área financiera: Estados financieros, control y manejo en el dinero que se invierte referente a cada uno de los socios, el pago de deudas como lo son préstamos bancarios, pago de nómina entre los gastos en inmuebles y servicios públicos.

Área recursos humanos: Contratación, capacitación, formación. Teniendo en cuenta los perfiles necesarios para el funcionamiento del establecimiento, la cantidad de colaboradores así teniendo los suficientes sin que hagan falta en ningún nivel.

Área mercadeo: Publicidad, virtual mediante redes sociales como lo es Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat. Volantes y vallas publicitarias, teniendo un control para no saturar debido a que desde el inicio debemos tener buena inversión publicitaria para dar el conocimiento del establecimiento.

Área planeación: Planillas de control de cada área, en donde se pondrán los pasos de manejo en cada una de ellas, con las respectivas metas según el tiempo que se acuerde revisando así su funcionalidad y resultados. Planilla de eventos, especificando la fecha, horario, edades, todo público o mayores de edad, cantidad de personas, comida y licores, si tendrán alcohol o no, tema del evento.

Área logística: Inventarios rotativos, veremos reflejado la mercancía importada con sus respectivas cantidades, comida, licores, para así tener control en lo que se gasta y lo que hace falta, evitando adquirir pocas o demasiadas. Planilla de eventos, con fechas y requerimientos del mismo.

ESTUDIO DE MERCADO



4. Capítulo III: Análisis

4.1 Características del Producto

Un café-bar con temática Otaku y k-pop, prestando un servicio de calidad, ofreciendo los mejores alimentos de Japón y Corea, la mejor atención al servir los platos o bebidas, atender órdenes y cualquier petición del cliente, la mejor música ambientada, cafés y bebidas alcohólicas de alta calidad, la mejor organización a la hora de realización de eventos y propagandas de estos mismos. Bebidas importadas y certificadas por las normas internacionales, alimentos preparados por expertos en comida asiática, todo bajo los parámetros de las normas ISO 9001.

4.1.1 Local

El establecimiento contará con dos pisos, en el primer piso estará ubicado el café, y funcionará en el día y parte de la noche, en el segundo piso funcionará el Bar, el cual tendrá un acceso diferente al del café, para que no haya inconvenientes con la entrada y salida de clientes, además del manejo con la edad requerida para entrar; dependiendo si se presta el servicio de evento o funcionamiento normal.

4.1.2 Marca

JK-Coffeebar.

4.1.3 Logotipo



4.1.4 Eslogan

Disfruta lo que más te gusta en JK-coffeebar.

4.1.5 Single

Soundtrack instrumental de One piece llamado “moukou”, esta comenzara hasta el segundo 20 donde disminuirá el volumen y de inmediato comenzará en volumen ascendente el instrumental “infinite (인피니트) Bad” con otros 20 segundos, del segundo 11 al 20 la frase JK, explora, conoce y disfruta, en intervalos de 1 segundo, para un total de 40 segundos.

..\Downloads\mix_1m04s-audio-joiner.com.mp3

4.2 Prototipo



Plano primer piso, Café.

4.3 Investigación de mercados

4.3.1 MERCADO OBJETIVO

4.3.1.1 Perfil del cliente

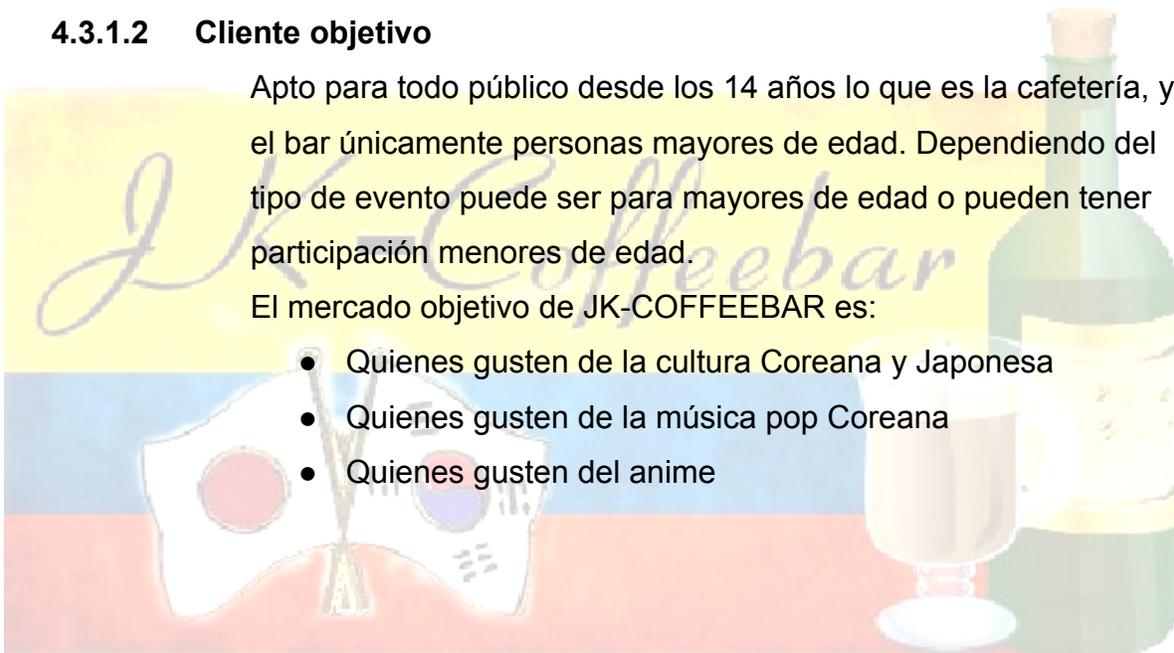
JK-COFFEBAR quiere brindar a sus clientes un servicio y productos de buena calidad satisfaciendo de esta forma sus necesidades. Ofreciendo precios asequibles para el acceso de los productos que les ofrecemos en nuestro establecimiento.

4.3.1.2 Cliente objetivo

Apto para todo público desde los 14 años lo que es la cafetería, y el bar únicamente personas mayores de edad. Dependiendo del tipo de evento puede ser para mayores de edad o pueden tener participación menores de edad.

El mercado objetivo de JK-COFFEBAR es:

- Quienes gusten de la cultura Coreana y Japonesa
- Quienes gusten de la música pop Coreana
- Quienes gusten del anime

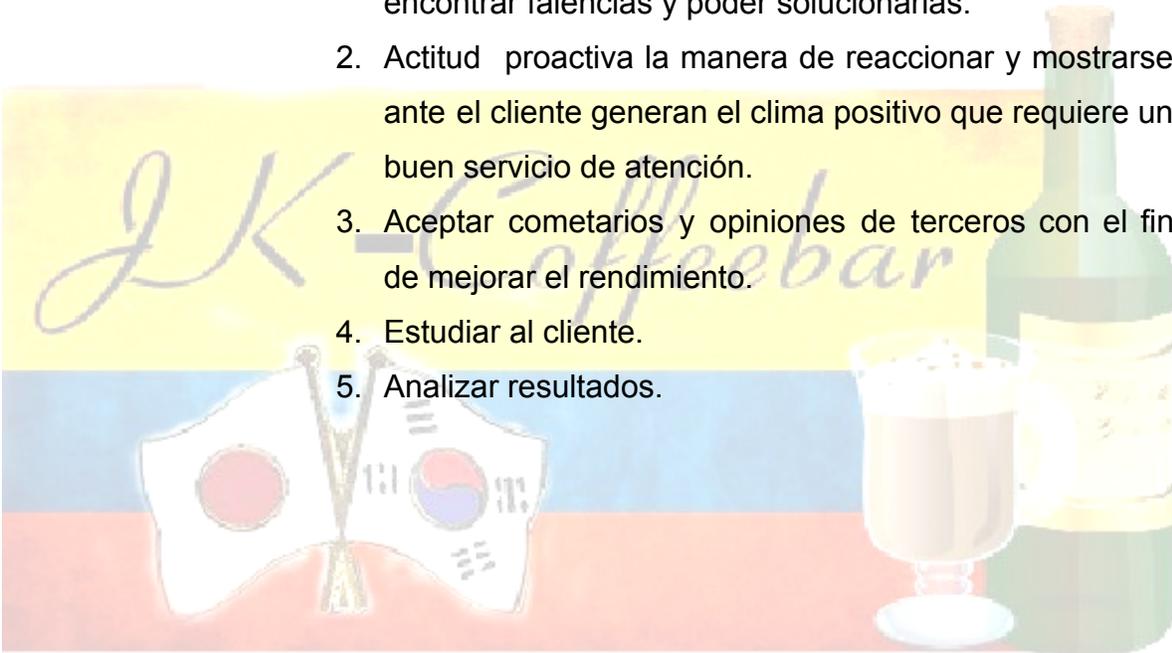




4.3.2 ESTRATEGIA DEL SERVICIO

Nos dirigimos a la comunidad que guste de la cultura coreana y japonesa adicional quienes gusten de la muisca coreana y el Anime utilizaremos estrategias para el servicio al cliente como:

1. Formular encuestas de satisfacción esto con el fin de encontrar falencias y poder solucionarlas.
2. Actitud proactiva la manera de reaccionar y mostrarse ante el cliente generan el clima positivo que requiere un buen servicio de atención.
3. Aceptar comentarios y opiniones de terceros con el fin de mejorar el rendimiento.
4. Estudiar al cliente.
5. Analizar resultados.



4.3.3 ESTRATEGIA DE PROMOCION

La promoción de JK-COFFE BAR se maneja por medio de internet manejando su propia página web donde podrán encontrar toda la información necesaria para que puedan adquirir el servicio además se maneja una publicidad en los principales eventos relacionados con la música Kpop y el anime donde difundiremos información del Bar.

4.3.4 SEGMENTACIÓN

TERRITORIO 3 CHAPINERO CENTRAL

Este territorio se ubica al sur occidente de la localidad, tiene un área de 161,26 Ha (4,26%), sus límites son al norte la calle 67, al sur el río arzobispo, al oriente la avenida Alberto Lleras Camargo kra 7ª con calle 45 y avenida circunvalar, al occidente la avenida caracas.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	CARACTERISTICAS.
FACTORES GEOGRÁFICOS	
Región	Chapinero
Tamaño	Área 161,26 Ha (4,26%)
Área rural	2.664,25 ha (68%)
área urbana	1.234,71 ha (32%).
Población femenina	66.814 población
Población masculina	55.275 población
población total	122089%
Clima	14,2 °C
Barrio	Pardo Rubio 33.872
FACTORES DEMOGRÁFICOS	
Edad	20 a 24 años 13.683 y 25 a 62 hay 13.513
Sexo	Predomina femenina 55%
Estado civil	Predomina solteros 51.443(46,5%) 32.802(29,6%) son casados 8.782(7,9%) son separados o divorciados ; 9.460 (8,5%) viven en unión libre de dos o más años
Ciclo de vida familiar	31.362(62,3) el jefe de hogar es hombre y en 18.989(37,7%) es



	mujer, de los cuales 17.478(92%)
VARIABLES SOCIO-ECONOMICAS.	
Ingresos	ingreso per cápita de 2'570.671 pesos mensuales
Clase social	45% estrato 6 ; 11.7 % estrato 5 y 30.8 % estrato 4
Educación	índice de educación y capital humano: 37,76
Ocupación	la tasa de ocupación 62.9% servicios 39.4% comercio 17.4 % actividades inmobiliario 17.3 %
FACTORES PSICOGRÁFICOS.	
Personalidad	Alegres, trabajadores
Valores	Respetuosos, amables, dedicado.
Actividades	Deporte, comercio, educación, baile, rumba.
Actitudes	Emprendedores.
FACTORES CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Calidad y buen servicio.
Frecuencia de uso	Diario
¿Dónde compra?	Cafetería-bar del sector
¿Quién compra y quien usa?	Poder brindar una mejor calidad, economía ya que es un servicio que puede ser de uso cotidiano.
¿Cómo compra?	Con efectivo y de contado.
¿Cuándo compra?	En transcurso de la semana, en los horarios hábiles de funcionamiento de la misma.



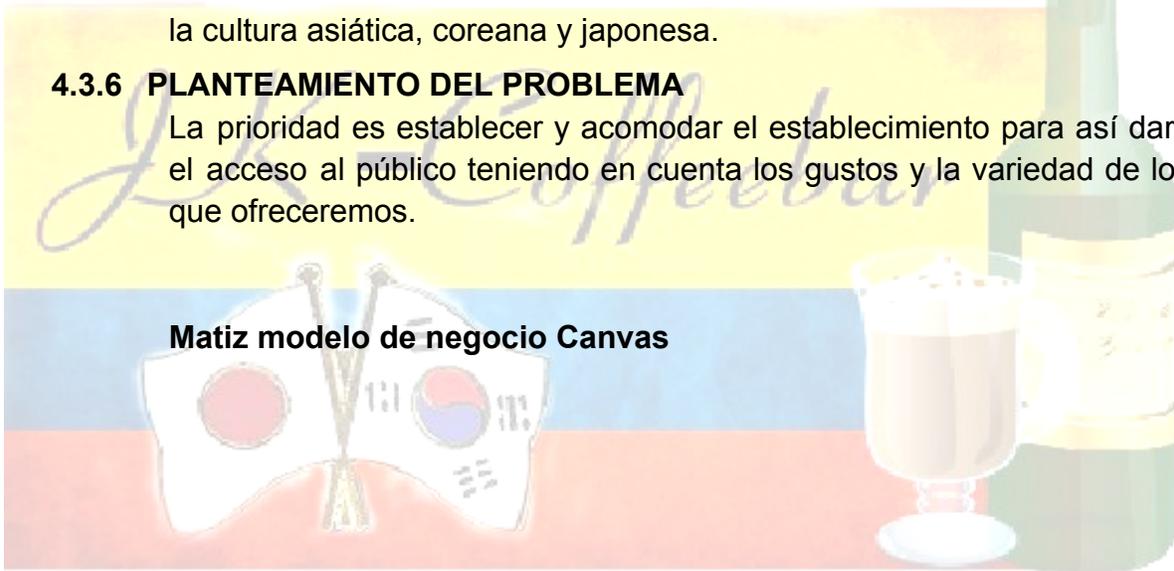
4.3.5 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Nuestra estrategia consta de la variedad, calidad e innovación que ofrecemos a nuestros clientes, satisfaciendo de esta forma la necesidad de los mismos. Son llamativos debido a que no son tan conocidos y por ende tenemos la facilidad de utilizar lo que es la falta de conocimiento para llamar la atención de todos aquellos que tanto desean conocer como de los que ya conocen referente a este tipo de la cultura asiática, coreana y japonesa.

4.3.6 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La prioridad es establecer y acomodar el establecimiento para así dar el acceso al público teniendo en cuenta los gustos y la variedad de lo que ofreceremos.

Matiz modelo de negocio Canvas



Business Model Canvas		Diseñado para:	JK-COFFE-BAR		
		Diseñado por:	JK-COFFE-BAR STAFF		
Relaciones Clave MOTIVACIÓN PARA REALIZAR SOCIEDADES * nuestros proveedores del exterior * Somos 5 socios clave *prestación de un servicio al publico	Actividades Clave CATEGORÍAS: * comercialización de licores y comidas asiáticas * proveedor, coffe-bar , cliente * Plataforma/Redes de Contacto Recursos Clave TIPOS DE RECURSOS: * Físicos como equipos tecnologicos, mesas sillas entre otras. * Intelectuales (Marcas, Patentes, derechos reservados, bases de datos, etc)	Propuesta de Valor CARACTERÍSTICAS: * Innovación en la tematica del coffe-bar * Mejor desempeño que los competidores * Mayor Efectividad que otros productos/servicios en el sector * Mejor punto de acceso al coffe-bar * Marca/Status * Ventaja en precio * este tipo de establecimientos son nuevos en el mercado	Relaciones con los clientes * Eventos especiales para la comunidad * Autoservicio * Servicios Automatizados * Comunidad amante de la cultura asiática y tambie al publico en general. * Co-Creación	Canales de Distribución Proceso de evaluación: 1. Presencia: Publicidad y promocion d nuestro coffe-bar. 2. Evaluación: Por medio de la calidad de nuestros productos. 3. Adquisición: por medio de nuestro local, en el coffe-bar nuestros clientes encuentran nuestros productos. 4. Entrega: por medio de eventos especiales e interacción con ellos. 5. Post-Venta: garantizando la calidad de nuestros productos en el momento de la compra	Mercado Meta - Clientes * Mercado Masivo * nos dirigimos en especial a la comunidas amante de la cultura asiática. * poblacion mujeres y hombre de 18 años a 45 años * Diversificado * Plataforma Multi-uso
Estructura de Costos * Manejo de los costes de cada producto * un plato basico esta en \$14.000 * dependiendo la duración del evento que el cliente realice CARACTERÍSTICAS: * Costos Fijos en la carta de licore y comidas * Costos Variables en la realizacion de eventos ya sea por parte del coffe-bar o el cliente	PUNTO DE EQUILIBRIO		Flujos de Ingresos TIPOS: * Pago por uso : eventos en el coffe-bar * Cuota por Suscripción: descuentos especiales PRECIO FIJO * Lista de precios: la carte de licores y comidas * Ajustable a las características del producto/servicio * Ajustable al Segmento	PRECIO DINÁMICO: * pago de inmediato ya sea efectivo o tarjeta devito, credito. * Gestión de Márgenes * Precio de acuerdo al mercado en tiempo real	

4.4 Desarrollo de encuesta prototipo físico

ENCUESTA SOBRE EL ANALISIS DE LA POSIBLE CREACION DE UN CAFÉ-BAR AMBIENTADO CON TEMATICA OTAKU Y K-POP

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

FORMULARIO N° _____
MES _____ AÑO _____

FECHA. DIA _____

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE CONSIDERE CONVENIENTE

1. SEXO

- a. Femenino
c. Masculino

2. OCUPACION

- a. Ama de casa
b. Artesano
c. Desempleado
d. Estudiante
e. Militar
f. Profesional
g. Religioso
h. Técnico
i. Tecnólogo

3. EDAD.

- a. Menor de 18 años
b. De 19 a 29 años
c. De 30 a 39 años
e. De 60 a 69 años
d. De 40 a 59 años
f. Mayor de 70 años

4. ¿Usted cuales sectores suele frecuentar a la hora de ir a un bar?

- Chapinero
- Zona rosa
- Primera de mayo

5. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un licor?

- Entre \$ 15.000 y \$25.000 pesos
- Entre \$ 26.000 y

7. ¿Usted suele frecuentar bares reconocidos?

- Siempre
- A veces
- Nunca

6. ¿Usted asistiría a un evento otaku o de un grupo de k-pop?

- Si
- No

8. ¿Sería de su agrado frecuentar un bar con temática dirigida al k-pop y al anime?

- Si le gustaría
- No conoce bien la temática pero si entraría.
- En definitiva no le gustaría.

9. ¿Qué hora le gustaría que fuera el cierre del bar?

- 2 de la mañana.
- de 3 a 4 de la mañana.
- de 5 a 6 de la mañana.

1/11/2017

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

ENCUESTA SOBRE EL ANALISIS DE LA POSIBLE CREACION DE UN CAFÉ-BAR AMBIENTADO CON TEMATICA OTAKU Y K-POP

*Obligatorio

1. *

Ejemplo: 15 de diciembre de 2012

2. Nombres y Apellidos. *

3. Sexo. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Femenino.
 Masculino.

4. Ocupación. *

Selecciona todos los que correspondan.

- Ama de casa.
 Artesano.
 Desempleado.
 Estudiante.
 Militar.



6. ¿Usted cuales sectores suele frecuentar a la hora de ir a un bar? *

Marca solo un óvalo.

- Chapinero.
 Zona Rosa.
 Primera de mayo.

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un licor? *

Marca solo un óvalo.

- Entre \$ 15.000 y \$ 25.000 pesos.
 Entre \$ 26.000 y \$ 35.000 pesos.
 a. Entre \$ 36.000 y \$ 55.000 pesos.
 Más de \$ 46.000 pesos.

8. ¿Usted asistiría a un evento otaku o de un grupo de k-pop? *

Marca solo un óvalo.

- Si.
 No.

JK-COFFEBAR



9. ¿Usted suele frecuentar bares reconocidos? *

Marca solo un óvalo.

- Siempre.
 A veces.
 Nunca.



10. ¿Sería de su agrado frecuentar un bar con temática dirigida al k-pop y al anime? *

Marca solo un óvalo.

- Si le gustaría.
- No conoce bien la temática, pero si entraría.
- En definitiva no le gustaría.

11. ¿Que hora le gustaría que fuera el cierre del bar? *

Marca solo un óvalo.

- 2 de la mañana.
- de 3 a 4 de la mañana.
- de 5 a 6 de la mañana.



<http://youtube.com/watch?v=dzAwJW107nk>



<http://youtube.com/watch?v=YSqL-G9RUwk>

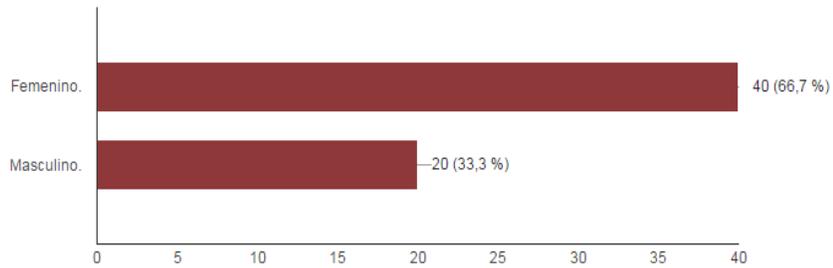
Con la tecnología de

4.5 Resultados

4.5.1 Tabulación

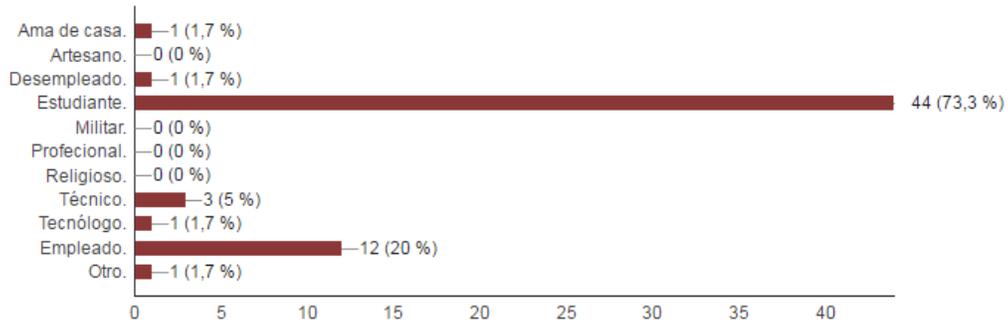
Pregunta 1

Sexo. (60 respuestas)



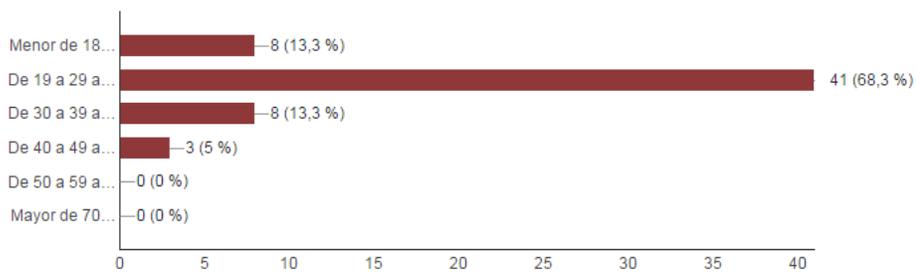
Pregunta 2

Ocupación. (60 respuestas)



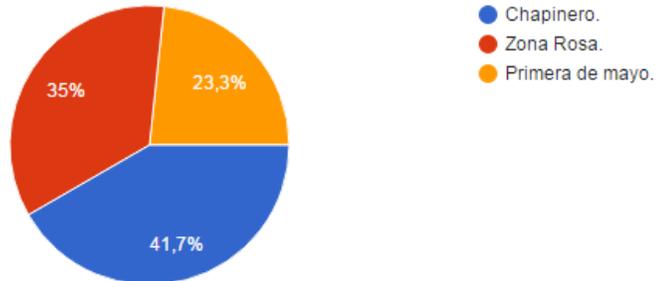
Pregunta 3

Edad. (60 respuestas)



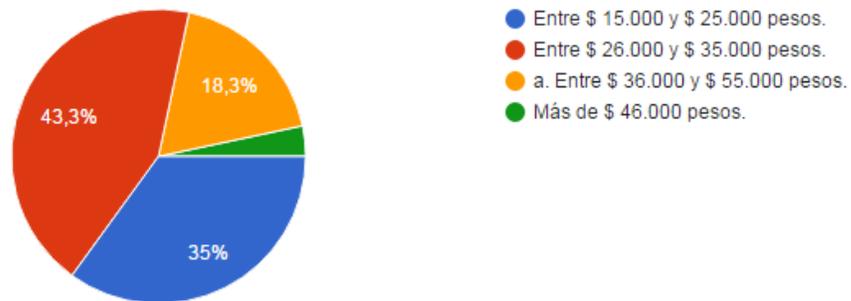
Pregunta 4

¿Usted cuales sectores suele frecuentar a la hora de ir a un bar? (60 respuestas)



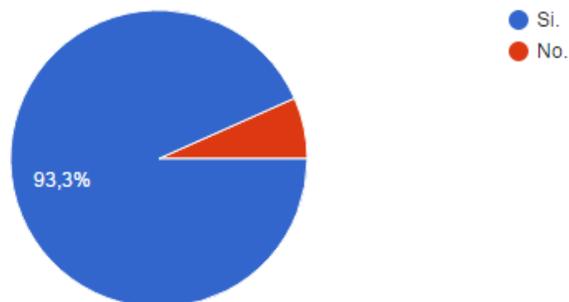
Pregunta 5

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un licor? (60 respuestas)



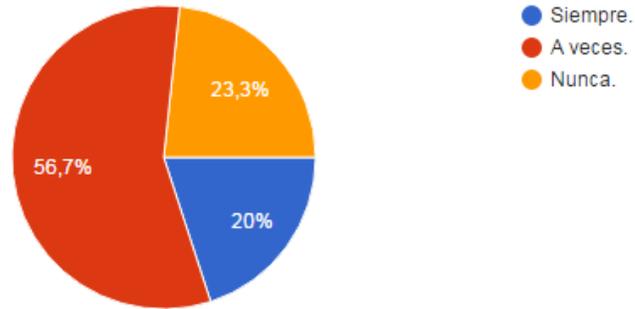
Pregunta 6

¿Usted asistiría a un evento otaku o de un grupo de k-pop? (60 respuestas)



Pregunta 7

¿Usted suele frecuentar bares reconocidos? (60 respuestas)



Pregunta 8

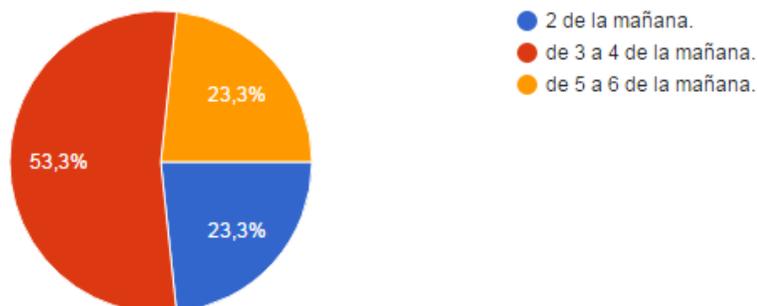
¿Sería de su agrado frecuentar un bar con temática dirigida al k-pop y al anime?

(60 respuestas)



Pregunta 9

¿Que hora le gustaría que fuera el cierre del bar? (60 respuestas)



4.5.2 Análisis

4.5.2.1 Análisis por pregunta

Pregunta 1

Se logró apreciar que el 66.7% de los encuestados es público femenino, en este filtro se logró saber que genero tiene mayor participación en esta temática.

Pregunta 2

El 73.3% de los encuestados mostro ser estudiante, por lo cual se puede hacer una generalización de que estos son los que suelen frecuentar más los diferentes bares de la ciudad.

Pregunta 3

Se quería llegar a un filtro por medio de un segmento de edades de que población es la que suele salir más a estos sitios, se apreció que el 68,3% pertenece al segmento de 19 a 29 años por lo cual es un público potencial a la cual es preciso llegar y fidelizar.

Pregunta 4

Se obtuvo que el sector más frecuentado a la hora de ir a un bar para los encuestados es el sector de chapinero con un 41,7% seguido de zona rosa con un 35%, por este filtro es posible saber cuáles son los potenciales sectores de la ciudad.

Pregunta 5

Es posible estar frente a un público (cliente) complicado ya que lo que ellos buscan es precio y calidad para estar completamente satisfechos, por lo tanto es de necesidad saber que tanto están dispuestos los clientes a pagar por un licor, el 43,3% está dispuesto a pagar entre \$ 26.000 y \$ 35.000 pesos.

Pregunta 6

Es de suma importancia conocer y saber si los encuestados estarían dispuestos asistir a un evento k-pop y anime ya que esa es nuestra temática principal, cabe resaltar que del 100% de los encuestados el 93,3% asistiría aún evento de los anteriormente mencionados, por lo cual lo novedoso y diferente atrae a los clientes potenciales.

Pregunta 7

Es preciso decir que no todas las personas suelen ir siempre a bares reconocidos por lo cual es un punto relativamente a favor de los bares nuevos y con temática diferente, no obstante es fidelizar al cliente para que frecuente nuestro bar, se mostró que el 56,7% a veces suele ir a bares conocidos por lo cual es un porcentaje bueno ya que hay posibilidades de fidelizar a un cliente y que a su vez vaya a nuevos lugares.

Pregunta 8

Por medio de esta pregunta filtro se quería conocer si sería agradable frecuentar un bar con temática dirigida al k-pop y al anime para nuestros encuestados (posibles clientes), se conoció que el 68,3% si le gustaría entrar y el 31,7% a pesar de no conocer la temática le gustaría entrar, por lo cual es posibles afirmar que al público está dispuesto a probar cosas nuevas sin ningún inconveniente.

Pregunta 9

La logística en todo bar es importante, por lo tanto es necesario saber a qué hora les agradaría y gustaría que fuera el cierre de nuestro bar para así mismo darle un mayor grado de satisfacción a nuestros clientes, se obtuvo que el 53,3% les gustaría que el cierre del bar fuera de 3 a 4 de la mañana.

4.5.2.2 Análisis general

Un buen estudio nos permite conocer factores importantes para una buena atención, calidad, precios y demás puntos. Por lo cual se realizaron varios filtros para saber potenciales clientes en cuanto a edad, conocer el sector más frecuentado para una excelente ubicación de nuestro café-bar. Un punto de suma importancia era conocer si es de total agrado entrar a un bar ambientado con temática dirigida al k-pop y anime, por lo que se hicieron varias preguntas filtro y de esa manera se logró conocer que es de total agrado para los encuestados (posibles clientes) entrar y probar de lo nuevo como lo es nuestro bar, se puede apreciar que el resultado de este estudio fue positivo ya que nos permitió conocer que nuestra propuesta es viable, por lo cual es de total tranquilidad lanzarla al mercado ya que los resultados serán buenos.

5. Conclusiones

- Se tuvo un análisis para la creación de una nueva empresa en el enfoque de servicios, como es el caso la empresa JK-COFFEEAR. Se puede concluir la gran variedad que se ofrece siendo así innovador, como en la parte de brindar el conocimiento al encontrar gran selección variada de productos y la cultura donde podrán interactuar, compartir entre los que conocen como entre los que tienen ganas de conocer.
- Para la elección de la localización de la empresa, se tomaron en cuenta características como lo fue la investigación de mercados y la encuesta realizada; por razones de índole competitiva, actitudes hacia diferencias culturales, densidad de la población, fácil acceso al sector las cuales, fueron una de las más determinantes en la decisión.
- Se dio a conocer dentro de la población más influyente. Así dando información de cómo adquirir y consumir una bebida, acceder a nuestro servicio y consumir los alimentos. El aspecto más importante

es la ubicación y el reconocimiento de la población con el lugar, seguido con el precio y el sabor. Los temas de diseño fueron basados en variables y herramientas de diseño, donde necesitaba recaudar información de forma cuantitativa sobre el precio y la inversión hecha en el consumo donde se dio a conocer bebidas y alimentos exóticos del país asiático.

- La premisa del trabajo ha sido innovar el concepto de un café-bar, que se destaque por tener distinción, ser asequible a nuestra población. Se establece un lugar llamativo dando a conocer la cultura asiática para diferenciarla de las demás dándole un aspecto estilizado, que atraiga preferencias del consumidor, para personas dinámicas que salgan con un realismo nostálgico y con un tinte de modernidad sintiéndose a sí mismo como si hubieran estado en el lugar que se ambienta.

