

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
BEBIDAS SIN ALCOHOL EN BOGOTÁ D.C**

**WENDY TATIANA GARCIA  
CLAUDIA MILENA FERRUCHO MATEUS**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA  
BOGOTA D.C**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
BEBIDAS SIN ALCOHOL EN BOGOTÁ D.C**

**WENDY TATIANA GARCIA  
CLAUDIA MILENA FERRUCHO MATEUS**

**Trabajo de grado para obtener el título de Técnico en Contaduría Pública**

**Asesor: LUIS ENRIQUE GONZALEZ**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA  
BOGOTA D.C**

## Tabla de contenido

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	8
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.4 TÍTULO DEL PROYECTO	9
2. OBJETIVOS	9
2.1 Objetivo General	9
2.2 Objetivos Específicos	9
3. JUSTIFICACIÓN	10
4. MARCOS REFERENCIA	10
4.1 MARCO TEÓRICO	10
4.2 MARCO CONCEPTUAL	13
4.3 MARCO HISTÓRICO	15
5. METODOLOGÍA	18
5.1 Tipo de Estudio	18
5.2 Método de estudio	18
5.3 Método de recolección de datos	18
5.4 Fuentes de información	18
5.4.1 primarias:	18
5.5 Población, universo y muestra	19
6. Estudio naturaleza del proyecto	19
6.1. Lluvia de ideas que puedan transformarse en un producto o servicio	19
6.2 Justificación de la empresa	19
6.3. Nombre de la empresa	19
6.4. Tipo de empresa	19
7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	20
7.1 Análisis de Fuentes Secundarias:	20

7.2 Análisis de Fuentes Primarias	20
8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	22
8.1. Misión de la empresa	22
8.2. Visión de la empresa	22
8.3. Objetivos de la empresa	23
8.3.1 Objetivos generales:	23
8.3.2 Objetivos específicos:	23
8.4. Análisis de la industria	24
8.5. DOFA (Figura 05)	25
8.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	25
8.6. Estructura organizacional	26
8.7. Funciones y requisitos por puesto de trabajo	27
8.7.1 Gerente:	27
8.7.2 Contador	27
8.7.3 Director de publicidad y mercadeo	28
8.7.4 Barman:	29
8.7.5 Meseros de Bar:	29
8.7.6 DJ DEL BAR	30
8.7.7 FUNCIONES DEL CAJERO:	30
8.7.8 Servicios Generales	30
8.9. Impacto legal	32
9. CONCLUSIÓN	33
10. Anexos	33
Anexo 01	33
ANEXO 02	34
Anexo 03	37
Anexo 04	37
Anexo 05	39

## **ACEPTACIÓN**

## **DEDICATORIA**

La empresa Zibra`s Bar Brinda todos sus esfuerzos aquellas personas que estuvieron presentes en la elaboración de esta empresa e incentivaron en nosotras el empeño como nuestros padres, asesores y demás contribuyentes que aportaron grandes recursos para el desarrollo y progreso de esta.

## **AGRADECIMIENTOS**

Le damos gracias a la universidad Corporación Unificada Nacional de Educación Superior- CUN.

Institución la cual estudiamos, y nos dio la oportunidad de ingresar al programa de Contaduría Pública.

Al profesor Luis Enrique González

Asesor de nuestro proyecto de grado, por su apoyo, entrega, dirección, paciencia y consejos que nos han permitido terminar este proyecto de grado satisfactoriamente.

A nuestros padres

Padres de cada una de las integrantes de este proyecto, que nos dieron su apoyo incondicional para que tuviera un gran éxito y se finalizará cumpliendo todas las expectativas planeadas.

## **INTRODUCCIÓN**

En este trabajo se pueden encontrar los diferentes marcos de investigación, la misión, la visión, la justificación, el objetivo general y la política de calidad de nuestra empresa; dando a conocer al lector cómo está constituida la empresa Zibra's Bar.

Con este proyecto se quiere mostrar un nuevo producto que capte la atención de los clientes cautivos y que sea de su gusto, como lo son los cocteles y nuestras diferentes bebidas sin alcohol. Se quiere ofrecer al cliente una variedad de productos que logran satisfacer sus gustos, y lograr romper con parámetros de modas que induzcan al consumo de alcohol a jóvenes menores de edad.



## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

- ✓ Este proyecto ha sido creado para presentar la importancia de una cultura saludable y la influencia que tiene en cada uno de nuestros jóvenes.
- ✓ Debido a los problemas que actualmente están sucediendo en la sociedad, en este caso juvenil, podemos ver notoriamente que el factor clave es el alcohol, la facilidad con que los menores de edad pueden obtener bebidas embriagantes y la falta de lugares donde se les ofrezca diversión apta para su edad nos conllevan a la necesidad de investigación y solución para este problema.

### 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Se podrá crear una empresa donde su principal fuente de ingresos sea la comercialización de bebidas sin alcohol a menores de edad?

### 1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Qué conlleva a la decisión de los jóvenes a tomar bebidas con alcohol?
- ¿Cómo los jóvenes menores de edad logran conseguir las bebidas embriagantes?
- ¿Por qué es importante difundir o crear una cultura sin bebidas embriagantes?
- ¿Cuáles son los beneficios que nos brinda la creación de una empresa como lo es Zibra`s Bar?
- ¿Qué enfermedades trae el exceso de consumo de alcohol?
- ¿Qué entidades pueden apoyar el proyecto?
- ¿Cuál es la zona en que más se frecuenta un bar de bebidas sin alcohol?
- ¿Qué preferencias tienen nuestros clientes?
- ¿Cómo se generará un impacto social con la realización del proyecto?

¿Qué es el alcoholismo?

¿Cuáles son los cócteles que prefieren los clientes?

¿Qué personal se necesitará para el bar?

¿En qué lugar de Bogotá se encuentran actualmente los bares de bebidas sin alcohol?

## **1.4 TÍTULO DEL PROYECTO**

Zibra's Bar es un proyecto mediante el cual queremos generar una nueva propuesta donde los jóvenes son nuestros principales clientes, y las bebidas sin alcohol nuestro producto. Generando con este proyecto más fuentes de trabajo, diversión y entretenimiento para nuestros clientes y se generará más cultura sin alcohol

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General**

Investigar los diversos puntos de vista que nos trae el tema del alcohol en la sociedad, generando de esta manera una respuesta clara y efectiva para la realización de un bar de bebidas sin alcohol.

### **2.2 Objetivos Específicos**

2.2.1 Generar conciencia en la sociedad sobre los perjuicios que conllevan el alcohol

2.2.2 Dar una nueva propuesta de diversión para los jóvenes.

2.2.3 Mostrar las ventajas que tienen los cócteles

2.2.4. Obtener la factibilidad para la creación de un Bar de bebidas sin alcohol.

## **JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto está basado principalmente en la creación de un lugar apto para menores de edad donde se le ofrezca variedad de bebidas sin alcohol (cócteles) distinguida por sus sabores, demostrando una creatividad e innovación, teniendo en cuenta los gustos en cuanto a bebidas de los clientes. Los principales benefactores de este proyecto serán los menores de edad, ya que encontrarán un excelente servicio. Por otra parte la sociedad también se encuentra beneficiada, debido al cambio que puede traer este proyecto de esto parte la importancia de la creación de un lugar donde nuestros clientes puedan obtener diversión en un ambiente sano y agradable.

## **4. MARCOS REFERENCIA**

### **4.1 MARCO TEÓRICO**

Como empresa tenemos teorías o aspectos relevantes dentro de nuestra empresa las cuales están en base a las problemáticas que encontramos en la actualidad tales como:

1. Alcaldía es un órgano de organización y de regulación de una zona determinada aterrizamos dicho concepto ya que establece una teoría de prohibición de la venta de bebidas con alcohol cerca a los establecimientos educativos debido al gran porcentaje de consumo y por ende a las grandes ganancias que este le deja a el ente económico, no está permitido la venta de estas bebidas en horarios escolares ni universitarios.
2. Según Ana María Rodríguez, gerente de marca de Heineken en Colombia, el consumo de cervezas sin alcohol crece cada día más en el país, esto gracias a que medidas como la ley de cero tolerancia, la ley seca y la cultura de consumo responsable, han hecho que estos productos sean una solución para los momentos de celebración. (revista semana cervecera julio 2014)

3. Programa: nuestra empresa tiene como fin el aporte social a los jóvenes por ende apoyamos y nos regimos con el programa ángel protector apoyado por el estado el cual hace referencia sobre la inconveniencia y la ilegalidad de los consumos niños y adolescentes de alcohol.
4. (Valero, 2009) “Según la descripción que le da el diccionario, el cóctel es una bebida compuesta de licores a la que añaden por lo común otros ingredientes; esto, así dicho, no sugiere en nada la sutileza, la exquisitez, el estilo, la sensualidad, la elegancia y la sofisticación que ofrece el placer sibarita y refinado de mirar, oler y paladear es mezcla que consigue estimular los sentidos, espolear la mente y alegrar los corazones.” P.7
5. Según Jesús Gallego “Tres aspectos deberá cumplir el mobiliario utilizado en el comedor: a) Estar en consonancia con la categoría del establecimiento, decoración general, tipo de oferta y todos aquellos factores que influyen en la presentación externa de un producto. B) tener un diseño de estructura que permita la máxima comodidad del cliente y facilite el servicio (movilidad auxiliar). C) de fácil mantenimiento, es decir, construido por materiales que no dificulten la limpieza. Las necesidades de mobiliario podemos clasificarlas de la siguiente manera: a) Mobiliario principal: mesas: altura 0.75 m. Sillas: Altura de asiento 0.45 m. b) mobiliario auxiliar: aparadores, mesas auxiliares para el servicio.” (. P. 201)
6. Existen normas que se deben seguir para la elaboración de los cócteles las cuales nos indica Jose Ángel de la Riva (2014)
  - Preparar en cantidad suficiente los ingredientes, los elementos, útiles y menaje, como la cristalería y los elementos de decoración que podamos necesitar para una correcta atención y realización de la oferta.
  - Exprimir los zumos naturales con antelación para no demorar en exceso el servicio.
  - Disponer de almíbar para endulzar los combinados que precisan de azúcar como ingrediente.

- Concentrar en la estación central o en un lugar específico y próximo a esta, todos los elementos requeridos con la intención de privilegiar y agilizar su localización y uso.
- Seguir literalmente la receta original, sin desvirtuarla con subjetivos prejuicios, hábitos o gustos personales.
- Emplear ingredientes de calidad en la elaboración de los combinados para asegurar un mejor resultado.

7. Para la fijación del precio del producto hemos decidido apoyarnos en la metodología utilizada por (Jesús Gallego. P. 339).



(Figura 01)

8. Según lo expuesto por Jesús Gallego La Ley de prevención de riesgos laborales de 31/1995 de 8 de diciembre, que entró en vigor el 10 de Febrero de 1996, tuvo como objetivo adecuarse a la directiva marco comunitaria 89/391/CEE relativa a “promover la seguridad y salud de los trabajadores mediante la aplicación de medidas y desarrollo de actividades”. Esta ley fija los derechos de trabajadores y empresarios en materia de seguridad e higiene (art. 14) y define principios de la acción preventiva (art. 15). P 396
9. Según José Ángel de la Riva (2014) la coctelería es la técnica de saber mezclar convenientemente distintas bebidas con la intención de crear, a partir de ellas, otra totalmente nueva con características organolépticas propias y diferentes de las iniciales. P 267
10. Solo en junio de 2014, -cuando se presentaron varios días con ley seca por el Mundial de fútbol Brasil 2014-, el incremento en ventas fue del 209% frente al mismo mes de 2013.(r. dinero 2014)
11. Dice José Ángel de la Riva “la Coctelería habitualmente se usa para la elaboración de combinados densos, con zumos, cremas o siropes, y de múltiples ingredientes, con lo que su empleo garantizara una apropiada mezcla de todos los ingredientes. P. 267.
12. Para la identificación de la oferta que se debe implicar para el ente económico del Bar de bebidas sin alcohol estamos de acuerdo con la forma en que lo plantea José Ángel de la Riva (2014) p. 39

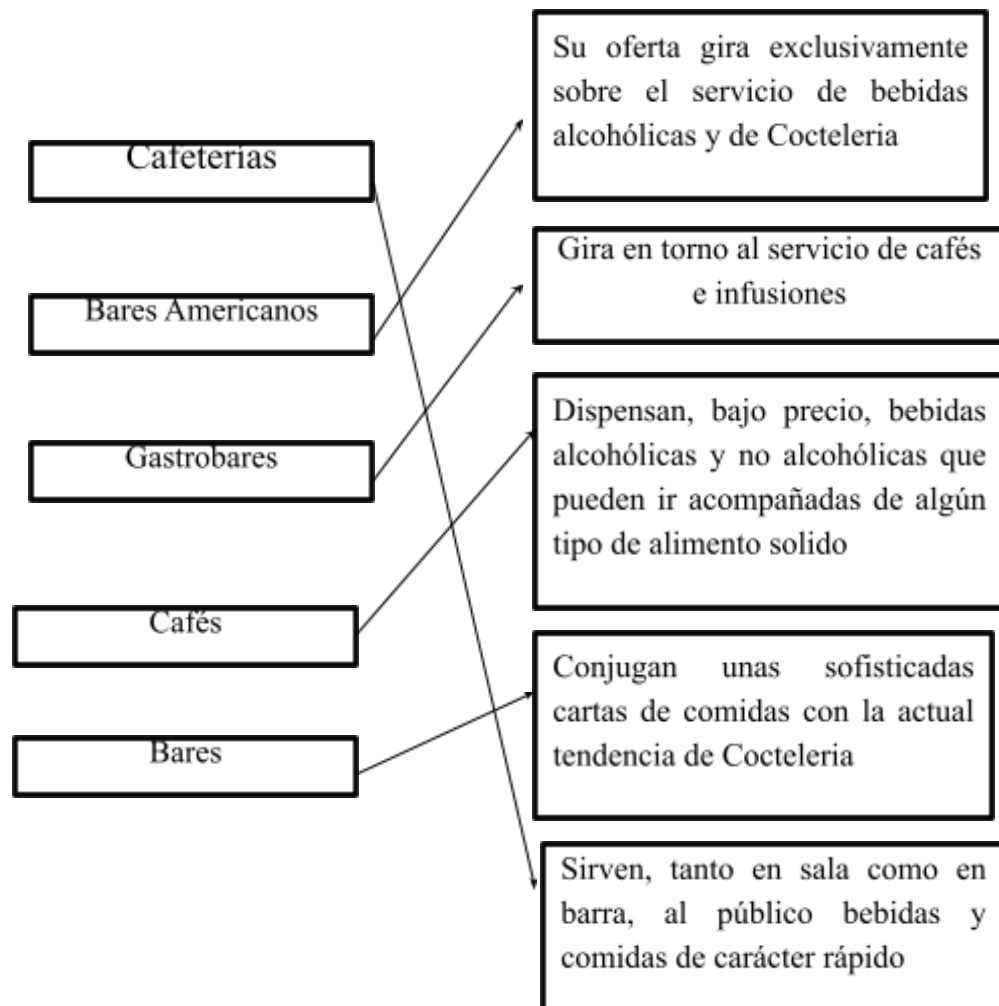


Figura 02

13. "El conocimiento sobre los efectos de las sustancias psicoactivas y de la forma como pueden ir mirando el organismo hasta convertirse en una adicción es casi nulo. La necesidad enfrentar la realidad y la forma de hacerlo, tanto como la persona enferma como para su familia, es un instrumento que lleva a resolver el problema, pero en ese sentido tampoco se tiene un conociendo bien fundamentado. Las estadísticas demuestran que la mejor forma de mejorar este problema es aumentando el conocimiento individual, familiar y comunitario

sobre el tema, con lo cual se garantiza la posibilidad de dialogar entre las partes implicadas para encontrar la mejor solución conjunta.” P. 5

14. Alcoholismo: Alcohol es el nombre generalizado de una clase especial de alcohol, el etanol. La historia nos indica que el hombre desde los inicios, ha utilizado el etanol con fines embriagantes. Se obtiene por procesos de fermentación, como son la cerveza, la chicha, el guarapo y el vino. (Alcoholismo y Drogadicción P. 13.)
15. Otro concepto sobre el alcoholismo lo brinda el Dr. Felipe Caballero quien nos dice que “El alcoholismo produce signos y síntomas patológicos identificables que afectan múltiples órganos de la persona.
16. Por otra parte como evidencia de lo dicho anteriormente nos entrega la conclusión el Dr. Felipe Caballero diciendo
 

El rápido crecimiento de alcohólicos anónimos (A.A.) movimiento fundado en 1935. Que ha utilizado el concepto de enfermedad desde un principio, ha dado razones contundentes y más que suficientes para seguir creyendo que el alcoholismo es una enfermedad. Por otro lado, múltiples investigaciones médicas incorporadas a la literatura mundial han continuado desarrollando esta idea. Estudios especializados llevados a cabo en alcoholismo han probado características muy definidas de la enfermedad y han dado pruebas sustanciales en cuanto a la transmisión genética de la misma (Dr. Felipe Caballero, 1997, p 7)
17. “Desde que el hombre conoció de los efectos negativos del alcohol ha tratado, sin éxito, de contrarrestarlos y, por el contrario, la adicción al alcohol marca una línea ascendente tan preocupante que es llamada “LA ENFERMEDAD DEL SIGLO XX” P 19
18. Adicción: Según el Dr Felipe Caballero (2001) adicción es una condición por la cual una persona desarrolla dependencia a cualquier sustancia adictiva o psicoactiva (spa) que existe hoy en día en los mercados como consecuencia de



esto se producen daños tanto en las áreas física y psicológica como en el comportamiento social. P. 07

19. El Instituto Nacional de Alcoholismo y de Abuso de Alcohol de los Estados Unidos, define el abuso del alcohol de la siguiente manera: “Se dice que una persona usa el alcohol cuando presenta un patrón de uso continuo y persistente de grandes cantidades, asociado con un deterioro en su salud y de su función dentro de la sociedad”. P.07

20. El tema del alcohol también se ve ligado a la política dice Roberto Tapia (2001)

Políticas hacia el alcohol” se refiere a las declaraciones oficiales o líneas de acción sostenidas por leyes o reglamentos relacionados con el acceso al público a las bebidas alcohólicas, y también a la atención que se brinda a los problemas vinculados con el consumo; una política hacia el alcohol debe también proponer medidas para la prevención y el tratamiento de los problemas más asociados o derivados del consumo (p. 107)

## **4.2 MARCO CONCEPTUAL**

Es importante reconocer y entender los conceptos que se van a manejar durante el desarrollo del proyecto para manejar conclusiones claras y específicas, como lo son: Juventud: se refiere a la franja de edad en la vida donde completa su desarrollo físico donde ocurren cambios de personalidad y de comportamientos sociales, y el abandono de su infancia, en esta parte nos basamos en el significado del sociólogo Pierre Bourdieu.

Cultura: viene del latín “cultus” hace referencia al cultivo de espíritu en la cual se abarcan diferentes formas y expresiones dentro de una sociedad y quienes la habitan nosotros hacemos énfasis en la Cultura del cero alcohol la cual pretende generar nuevos comportamientos sociales dentro de los jóvenes.

Normatividad: es el conjunto de normas viene de la palabra en latín “escuadra” es una regla que permite ajustar conductas, nuestra empresa se rige a la norma de Toque de Queda que consiste en la prohibición de la circulación de jóvenes menores de edad en altas horas de la noche en la calle, esta regla es importante para asegurar la paz y evitar el caos.

La incidencia que en la actualidad está teniendo en nuestro entorno el abuso de alcohol y consumo habitual de tabaco entre los jóvenes es muy importante (Comas, 1994; Navarro, 1999). Hechos como éste nos llevan a la necesidad de diseñar programas de prevención, basados en datos objetivos y empíricos con suficiente validez, y más concretamente en el conocimiento de las variables de riesgo presentes en el desarrollo y mantenimiento del consumo de drogas. (José Miguel Martínez González y Luis Robles Lozano)

El consumo moderado, sin embargo, reside en un extremo del rango que va desde el abuso de alcohol hasta la dependencia del alcohol:

El Centro de apoyo nos dice que el abuso de alcohol es un patrón de consumo de bebidas que deriva en consecuencias adversas importantes y recurrentes. Las personas que abusan del alcohol pueden no cumplir con sus obligaciones importantes en la escuela, el trabajo o la familia. Pueden tener problemas legales relacionados con el consumo de alcohol, como repetidos arrestos por conducir bajo los efectos del alcohol. Pueden tener problemas de relación asociados con la bebida.

Las personas con alcoholismo "técnicamente conocido como dependencia del alcohol" pierden el control confiable de su consumo de alcohol. No importa qué tipo de alcohol uno tome y ni siquiera la cantidad: las personas dependientes del alcohol a menudo no pueden dejar de tomar una vez que comienzan. La dependencia del alcohol se caracteriza por la tolerancia (la necesidad de tomar más para lograr la misma euforia) y el síndrome de abstinencia si la bebida se interrumpe bruscamente. Los síntomas de abstinencia pueden incluir náuseas, sudoración, inquietud, irritabilidad, temblores, alucinaciones y convulsiones.

Si bien se da la mayor atención pública a los problemas graves por consumo de alcohol, hasta los problemas leves y moderados provocan importantes daños a las personas, sus familias y la comunidad.

Según el Instituto Nacional de Abuso de Alcohol y Alcoholismo (NIAAA por sus siglas en inglés), 1 de cada 13 adultos en los Estados Unidos abusa del alcohol o es alcohólico en un momento determinado. En 1997 una encuesta del gobierno reveló que los problemas por consumo de bebidas alcohólicas también son comunes entre las personas más jóvenes en los Estados Unidos. Por ejemplo, casi 5 millones de jóvenes, entre 12 y 20 años, beben cantidades muy elevadas de alcohol en cortos períodos de tiempo, según lo cual las mujeres consumen como mínimo cuatro bebidas una tras otra y los hombres como mínimo cinco.

### 4.3 MARCO HISTÓRICO

¿Desde cuándo y en dónde?

El concepto de Dry Bar (Bar Seco) nació en 2004 nada más y nada menos que en México. El primer registro a nivel mundial de un bar-cantina donde se vendieran bebidas sin alcohol fue en Metepec, Toluca. El entonces llamado “Barsin”, era la combinación perfecta entre comida y bebidas sin alcohol. “A la gente le llamaba mucho la atención este nuevo concepto, cuando probaban las bebidas no podían creer que estuvieran hechas de licores sin una gota de alcohol”, comenta a AltoNivel.com.mx Othón Gómez César, ex dueño del restaurante-bar.

La carta de bebidas del Bar Sin incluía marcas exportadas de Alemania, Francia, España y Argentina. “Había de todo, desde whisky, ron, tequila (por supuesto mexicano), Martini, vinos tintos y cervezas de todos tonos y sabores. A la gente le podías hacer cualquier bebida hecha con alcohol, lo único que cambiaba era que no lo tenían”.

Pero... ¿qué tan parecida a la realidad son estas bebidas? No son bebidas como tales, el whisky, como otros alcoholes, para serlo, tiene que llevar un proceso de destilación, el cual sólo se da por el contenido de alcohol, sin embargo, el sabor es casi el mismo, pues se realiza con la misma materia prima, pero se tiene un proceso diferente.

Nuestro whisky estaba hecho de malta, el ron de agave, el tequila también, todo era realizado con la misma materia prima y con procesos distintos. Lo cierto es que ese raspón

en la garganta cuando se ingiere algún alcohol, esas bebidas no lo tenían, comenta Gómez César.

En la actualidad, México no cuenta con bares, cantinas o antros que se dediquen a la venta de bebidas sin alcohol. El Barsin, pionero en este concepto, cerró sus puertas a principios de este año. Sin embargo, en el resto del mundo son ya una tendencia muy exitosa.

Los mercados europeos y latinoamericanos se han encargado de propagar la idea de que no es necesario consumir alcohol para divertirse. Tan sólo en Inglaterra existen alrededor de seis bares que innovan con este concepto. El más famoso de ellos es el Brink Dry Bar, de Liverpool. Lugar que se catapultó a la fama, luego de que Kate Middleton, duquesa de Cambridge, visitará el lugar a mediados de 2012. Pero esta visita no fue mera curiosidad, Middleton es directora de “Action an Addiction”, una organización a favor de la lucha contra las adicciones.

Entre las ciudades que cuentan con un Dry Bar en el mundo están: Edimburgo, Crewe y Merseyside, en Inglaterra; Barcelona, en España; Bogotá, en Colombia y Quito, en Ecuador.

#### Los Dry Bar, una alternativa con conciencia

De acuerdo con Othón, este concepto va más allá de la innovación y novedad. “No estamos hablando que estas alternativas de diversión sean cura-enfermos ni salva-almas, ¡no! Es una forma distinta de instruir y educar en cuanto al consumo de alcohol. La esencia de tomar un vino o una copa no necesariamente incide en emborracharse, también es bueno apreciar su sabor y calidad”, comenta el primer importador de bebidas sin alcohol en el país.

Para un país donde el 90% de los accidentes automovilísticos son causados por el alcohol y donde el 65% de la población entre 17 y 65 años de edad tiene algún problema de exceso en el consumo de bebidas alcohólicas, esta podría ser una excelente alternativa.

Pero... ¿El mercado mexicano está preparado para ello? Sí, asegura sin titubear Othón Gómez César, “el mercado ya está listo, las generaciones han cambiado, ya existe un núcleo de la sociedad más consciente e informado, con más inquietudes y en busca de nuevas alternativas (...) lo que se necesita es un buen concepto, una buena inversión y un lugar estratégico, pero de que jala, jala”, concluye el pionero del concepto “beber sin alcohol”

La posibilidad de uno que otro exceso asociado al alcohol. Sin embargo, ¿alguna vez has pensado que todas estas actividades las podrías realizar sin tomar una sola gota de alcohol? ¿Entonces cuál es el chiste?, se preguntarán. Bueno pues hay una tendencia de los bares sin alcohol, que está tomando fuerza, y se llaman Dry Bar.

Estos lugares ofrecen todo lo que cualquier antro o bar podría ofrecer: un lugar muy “chic”, iluminación perfecta, música de moda, bebidas nacionales e internacionales, un excelente ambiente para salir de “party” y una extensa selección de tragos coquetos, sin embargo, lo único que los diferencia del resto es que sus bebidas cuentan con 0% de alcohol.

Los Dry Bar son una innovadora alternativa para divertirse de manera sana y sin riesgos.

#### **4.4 MARCO ESPACIAL**

Zibra’s Bar se enfoca directamente en la ciudad de Bogotá D.C en el sector de Fontibón puesto que en este mismo sector ya son popular y común los bares de bebidas sin alcohol, esto nos conlleva a ser más frecuentados y conocidos.

En esta misma zona se encuentra también parte de nuestra competencia como lo es **GAIRA CAFÉ CUMBIA HOUSE**, **AVATAR CAFÉ BAR**, sito en el cual ofrecen parte de los servicios que nosotros brindaremos como lo son las bebidas sin alcohol.

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1 Tipo de Estudio

Explicativo, ya que estudiamos variables de un problema y al cómo influyen en otras variables, existiendo una relación causa- efecto. Como lo son el alcohol en la sociedad, rentabilidad del negocio.

### 5.2 Método de estudio

El método desarrollado para el estudio del proyecto es la recolección de datos e información por medio de encuestas, y diversos autores que hablan sobre los temas tratados en el proyecto

### 5.3 Método de recolección de datos

El método desarrollado es el de las encuestas de preguntas las cuales nos permiten llegar a conclusiones necesarios para la solución de nuestro problema, y la consulta de distintos autores que retoman temas relacionados con el proyecto

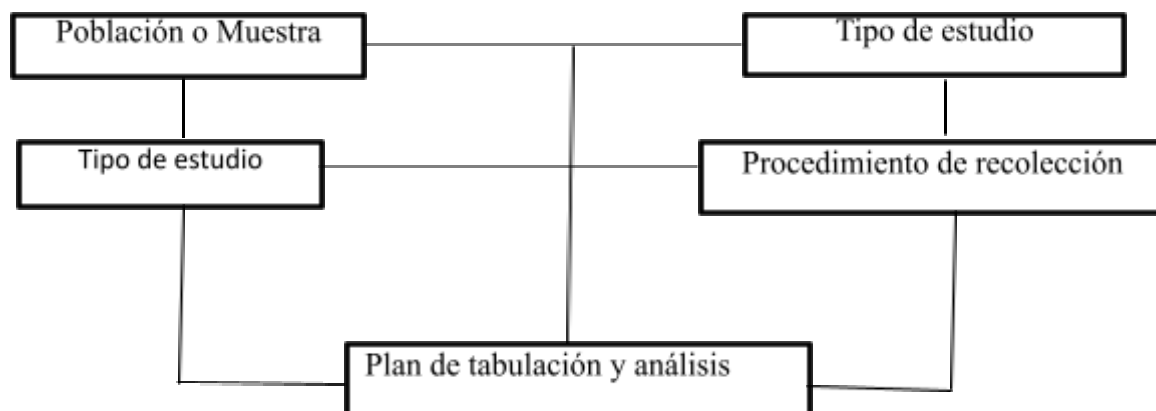


Fig.03

### 5.4 Fuentes de información

**5.4.1 primarias:** las fuentes de información de las que se obtuvo información de forma directa son las encuestas realizadas. Ver anexo 09

**5.4.2 secundaria:** los autores citados y la cibergrafía nombrados nos permiten el conocimiento de los diferentes puntos de vista que abarcan nuestro tema

## **5.5 Población, universo y muestra**

La población a la que nos dirigimos especialmente son menores de edad y jóvenes, sin dejar de lado las personas que optan por esta forma de entretenimiento y diversión

## **6. Estudio naturaleza del proyecto**

### **6.1. Lluvia de ideas que puedan transformarse en un producto o servicio**

- ✓ Cócteles
- ✓ Entretenimiento
- ✓ Bar
- ✓ Economía
- ✓ Salud
- ✓ Alcohol
- ✓ Empleo
- ✓ Innovación

## **6.2 Justificación de la empresa**

Este proyecto está basado principalmente en la creación de un lugar apto para menores de edad donde se le ofrezca variedad de bebidas sin alcohol (cócteles) distinguida por sus sabores, demostrando una creatividad e innovación, teniendo en cuenta los gustos en cuanto a bebidas de los clientes. Los principales benefactores de este proyecto serán los menores de edad, ya que encontrarán un excelente servicio. Por otra parte la sociedad también se encuentra beneficiada, debido al cambio que puede traer este proyecto.

## **6.3. Nombre de la empresa**

Zibra´s bar

## **6.4. Tipo de empresa**

**Zibra´s Bar** realizará sus actividades económicas como Sociedad Anónima. Fue escogida ya que nos brinda la oportunidad del beneficio de una motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios.

# **7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

## **7.1 Análisis de Fuentes Secundarias:**

Realizando la investigación se nota que son diversos los autores que apoyan la idea de que el alcohol se ha convertido en uno de los factores más perjudiciales en la sociedad, donde el reconocimiento del problema generaría conciencia y solución. Es favorable para la investigación ya que estamos dando una pauta para la transformación



## **ESTADÍSTICAS QUE APOYAN LA PROPUESTA**

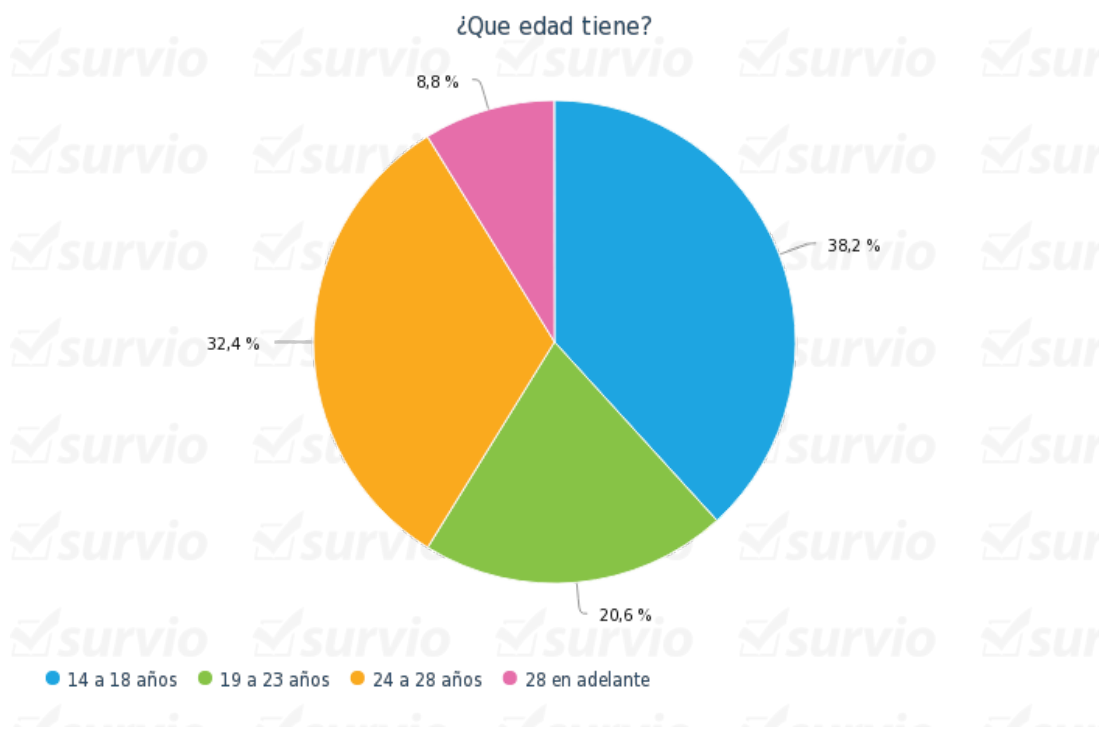
\*Solo en junio de 2014, -cuando se presentaron varios días con ley seca por el Mundial de fútbol Brasil 2014-, el incremento en ventas fue del 209% frente al mismo mes de 2013. Dentro del portafolio de cervezas importadas premium, la Buckler vale \$1.000 más que una Heineken

\*Con estas acciones de las autoridades, Buckler, la cerveza sin alcohol de Heineken, ha aumentado significativamente sus ventas. El crecimiento en cajas de enero a junio de 2014 frente al mismo periodo del año pasado ha sido de más del 150%.

\*En 2013 el consumo total de cerveza sin alcohol en Colombia fue de 300.000 litros y alcanzó un valor de US\$1,7 millones de dólares. El consumo per cápita fue tan bajo que no marcó nada.

### **7.2 Análisis de Fuentes Primarias**

Las encuestas realizadas nos arrojan datos favorables para la empresa, ya que la mayor parte de la población encuestada aceptaría y frecuentaría un lugar como estos, y nos da una idea de la edad de las personas encuestadas, sus gustos y preferencias



(Figura 04)

Prefiere usted encontrar bebidas embriagantes y cócteles en:

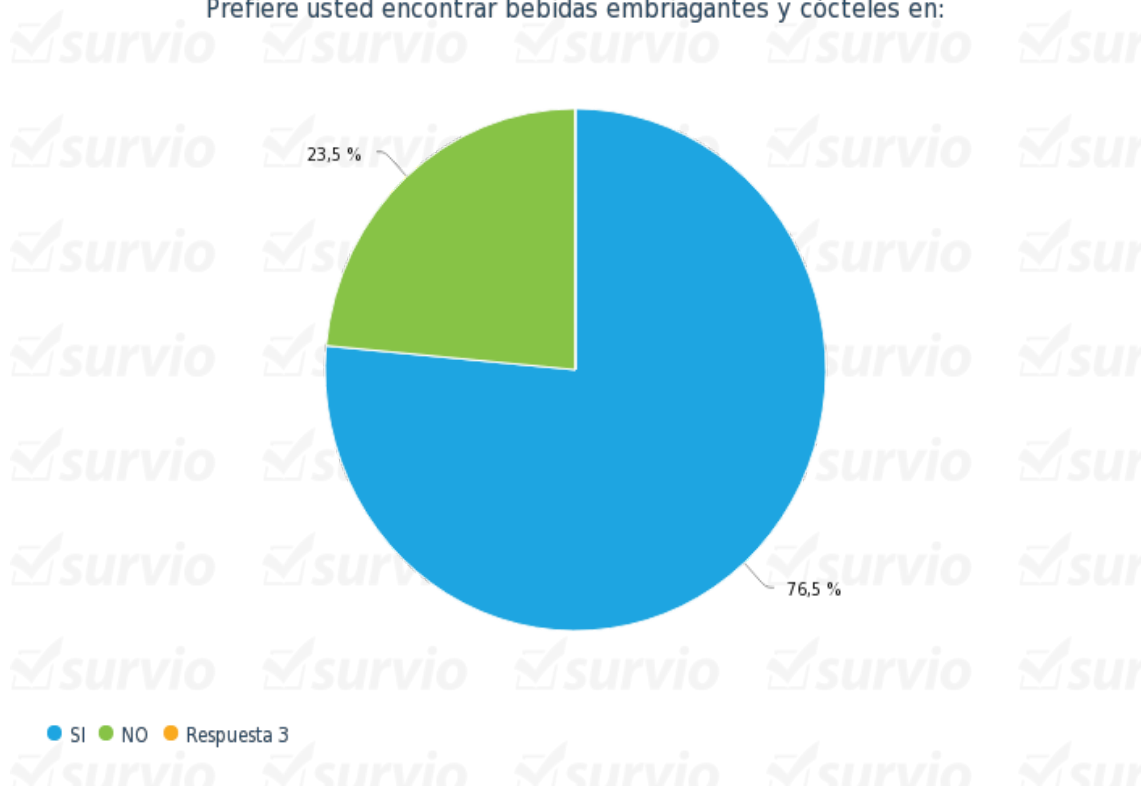


Figura 05

## 8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 8.1. Misión de la empresa

- Zibra`s Bar es una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas sin alcohol ofreciendo innovación en sus colores, sabores, y presentación, brindando en cada una de sus estás calidad, estética en su elaboración y presentación. Además ser partícipes de promover una cultura de cero alcohol en la actualidad.

### 8.2. Visión de la empresa

- En el año 2015 Zibra`s Bar , será una empresa comercial reconocida en diferentes sedes a nivel nacional , caracterizada por ofrecer las más innovadoras bebidas sin alcohol, y por promover una cultura de cero alcohol .además nuestra empresa busca

adecuar lugares con más de tres establecimientos, en las ciudades más importantes de Colombia.

### **8.3. Objetivos de la empresa**

#### **8.3.1 Objetivos generales:**

Crear una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de bebidas sin alcohol, teniendo en cuenta factores como innovación y creatividad de estas para que sean incentivadoras al consumo por parte del público, para así promover en los jóvenes menores de edad una cultura sin alcohol.

#### **8.3.2 Objetivos específicos:**

- Brindar un ambiente donde los jóvenes se sientan a gusto y puedan disfrutar de un espacio de fiesta, sin la necesidad de consumir bebidas alcohólicas.
- Ofrecer a los jóvenes variedad de bebidas sin alcohol que sean llamativas e incentiven a su consumo.
- Promover y educar a los jóvenes de hoy en día sobre la cultura del cero alcohol.
- Brindar un lugar apto para los jóvenes menores de edad donde sea permitida su entrada, acorde al (DECRETO 163) TOQUE DE QUEDA.

#### 8.4. Análisis de la industria

Zibra's Bar se encuentra en la industria de los bares, sus principales clientes y en los que está enfocado el objeto social son los jóvenes es decir de 15 años en adelante.

#### MODELO CAMBAS

<b>SOCIOS CLAVES</b>	<b>ELEMENTOS CLAVES</b>	<b>Propuesta del valor</b>	<b>SEGMENTACIÓN DEL NEGOCIO</b>
WENDY TATIANA GARCIA MAYA CC. 1.031.421.501	Coctel Garibaldi	Ofreceremos un producto elaborado con los estándares de higiene y calidad.	Jóvenes
CLAUDIA FERRUCHO MATEUS CC. 1.032.481.362	Cóctel Tomás Fresh	Brindando un punto de innovación con los diversos servicios de diversión que ofreceremos.	
	Coctel Black widow spider		
<b>ESTRUCTURA DE LOS INGRESOS</b>		<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>	
Coctel Navideño		5000	
Cóctel Tomás Fresh		1500	
Coctel Black widow spider		2500	

Figura 06

### 8.5. DOFA (Figura 07)

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La preferencia de los jóvenes hacia las bebidas con alcohol.</li> <li>▪ Carencia de ingresos de los jóvenes para adquirir nuestro servicio</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Calidad reconocida de bebidas sin alcohol.</li> <li>❑ Liderazgo a nivel nacional.</li> <li>❑ Crear una sociedad, con una nueva cultura sin alcohol.</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Variedad de bebidas de sabores.</li> <li>❑ La relación calidad-precio es buena en comparación con otros cócteles.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Nuevas competencias.</li> <li>❑ El que sea posible que los menores de edad puedan adquirir bebidas alcohólicas con mayor facilidad</li> </ul>

#### 8.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Zibra's Bar busca atender el mercado Bogotano, teniendo como canal de distribución su propio local ubicado en la localidad de Fontibón en cual vamos a tener a disposición para nuestros clientes los servicios de cocteles, música y juegos. Este negocio está constituido para los jóvenes que deseen disfrutar de un momento especial al lado de sus amigos.

Sin embargo, para la penetración de mercado potencial, se maneja un canal de distribución directo, vendiendo el producto directamente al consumidor por medio de jefes de ventas y distribuidores temporales. Así mismo se buscan medios como venta telefónica,

venta por correo, venta a domicilio y venta por Internet. Bajo este parámetro manejaremos dos niveles:

- Nivel cero: un contacto directo sin intermediarios implicados, haciéndose cargo de esta función los jefes de ventas
- Nivel uno: utilizamos un intermediario, en este caso un distribuidor.

Utilizaremos la publicidad para hacer llegar nuestro producto a nuestros clientes.



Figura 08

## 8.6. Estructura organizacional

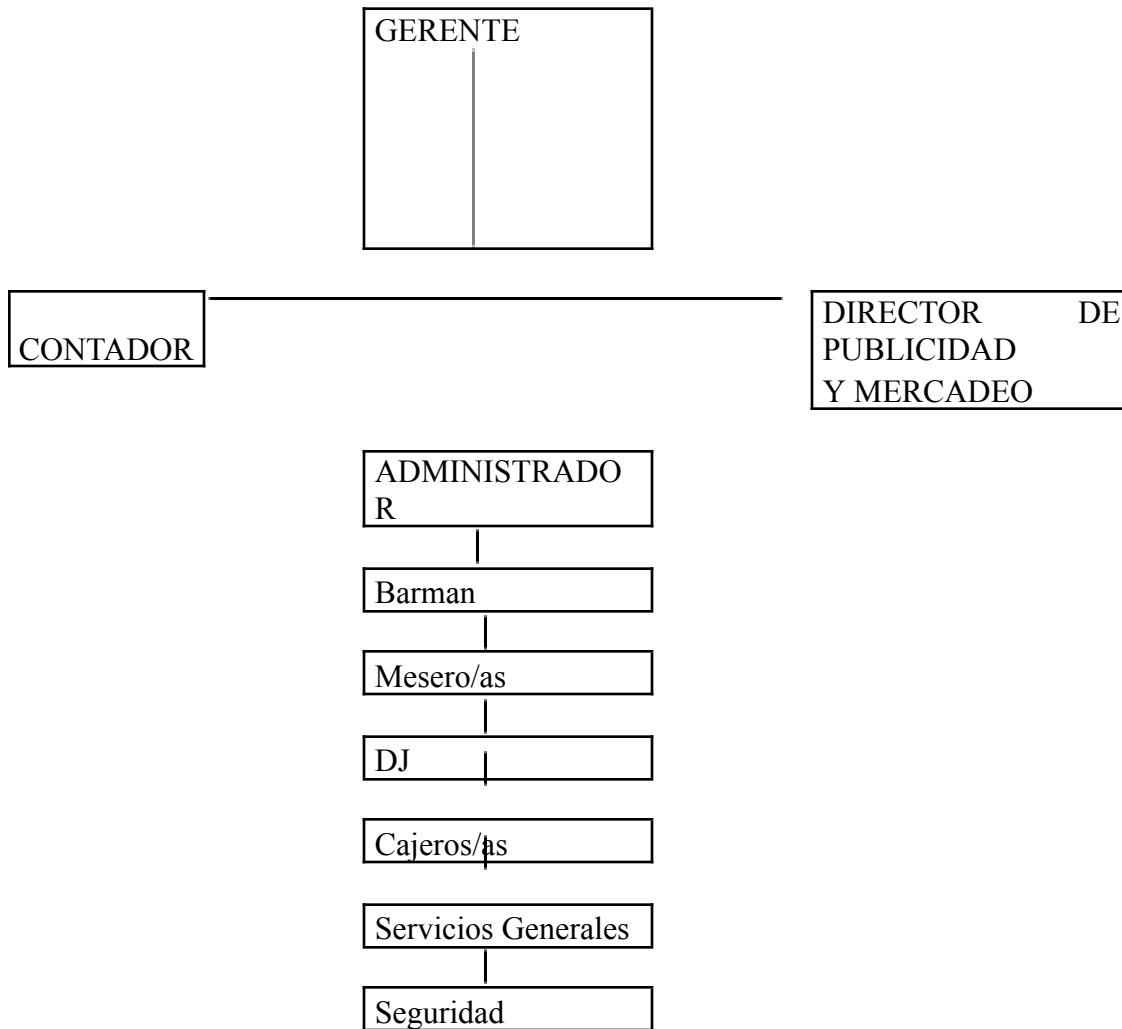


Figura 09

## 8.7. Funciones y requisitos por puesto de trabajo

### 8.7.1 Gerente:

- Ordenar.
- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.



- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.

### **8.7.2 Contador**

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.
- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.
- Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.

- Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.
- Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
- Llevar libros contables (Diario, mayor e inventarios).
- Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.
- Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.

### **8.7.3 Director de publicidad y mercadeo**

- Determinación de la mezcla de productos, innovación, reposición o imitación.
- Elaboración de estrategias de publicidad.
- Promoción de ventas.
- Distribución de mercados y planeación de canales y territorios de ventas.\* Análisis y control de ventas.
- Pronósticos y presupuestos de ventas.

### **8.7.4 Barman:**

Es la persona encargada de efectuar todos los despachos de pedidos en el bar, sus funciones son de gran responsabilidad pues de sus conocimientos, técnica y rapidez dependen el buen servicio del bar. El barman deberá tener profundo conocimiento sobre bebidas en cuanto a marcas, origen, procesos de producción, clases de acompañantes, formas ideales de beberlas etc. Además dominará perfectamente la mezcla de bebidas o cocteles. Es un superior de su sección pues estará pendiente de la atención que se preste a los asistentes, también es responsable de las bebidas que se encuentran en la sección como también de todos los materiales y demás elementos dejados a su cargo. Supervisa también la organización y el aseo del sitio de trabajo. Dirige al personal de meseros del bar y al

ayudante e informa al jefe de Bares de cualquier problema que se pueda presentar. Deberá tener grandes relaciones públicas pues su contacto con los clientes es directo y permanente. Efectúa inventarios generales del Bar.

#### **8.7.5 Meseros de Bar:**

Es el personal encargado de hacer el servicio directo a las mesas de la sección. Deberá conocer las técnicas de manejo de materiales de servicio, tener buenos conocimientos generales sobre bebidas alcohólicas ya que al sugerir ventas deberán explicar los componentes de un licor o cóctel, tener muy buenas relaciones públicas, iniciativa personal. Se encargan de la buena presentación del bar como del mise y en place de mesas, barras y mesas auxiliares.

#### **8.7.6 DJ DEL BAR**

- Generar un ambiente de diversión
- Mantener su lugar de trabajo en buen estado
- Actualizar su repertorio
- Cumplir el horario asignado

#### **8.7.7 FUNCIONES DEL CAJERO:**

- Recibir los pagos de los clientes
- Dar servicio y solución a preguntas de los clientes
- Mantener informado sobre los ingresos a caja
- Reportar si se presenta algún desperfecto con el sistema
- Realizar los inventarios
- Se encarga de llevar la cuenta de caja chica

### 8.7.8 Servicios Generales

- Mantener en orden el establecimiento
- Cumplir con el horario asignado
- Tener al día los implementos necesarios para su labor
- Cumplir con las normas asignadas de higiene en el lugar de trabajo del barman.
- Estas personas son las encargadas de brindar seguridad al establecimiento y al personal que labora en el lugar, y a los clientes que lo visitan.
- Tiene la obligación de proteger también ciertas áreas del lugar para evitar ser sorprendidos por la delincuencia como son:

Área de taquilla

Área de cajas registradoras

Área de guardarropa

Y áreas restringidas a los clientes.

Además deberán de apoyar a los meseros cuando llegaran a tener algún problema con algún cliente dentro del lugar y a los capitanes en caso de retirar algún cliente que haya cometido algún problema dentro del lugar.

También los elementos de seguridad son responsables de controlar el acceso al público y de revisarlos al entrar.

### 8.9. Impacto legal

1. Ley 1098 2066, la cual se encuentra disponible en el Código de la Infancia. Es una norma y ley establecida en el 2006 la cual cubre a la infancia y establece que los niños y adolescentes serán protegidos contra el consumo de bebidas con alcohol y será promovido organismos como las autoridades las cuales regulan las calles, los medios de comunicación los cuales regulan y sirven como medio de referencia, y por último la policía nacional la cual va a cardé con la alcaldía y los ciudadanos.
2. Ley 124 de 1994: (PROYECTO DE LEY 124 DE 2014 SENADO) Es una ley que prohibido el embriagamiento de menores de edad y el ingresos de estos a establecimientos de comercio de dichas bebidas, deben poner en un lugar visible el texto de la ley, como lo exige la norma, y no se debe promover ni expedir su venta en ningún lugar o establecimiento.

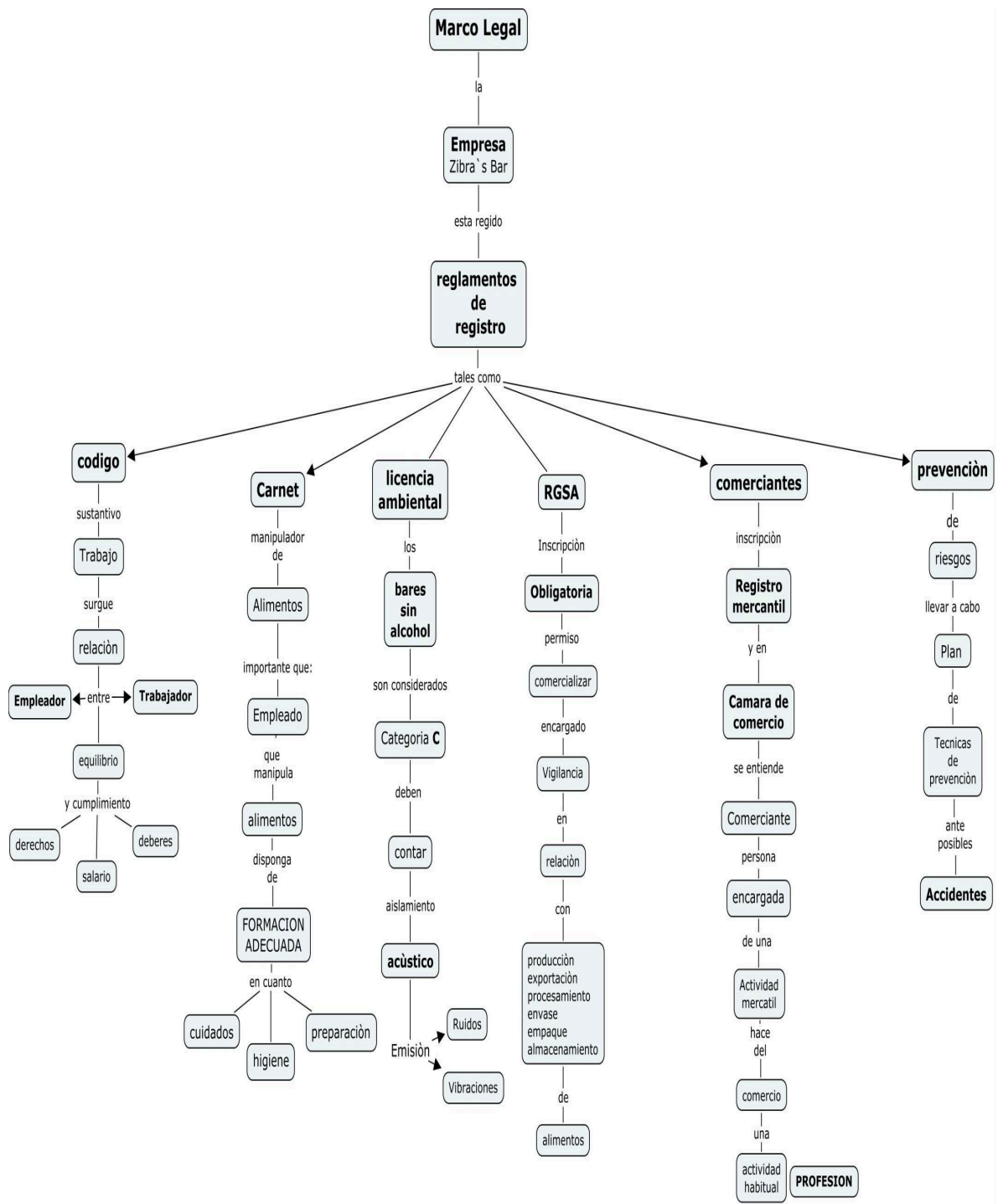


Figura 10

## **9. CONCLUSIÓN**

Con la realización de la investigación logramos concluir que la creación de una empresa de bebidas sin alcohol es viable debido a que la sociedad dio una aceptación al lugar. Así mismo generaríamos nuevas fuentes de empleo y mayor conciencia ante el tema del alcoholismo que cada vez más popular entre los incidente riñas y de más problemas ante la sociedad., el crear conciencia nos ayuda a erradicar el problema y dar soluciones a este.

## 10. Anexos

### Anexo 01

#### Cerveza sin alcohol, la nueva carta de Bavaria

Esta es una apuesta de innovación y tecnología en la que vienen trabajando desde hace más de un año y que no tiene que ver con el endurecimiento de las penas a los conductores embriagados o las medidas de ley seca que adoptan las autoridades locales en coyunturas especiales.

La cerveza conserva el sabor, cuerpo y olor de una “pola” común, y tiene sólo 55 calorías, la mitad de una normal. Su grado de alcohol es de 0,4 por ciento, lo que está en línea con la definición de cerveza sin alcohol, aquella que tiene un contenido de licor por debajo de 0,5%.

En Colombia, la reina del mercado cervecero es Bavaria. Según datos de Euromonitor International las tres principales marcas son en su orden Poker, Águila y Pilsen. Las cifras correspondientes a 2013 señalan que el consumo total de cerveza en volumen es de 2.225,8 millones de litros, lo que equivale a un valor de US\$8.576,3 millones; y que el consumo per cápita es de 46,1 litros y el valor per cápita asciende a US\$177,5

Por su parte, en el mercado de las cervezas sin alcohol, el top lo lidera Buckler, perteneciente a Heineken, con el 68,5% del mercado; Beck's, de la empresa belga-brasileña Anheuser-Busch InBev, con el 8,8%; y en tercer lugar lo ocupa Erdinger, de la alemana que lleva el mismo nombre, con el 7%.



## **ANEXO 02**

### **Receta del Coctel navideño sin alcohol**

Una variación del cóctel navideño para que disfruten los más pequeños de la casa. Algo dulce por la gran cantidad de leche condensada, pero que se aplica un tanto gracias al jugo que aporta la naranja.

Ingredientes (4 porciones):

14 naranjas

1 tarro de leche condensada

Hielo

Preparación:

Exprimir las naranjas y colarlas, echar este jugo en el jarro.

Vacía la mitad del tarro de leche condensada en la taza.

Añade a esta taza con leche condensada un poco de jugo de naranja y revuelve con la cuchara grande para que estos dos ingredientes se junten, notarás que la leche condensada ya no está tan espesa.

Devuelve esta mezcla al jarro de jugo y repite lo mismo con la otra mitad del tarro de leche condensada.

Finalmente cuando tengas todo este líquido en el jarro revuélvelo por última vez, para que se junten bien estos líquidos.

### **Receta del Cóctel Black widow spider**

El sabor de la bebida cola se ve fuertemente alterado con la presencia del helado de vainilla y la crema. Sin embargo, la frescura de este cóctel es ideal para pasar una tarde de calor.

Ingredientes:

Hielo picado

Refresco cola

1 bola de helado de vainilla

Crema montada

Preparación:

Coloque el hielo en un vaso de trago largo. Añada el refresco de cola hasta llenar 2/3 del vaso y, a continuación, añada el helado de vainilla con cuidado. No remueva y complete con la crema montada. Sirva con pajitas y con cuchara larga.

### **Receta del Coctel Tomás Fresh**

Un refresco delicioso para los intensos días de calor, la combinación de los sabores frutales, más el aporte del hielo y el helado lo transforman en un gran aliado para sortear las altas temperaturas.

Ingredientes:

100 cc jugo de piña

100 cc jugo de manzana

3 porciones helado de vainilla

1 toque de Horchata

2 cucharadas de azúcar flor.

Preparación:

Vertir los ingredientes en una coctelera, agregar 2 hielos, batir fuertemente durante un minuto. Vertir en un vaso largo, agregar la porción restante de helado en forma de bola, decorar con una hoja de menta, y una rodaja de naranja en el vaso.

### **Receta del Coctel Garibaldi**

Uno de los tragos más tradicionales es también muy refrescante y no muy fuerte. Esto lo hace ideal para que las mujeres disfruten de una agradable bebida en las noches de verano.

Ingredientes:

- 2 oz de campari
- 6 oz de jugo natural de naranja.
- 1 rodaja de naranja

Preparación:

En un vaso highball con hielo sirva directamente los ingredientes. Agruege la rodaja de naranja.

### **Anexo 03**

#### **¿QUIENES LO APOYAN?**

##### **Fondo Emprender Sena**

##### **FONADE**

Contribuir para que las entidades hagan el mejor uso de los recursos disponibles para alcanzar la ejecución exitosa de sus proyectos y alcanzar los resultados esperados. Esta línea de negocio es congruente con los esquemas de gestión y dirección que se conocen; incorpora elementos que proporcionan a los clientes eficiencia, economía, seguridad, desarrollo, impacto y soporte para los proyectos que ejecutan.

El alcance del servicio es aplicado a la elaboración de estudios necesarios para la ejecución de un proyecto de inversión, diagnóstico, pre factibilidad, factibilidad para planes, programas y proyectos específicos. También incluye las asesorías técnicas de coordinación, control y supervisión, así como también la dirección, programación y la ejecución de diseños, anteproyectos y proyectos, entre otros.

**Anexo 04****Costeo****COCTEL NAVIDEÑO SIN ALCOHOL**

No de Cócteles	Ingredientes	Peso	Valor
10	Naranjas	5 ½ Kilos	\$16.500
	Tarro de leche condensada	400 gr	\$10.800

**Figura 11****COCTEL BLACK WIDOW SPIDER**









No de Cócteles	Ingredientes	Peso	Valor
10	Refresco de coca cola	3 litros	\$5.500
	Helado	3 litros	\$30.000

**Figura 12****CÓCTEL TOMÁS FRESH**

No de Cócteles	Ingredientes	Peso		Valor
10	Piña	5 Kilos		\$15.000
	Manzana	3 kilos		\$13.000
	Helado	3 Litros		\$30.000
	Azúcar	1 Libra		\$1.500

**Figura 13**

1.

Copa de Agua		Copa de Vermut	
Copa Pompadour		Copa de Zumo	
Copa Flauta		Copa Margarita	
Copa de cóctel		Vaso Huracán	

**Fig. 14**

**Anexo 05**

En la calle de Don Alejandro 2, Alba de Tormes cuenta con un nuevo local de ocio nocturno. Moderno y refinado ofrece el mejor ambiente para disfrutar de una noche inolvidable

Alba de Tormes cuenta, desde la noche de este viernes, con un nuevo local de ocio nocturno abierto a todos los salmantinos. Pub Moonlight es diferente. Es el lugar ideal para disfrutar de un apacible café por la tarde, de una irresistible copa preparada con el máximo esmero a primera hora de la noche o de la mejor música hasta las 6:30 horas de la madrugada en su discoteca.

Desde las 20:00 horas los asistentes a la apertura de Pub Moonlight, sito en la calle Don Alejandro 2, pudieron disfrutar de una degustación de canapés. Acto seguido irrumpió la mejor música de la mano de los mejores DJ albenses como Mario Casillas, Javier García, Antonio González y Adrián Rafael. Además, Pub Moonlight te invita este sábado a la fiesta de Ron Barceló con azafatas, muchos regalos y los mejores precios en tus consumiciones.

**FUENTES:**

<http://www.coctelesfaciles.com/cocteles-sin-alcohol>

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-cerveza-alcohol-colombia/199222>

<http://www.portafolio.co/negocios/cerveza-alcohol-bavaria>

<http://es.slideshare.net/gustavoagudelo/bavaria-21984347>

<http://www.salamanca24horas.com/sociedad/24-04-2015-pub-moonlight-cafe-copas-preparadas-y-fiesta-en-la-noche-albense#sthash.UxtMpnwB.dpuf>

<http://www.google.com/search?aq=f&gcx=w&sourceid=chrome&ie=UTF-8&q=el+alcoholismo+libros> <http://www.monografias.com/trabajos13/infalcoh/infalcoh.shtml>

ALCOHOLISMO Y ADOLESCENCIA, TENDENCIAS ACTUALES GARCIA GUTIERREZ, Feliciano Álvarez 17 de Marzo de 2007]; vol. 3. URL disponible en: [http://bvs.sld.cu/revistas/mil/vol33\\_3\\_04/mil07304.htm](http://bvs.sld.cu/revistas/mil/vol33_3_04/mil07304.htm)

LIBRO GESTION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA HOTELES, BARES Y RESTAURANTES, Jesús Felipe Gallego Paraninfo 2009

ENCICLOPEDIA DE LOS CÓCTELES 2009, Luis T Melgar Valero

MANUAL SET AL ALCOHOLISMO 2003, María M Benítez Hernández

ADICCIÓN Y RECUPERACIÓN 1997, Felipe Caballero Michelsen

BEBIDAS 2014, José Ángel de la Riva García

LAS ADICCIONES: DIMENSIÓN, IMPACTO Y PERSPECTIVA 2001, Roberto Tapia Conger

LIBRO AZUL DE ALCOHÓLICOS ANÓNIMOS 1.939 ARÉVALO,, Juan José. <http://www.actualicese.com/normatividad/plan-unico-de-cuentas/>

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/garcia\\_v\\_rj/apendiceA.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_v_rj/apendiceA.pdf)

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2011/Documents/Mayo/26/dec175626052011.pdf> DECRETO 163 TOQUE DE QUEDA

<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/141038.html> ¿POR QUE BEBEN LOS JÓVENES?

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-cerveza-alcohol-colombia/199222>

<http://www.portafolio.co/negocios/cerveza-alcohol-bavaria>

<http://es.slideshare.net/gustavoagudelo/bavaria-21084247>

Encuesta realizada por: <http://www.su>



*Liberia*