VIABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS VEGANOS, ENSALADAS Y JUGOS A BASE DE FRUTAS ORGÁNICAS EN LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD DE CALI.

DANIEL CIFUENTES BUITRAGO
CAROLINA RESTREPO LARRAHONDO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2014

VIABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE HELADOS VEGANOS, ENSALADAS Y JUGOS A BASE DE FRUTAS ORGÁNICAS EN LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD DE CALI.

DANIEL CIFUENTES BUITRAGO
CAROLINA RESTREPO LARRAHONDO

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar el título de:
Administrador de empresas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2014

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del Docente Encargado

Santiago de Cali, Noviembre de 2014

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION .....

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. 18

1.1 TITULO DEL PROYECTO 18

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 18

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18

1.3.1 Formulación del problema. 19

1.3.2 Sistematización del problema. 19

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.4.1 Objetivo General: 20

1.4.2 Objetivos Específicos: 20

1.5 JUSTIFICACIÓN 21

1.5.1 Teórica 21

1.5.2 Metodológica 24

1.5.3 Práctica 25

1.5.4 Referente conceptual 26

1.5.5 Referente legal 29

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS 31

1.6.1 Tipo de Estudio 31

1.6.2 Método de investigación. 31

1.6.3 Método de Recolección de Información. 32

1.6.4 Tratamiento de la información. 33

1.6.5 Presentación Información. 35

2 ANÁLISIS DEL MERCADO 36

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR 36
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 39
2.2.1 Análisis de la demanda 39
2.2.2 Análisis de la oferta 56
2.3 CARACTERIZACIÓN EL PRODUCTO 58
2.3.1 Clientes 66
2.3.2 Competencia 75
2.4 PLAN DE MERCADEO 82
2.4.1 Estrategia de precios 82
2.4.2 Estrategia de venta 85
2.4.3 Estrategia promocional 87
3 ESTUDIO TÉCNICO 89
3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO 89
3.1.1 Producto. 89
3.1.2 Metodología para el Estudio de la Ingeniería del Proyecto 97
3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo 99
3.1.4 Tecnología y selección del equipo 106
3.1.5 Cálculo de Cantidades de materia prima e insumos 113
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 114
3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO 117
4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL 122
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 122
4.1.1 Misión 122
4.1.2 Visión 122

4.1.3 Valores corporativos 123
4.1.4 Filosofía de trabajo 124
4.1.5 Competencias organizacionales 125
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 126
4.3 SELECCIÓN DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL 131
4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL 132
4.4.1 Solicitud de empleo 132
4.4.2 Entrevista preliminar. 132
4.5 PROCESOS DE CONTRATACIÓN 133
4.5.1 Inducción del personal. 133
4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL 134
4.7 ASPECTOS LEGALES 134
4.7.1 Constitución de la sociedad 134
4.7.2 Otros aspectos 135
5 PRESUPUESTO 138
5.1 INVERSIÓN INICIAL 138
5.2 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS 141
5.3 PORCENTAJE DE INVERSIÓN A FINANCIAR 142
5.4 BALANCE INICIAL SIN Y CON FINANCIACIÓN 143
5.5 AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO 146
5.6 TABLA DE LEASING FINANCIERO 148
5.7 PARAMETROS GENERALES 150
5.7.1 El IPC. 151
5.7.2 El incremento en unidades. 152

5.7.3 El IVA 153
5.7.4 El impuesto de renta. 153
5.7.5 La Reserva Legal. 154
5.7.6 Los parámetros laborales. 155
5.7.7 Los márgenes brutos. 159
5.7.8 El Registro Mercantil. 162
5.8 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS 163
5.8.1 Gastos de Administración. 163
5.8.2 Gastos de Ventas. 166
5.9 COSTOS UNITARIO DEL PRODUCTO 167
5.10 IVA, RECAUDOS Y PAGOS. POR CONCEPTO DE COMPRAS 175
5.10.1 IVA 175
5.10.2 Recaudos 176
5.10.3 Pagos 177
5.11 ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN 178
5.11.1 Estado de Resultados sin Financiación. 179
5.11.2 Estado de Resultados Con Financiación. 181
5.12 FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN 182
5.12.1 Flujo de Caja Sin Financiación en Pesos 183
5.12.2 Flujo de Caja Con Financiación en Pesos 184
5.13 BALANCES GENERALES SIN Y CON FINANCIACIÓN 185
5.13.1 Balance General Sin Financiación en Pesos 186
5.13.2 Balance General Con Financiación en Pesos 187

5.14 ANALISIS VPN, TIR Y B/C DE LOS ESTADOS DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN 188
5.15 ANALISIS VERTICALES Y HORIZONTALES 189
5.15.1 Análisis Verticales del Balance General Proyectado Sin Financiación 191
5.15.2 Análisis Verticales del Balance General Proyectado Con Financiación 192
5.15.3 Análisis Vertical del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos 193
5.15.4 Análisis Vertical del Estado de Resultados Con Financiación en Pesos 194
5.15.5 Análisis Horizontal del Balance General Sin Financiación 195
5.15.6 Análisis Horizontal del Balance General Con Financiación 196
5.15.7 Análisis Horizontal Estado de Resultados Sin Financiación 198
5.15.8 Análisis Horizontal Estado de Resultados Con Financiación 200
5.16 RAZONES FINANCIERA 201
5.16.1 Razones Financieras Sin Financiación 201
5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO 203
5.18 ANALISIS DE SENSIBILIDAD 203
6 CONCLUSIONES 205
7 RECOMENDACIONES 206
8 BIBLIOGRAFÍA 207

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 FICHA TÉCNICA ENCUESTA 35
TABLA 2 PARTICIPACIÓN POR GÉNERO Y RANGO DE EDAD 43
TABLA 3 VENTAS COMPETENCIA ENSALADA DE FRUTAS 54
TABLA 4 VENTAS COMPETENCIA JUGOS NATURALES 54
TABLA5 PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES ANUAL 55
TABLA 6 PROYECCIÓN DE VENTAS EN PESOS ANUAL 56
TABLA 7 PROVEEDOR NO. 1 ASOPROORGÁNICOS 57
TABLA 8 PROVEEDOR NO. 2 KARIJONA S.A.S 58
TABLA 9 RUTAS EXPRESAS Y TRONCALES 70
TABLA 10 RUTAS PRETRONCALES 70
TABLA 11 BARRIOS DE LA COMUNA 17 72
TABLA 12 PROMEDIO CANTIDADES VENDIDAS DE LA COMPETENCIA 77
TABLA 13 PRECIOS DE VENTA DE LA COMPETENCIA 83
TABLA 14 PRECIOS DE VENTA PREVISTOS 84
TABLA 15 INVERSIÓN 107
TABLA 16 COSTO DE MATERIA PRIMA 114
TABLA 17 ESTIMADO DE MENSUAL 118
TABLA 18 PRODUCCIÓN PROYECTADA A CINCO AÑOS 119
TABLA 19 SALARIO Y AUXILIO DE TRANSPORTE 155
TABLA 20 CARGA PRESTACIONAL 155
TABLA 21 SEGURIDAD SOCIAL 156

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 PARTICIPACIÓN POR GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS 43
GRÁFICO 2 PARTICIPACIÓN POR GÉNERO Y RANGO DE EDAD 44
GRÁFICO 3 PARTICIPACIÓN POR COMUNAS 44
GRÁFICO 4 INDICADOR DE CONOCIMIENTO 45
GRÁFICO 5 INDICADOR SEGMENTO DEL MERCADO 46
GRÁFICO 6 INDICADOR DE MICRO LOCALIZACIÓN 46
GRÁFICO 7 PREFERENCIAS POR PRODUCTO 47
GRÁFICO 8 INDICADOR FRECUENCIA DE CONSUMO 47
GRÁFICO 9 PREFERENCIAS POR SABOR 48
GRÁFICO 10 INDICADOR DE PREFERENCIA TAMAÑO MÍNIMO DE ENVASE 49
GRÁFICO 11 INDICADOR DE PREFERENCIA TAMAÑO MÁXIMO DE ENVASE 49
GRÁFICO 12 INDICADOR DE SERVICIO AL CLIENTE 50
GRÁFICO 13 INDICADOR DE ACEPTACIÓN DE PRECIO DE VENTA 50
GRÁFICO 14 INDICADOR VIABILIDAD PRECIO DE VENTA PRODUCTOS INNOVADORES 51
GRÁFICO 15 DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTRATOS EN LA COMUNA 17 68
GRÁFICO 16 PIRÁMIDE POBLACIONAL DE LA COMUNA 17 68

LISTA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 JUGOS NATURALES 60
ILUSTRACIÓN 2 ENSALADA DE FRUTAS 61
ILUSTRACIÓN 3 HELADO VEGANO GUANÁBANA 62
ILUSTRACIÓN 4 HELADO VEGANO MANGO TOMMY 63
ILUSTRACIÓN 5 HELADO VEGANO COCO 63
ILUSTRACIÓN 6 PRODUCTOS COMPETENCIA MIMO'S 65
ILUSTRACIÓN 7 PRODUCTOS COMPETENCIA CREPES & WAFLESS 65
ILUSTRACIÓN 8 PRODUCTOS COMPETENCIA ANTTONINA'S 66
ILUSTRACIÓN 9 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA CENTRO COMERCIAL JARDÍN PLAZA CALI 69
ILUSTRACIÓN 10EJEMPLO DE TRÁNSITO 71
ILUSTRACIÓN 11 CENTRO COMERCIAL JARDÍN PLAZA CALI 71
ILUSTRACIÓN 12 MAPA COMUNA 17 SANTIAGO DE CALI 74
ILUSTRACIÓN 13 UBICACIÓN DE LA COMUNA 17 SANTIAGO DE CALI 75
ILUSTRACIÓN 14 COMPETIDOR NO. 1 CREPES & WAFFLES 78
ILUSTRACIÓN 15 COMPETIDOR NO. 2 ANTTONINA'S 79
ILUSTRACIÓN 16 COMPETIDOR NO. 3 JUAN VALDEZ 79
ILUSTRACIÓN 17 COMPETIDOR NO. 4 DANCALI 80
ILUSTRACIÓN 18 COMPETIDOR NO. 5 MIMO'S 81
ILUSTRACIÓN 19 DISEÑO DEL STAND DE VENTA 85
ILUSTRACIÓN 20 DISEÑO DEL STAN DE VENTA AEREA 86
ILUSTRACIÓN 21 DISEÑO PLAN STAN MEDIDAS 86
ILUSTRACIÓN 22 LOGO 88
ILUSTRACIÓN 23 CUCHARA 90
ILUSTRACIÓN 24 ENVASE MATERIAL BIODEGRADABLE 91
ILUSTRACIÓN 25 ENVASE NATURAL 91
ILUSTRACIÓN 26 ENVASE NATURAL 92
ILUSTRACIÓN 27 HELADO VEGANO CHOCOLATE 94
ILUSTRACIÓN 28 HELADO VEGANO FRUTOS SECOS 95
ILUSTRACIÓN 29 HELADO VEGANO SABORES VARIADOS 96
ILUSTRACIÓN 30 ENSALADA DE FRUTAS ORGÁNICAS 97
ILUSTRACIÓN 31 PROCESO SELECCIÓN DE PROVEEDORES 99
ILUSTRACIÓN 32 FLUJOGRAMA ELABORACIÓN DE PEDIDOS 100

ILUSTRACIÓN 33 FLUJO GRAMA EL DESPACHO DE PEDIDOS 101
ILUSTRACIÓN 34 PROCESO DE LAVADO DE MANOS 103
ILUSTRACIÓN 35 PROCESO DE DESINFECCIÓN DE AMBIENTES 104
ILUSTRACIÓN 36 PROCESO DE DESINFECCIÓN DE SUPERFICIES 104
ILUSTRACIÓN 37 FRUTA PICADA 105
ILUSTRACIÓN 38 MESÓN EN ACERO INOXIDABLE 108
ILUSTRACIÓN 39 EXTRACTOR DE JUGO DE FRUTAS Y VERDURAS 108
ILUSTRACIÓN 40 LICUADORA INDUSTRIAL 109
ILUSTRACIÓN 41 MAQUINA INDUSTRIAL PARA RASPAR HIELO 110
ILUSTRACIÓN 42 CONGELADOR VERTICAL 19 PIES 111
ILUSTRACIÓN 43 NEVERA 112
ILUSTRACIÓN 44 DISTANCIA DE LOS PROVEEDORES 116
ILUSTRACIÓN 45 MAPA DEL VALLE DEL CAUCA 117
ILUSTRACIÓN 46 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA COMERCIAL 120
ILUSTRACIÓN 47 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN ÁREA PRODUCCIÓN 121
ILUSTRACIÓN 48. ORGANIGRAMA EMPRESARIAL 126

LISTA DE CUADROS

CUADRO 1 INVERSIÓN INICIAL 138
CUADRO 2 ACTIVOS FIJOS 139
CUADRO 3 INSUMO PARA ADECUACIONES 140
CUADRO 4 ELEMENTOS SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 141
CUADRO 5 CAPITAL DE TRABAJO 141
CUADRO 6 DEPRECIACIÓN EN PESOS 142
CUADRO 7 FORMULA DE DEPRECIACIÓN PERIODO ANUAL 142
CUADRO 8 INVERSIÓN 142
CUADRO 9 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS 143
CUADRO 10 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS 144
CUADRO 11 TABLA DE AMORTIZACIÓN EN PESOS 147
CUADRO 12 INTERESES Y AMORTIZACIÓN ANUAL 148
CUADRO 13 LEASING FINANCIERO EN PESOS 149
CUADRO 14 PARÁMETROS GENERALES 151
CUADRO 15 FÓRMULA TASA DE INFLACIÓN 151
CUADRO 16 PARÁMETROS LABORALES 157
CUADRO 17 SALARIOS Y AUX. TRANSPORTE 158
CUADRO 18 SALARIOS POR COLABORADOR 158
CUADRO 19 FORMA DE RECAUDOS Y PAGOS 159
CUADRO 20 MÁRGENES BRUTOS HELADO VEGANO EN VASO DE 16 ONZ 160
CUADRO 21 MÁRGENES BRUTOS HELADO VEGANO EN VASO DE 22 ONZ 160
CUADRO 22 ENSALADA DE FRUTAS EN RECIPIENTE DE 22 ONZ 161
CUADRO 23 MÁRGENES BRUTOS JUGOS NATURALES 161
CUADRO 24 REGISTRO MERCANTIL 162
CUADRO 25 GASTOS EN PESOS 165
CUADRO 26 GASTOS DE VENTAS 166
CUADRO 27 GASTOS DE PUBLICIDAD 166
CUADRO 28 VALOR DE MANO DE OBRA PRODUCCIÓN 167
CUADRO 29 COSTO DE MATERIA PRIMA 168
CUADRO 30 GRAMAJE POR PRODUCTO 169
CUADRO 31 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN 169
CUADRO 32 MATERIA PRIMA, M.O Y C.I.F- HELADO VEGANO 16 ONZ 170

CUADRO 33 MATERIA PRIMA, M.O Y C.I.F- HELADO VEGANO 22 ONZ....171
CUADRO 34 MATERIA PRIMA, M.O Y C.I.F- ENSALADA DE FRUTAS 22 ONZ....173
CUADRO 35 MATERIA PRIMA, M.O Y C.I.F-JUGO DE FRUTAS NATURAL 14 ONZ....173
CUADRO 36 IVA COBRADO Y PAGADO....175
CUADRO 37 RECAUDO EN PESOS....176
CUADRO 38 PAGOS EN PESOS....177
CUADRO 39 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN....179
CUADRO 40 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN....181
CUADRO 41 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN....183
CUADRO 42 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN....184
CUADRO 43 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN....186
CUADRO 44 BALANCE PROYECTADO GENERAL CON FINANCIACIÓN....187
CUADRO 45 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN....188
CUADRO 46 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN....188
CUADRO 47 ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN....191
CUADRO 48 ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN....192
CUADRO 49 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN....193
CUADRO 50 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO RESULTADOS CON FINANCIACIÓN....194
CUADRO 51 ANÁLISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL SIN FINANCIACIÓN....195
CUADRO 52 ANÁLISIS HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL CON FINANCIACIÓN....196
CUADRO 53 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO RESULTADO SIN FINANCIACIÓN....198
CUADRO 54 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO RESULTADO CON FINANCIACIÓN....200
CUADRO 55 RAZONES FINANCIERAS SIN FINANCIACIÓN....201
CUADRO 56 RAZONES FINANCIERAS CON FINANCIACIÓN....201
CUADRO 57 PUNTO DE EQUILIBRIO....203
CUADRO 58 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD....203

RESUMEN

Este proyecto tiene como objetivo incursionar en el mercado un producto innovador como lo son los helados veganos hechos de ingredientes vegetales, naturales y orgánicos. Como complemento al portafolio están las ensaladas de frutas y los jugos naturales. Se tiene como mercado objetivo las personas que se abstienen de consumir lácteos o personas que consuma alimentos orgánicos. Se espera gran aceptación del mercado contribuyendo a la prevención de enfermedades coronarias, y tumores con la alimentación saludable, de este mismo modo apoyar a las empresas agropecuarias que utilizan el medio de la agricultura orgánica.

Palabras Claves: Helados Veganos, Cultivos Orgánicos Alimentos orgánicos.

ABSTRACT

This project aims to enter the market an innovative product such as vegan ice cream made from vegetable , natural and organic ingredients. Complementing the portfolio are fruit salads and juices . It aims to market those who abstain from consuming dairy or people who consume organic foods. Tumors with healthy eating tremendous market contributing to the prevention of coronary heart disease is expected , and in this same way to support agricultural enterprises that use the medium of organic agriculture .

Keywords: Vegan Ice Cream, Organic Farming Organic Food.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación aborda varios frentes como el origen de las materias primas empleadas para su elaboración (frutas orgánicas), que son cultivadas en diferentes territorios a nivel nacional. La utilización de leches vegetales tales como almendra, coco, soya entre otras que están teniendo gran aceptación de la población que cada día cuida más su salud. La implementación en el desarrollo de aderezos como las mieles a base de plantas como el agave y la stevia, constituyen el avance de productos denominados orgánicos que son 100% naturales, de origen vegetal y por consiguiente saludable, logrando beneficios múltiples a nivel social, económico, científico y medio ambiental.

Por ser un producto innovador, versátil y con un alto grado de confianza tendrá una excelente participación y aceptación en el mercado, con miras a expandirse y generar oportunidades de empleo.

El estudio que se realiza a continuación tiene como finalidad establecer la importancia de incrementar la utilización de las frutas orgánicas y leches vegetales en procesos productivos, razón por la cual se desarrolla un proyecto basado en la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas de frutas orgánicas, con el cual se pretende innovar e incursionar en el mercado local y del mismo modo apoyar la agricultura ecológica de la región.

La descripción de cada producto resalta los componentes básicos como su envase que es 80% biodegradable contribuyendo a la preservación del medio ambiente, la calidad en los procesos de manufactura, la presentación del producto y el sabor y composición de ingredientes 100% orgánicos que lo caracteriza, posicionándolo en el mercado como un producto competidor.

En el mercado estos productos pueden llegar a ser muy competitivos, el vegetarianismo, el veganismo son aquellas tendencias de alimentación que están creciendo en la medida que la investigación científica da a conocer día a día las

bondades de los alimentos orgánicos con sus beneficios y bondades saludables. En el artículo **El Mito Vegetariano** donde él ingeniero Omar Fernando Ibarra, dueño del restaurante vegetariano Naturalmente expresa “Es difícil saber la cifra exacta de vegetarianos que hay en el país o calcular una aproximación, debido a que no todos los vegetarianos están vinculados aún a la sociedad. Lo que sí le puedo decir es que el aumento de esta tendencia gastronómica ha sido enorme, pues todo restaurante que se respete tiene una opción para vegetarianos” (Revista la Barra, 2008)

Aunque la sociedad de consumo masivo predomina en estratos socioeconómicos medios altos con publicidad que se enfoque en buenos hábitos alimenticios y de las bondades de la alimentación vegetariana podrá llegar a la población en general.

El enfoque organizacional permite definir la misión y visión de la empresa al igual que su estructura jerárquica.

El estudio financiero permite medir la viabilidad del negocio y determinar si este es rentable o no.

En el marco de este estudio se incluyen los aspectos legales que permiten el correcto funcionamiento y puesta en marcha de la empresa.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 TITULO DEL PROYECTO

Viabilidad en la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas en la comuna 17 de la ciudad de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Con este proyecto de emprendimiento se pretende crear una empresa que ofrece productos saludables a un grupo selecto de consumidores veganos,, que son aquellas personas que no consumen alimentos con composiciones animales y vegetarianas. Para si Incrementar la oferta de productos naturales y dar una oportunidad de incluir en su alimentación productos que dejaron de consumir por su cambio en el esquema de nutrición.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Valle del Cauca existe un aumento lento pero progresivo en cuanto al consumo de alimentos vegetarianos y orgánicos lo que permite determinar que el estilo de vida y las tendencias alimentarias se está modificando positivamente pese al poco tiempo para preparar y consumir alimentos frescos, la población Vallecaucana está identificando cuáles son los tipos de productos que ponen en riesgo la salud.

Según el Instituto Nacional del Cáncer El 35% de los tumores tienen su origen en factores relacionados con la alimentación. Aunque los estudios de los efectos de los aditivos en humanos son confusos y en otros casos conflictivos el Instituto Nacional del Cáncer enfatiza en la alimentación y por ello da pautas de nutrición

que ayudan a prevenir el cáncer entre ellas consumir abundante frutas y vegetales, alimentos de poca grasa y el preparar y almacenar los alimentos de forma apropiada.

Genéticos que pueden aumentar más el riesgo. Los investigadores estudiaron a 9.287 individuos que desarrollaron cáncer colorectal y 9.120 individuos que no lo desarrollaron, a partir de 10 estudios que formaban parte del Genetics and Epidemiology of Colorectal Cancer Consortium (GECCO). El riesgo de cáncer colorectal aumentaba en un 15 por ciento con el consumo de carne roja y en un 11 por ciento con el consumo de fiambres (embutidos). El riesgo asociado al consumo de fiambres se incrementaba hasta un 20 y un 39 por ciento para los participantes que presentaban dos variantes genéticas distintas.

En contraste, el consumo de frutas, verduras y fibra estaba asociado con un riesgo menor de cáncer colorectal."

La perspectiva a futuro de esta evaluación, es lograr establecer una empresa organizada dentro del sector manufacturero de la comuna 17 que permitan generar nuevas ideas de productos con valor agregado brindando el beneficio a los consumidores y a su vez contribuir directamente con responsabilidad social empresarial.

1.3.1 Formulación del problema.

¿Cuál es la viabilidad de la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.2 Sistematización del problema.

- ¿Justificar la creación de una empresa para la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas?

- ¿Cómo elaborar un plan de mercadeo para determinar la demanda potencial del producto y servicio a ofrecer?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos maquinaria, infraestructura en los procesos productivos de una empresa de producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas?
- ¿Cómo establecer los procesos organizacionales y de comercialización requeridos para el funcionamiento de una empresa de producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas?
- ¿Cómo realizar un estudio de costos y gastos para establecer la viabilidad financiera de la empresa?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General:

Desarrollar una evaluación de la viabilidad en la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Investigar y argumentar la viabilidad para la creación de una empresa en la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas.
- Elaborar un plan de mercadeo para determinar la demanda potencial del producto y servicio a ofrecer.
- Establecer los procesos productivos y determinar los requerimientos técnicos requeridos para el funcionamiento de una empresa de producción de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas.

- Determinar el proceso organizacional y los requisitos legales de una empresa de producción y de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas.
- Realizar un estudio de costos y gastos para establecer la viabilidad financiera de la empresa.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 Teórica

Las frutas orgánicas (Ecológicas), son aquellas que han sido obtenidas mediante la agricultura ecológica para la FEDERACION DE ALIMENTOS ORGANICOS (FAO) este tipo de agricultura "es un tipo de agricultura que utiliza métodos que respetan al medio ambiente desde las etapas de producción, manipulación y procesamiento. Es un sistema de provisión de alimentos ambiental y socialmente sensible, es decir promueve y mejora la salud del ecosistema, incluyendo los ciclos y la actividad biológica del suelo. La agricultura orgánica se basa en el uso mínimo de insumos externos y evita fertilizantes y plaguicidas sintéticos. Reduce al mínimo la contaminación del aire, suelo y agua." (Food and Agriculture Organization of the United Nations, Scialabba, & Hattam, 2003, p. 3)

Este tipo de agricultura al ser menos intensiva que la agricultura convencional brinda muchos beneficios ambientales, económicos y sociales, además, es un recurso abundante frente a otras explotaciones agrícolas del país.

Se puede evidenciar en el caso específico de las leches vegetales, para mayor explicación se procede a identificar las más comunes de su género:

Leche de Soya: La soya es una leguminosa de origen asiático que tiene muchos beneficios para la salud, entre los cuales están: reducir el colesterol, diabetes, la osteoporosis y muchas más. [1]

Leche de almendras: es totalmente vegetal, natural y equilibrada. No contiene aditivos ni conservantes. Se utiliza como sustituto de la leche de vaca y tiene propiedades afines e incluso superiores a la leche de Soja**.** No contiene colesterol, lactosa, ni gluten. (biomanantial, 2014)

Este tipo de agricultura se proyecta como una buena opción ya que sus beneficios se hacen evidentes en los campos de la ecología, economía, artesanal entre otros que a continuación se justifican.

Ecológica: Las frutas y los granos orgánicos proceden de la agricultura ecológica, también conocida como agricultura biológica u orgánica la cual es justificada por la FAO en sus artículos del 2003

Económica: Al tratarse de un producto orgánico estos ofrecen altos rendimientos por hectárea, crecimiento rápido, tiempos cortos de aprovechamiento y usos diversos, ofrece mucho potencial económico para diferentes tipos de productos alimenticios orientado a diferentes industrias dedicadas a la fabricación de frutas en conserva (mermeladas, frutas azucaradas, esencias a base fruta, entre otros), y para la preparación de granizados, ensaladas y bebidas heladas.

“Tenemos márgenes brutos excelentes” explicó el Ing. Agr. Eduardo Tilatti tras una reunión en el INTA Pergamino” Se puede indicar que la producción orgánica es rentable, tenemos márgenes brutos excelentes, quizás la producción orgánica es menos estable año tras año en la obtención de resultados productivos en kilos por hectárea, siempre tenemos dificultades en términos climáticos, eso hace que el

[1] Para más información se sugiere la lectura (La prensa Gráfica, 2014) en su artículo Los beneficios de la soya para la salud

manejo orgánico versus una siembra directa convencional con uso de glifosato, tiene sus complejidades, pero tenemos excelentes resultados a largo plazo. Después de trabajar 10 años la agricultura orgánica en parte del campo, los márgenes brutos son similares a los que da un convencional en ese largo plazo.

Además el especialista comentó que la producción orgánica ha logrado márgenes brutos muy superiores a lo convencional y otros años lo contrario. Según los miembros del grupo, esa inestabilidad de las producciones es un punto a seguir estudiando. Estos márgenes brutos son ayudados por los sobreprecios que pagan los consumidores de orgánico, y ese sobreprecio es acompañado por un diferencia de retenciones, por ejemplo de soja y derivados tenemos un 9% de retenciones contra el más del 30% que se maneja normalmente para las producciones convencionales. En otros productos tenemos un 5% de retenciones, contra más del 20% que se maneja en los otros tipos de productos, esto también ayuda al sobreprecio y logramos exportaciones" aclaró Tilatti." (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria & Diego, 2013)

Artesanal. Por su composición y flexibilidad productos orgánicos se han convertido en materia prima para muchos objetos artesanales, entre los que se destacan los Vinos, mermeladas, jarabes, mieles, cholados, granizados, ensaladas, jugos y arreglos florales con frutas típicas del sector Valle Caucano. Igualmente las leches vegetales están siendo comercializadas por pequeños restaurantes vegetarianos de la ciudad con una demanda aceptable.

Agroindustrial. Con estos productos se están generando nuevas industrias como alimentos en conserva, producción de bebidas alcohólicas, fabricación de papel, recetas gourmet, entre otras. Las leches vegetales tienen gran proyección en cuánto a su industrialización conforme a la publicidad que se le haga al consumidor de los beneficios nutritivos que se reflejan en la salud. Por las bondades anteriormente mencionadas se escogieron las frutas orgánicas y las leches vegetales como materia prima para la fabricación de helados veganos,

ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas, ya que estos productos pueden ser consumidos por personas de todas las edades, sexo, raza, cultura y posiciones socioeconómicas a nivel municipal, departamental y nacional.

Política. Por ser un proyecto ecológico apoyamos directamente la labor que adelanta el Ministerio de Agricultura. Según El País artículo El Valle Despensa de Orgánicos (2009) "Según el Ministerio de Agricultura, en los últimos años se han sembrado unas 26.000 hectáreas de tierra de manera orgánica en el país. Y se calcula que en todo el territorio nacional existen en promedio de 45.000 hectáreas de tierra cultivadas de manera limpia o ecológica. 3.616 de esas hectáreas están sembradas en el Valle del Cauca.

En el departamento la puesta en marcha de estas prácticas agrícolas se han venido incrementando gracias a propuestas como Mercados Verdes, promovido por la CVC; o los programas para familias campesinas víctimas del conflicto de la Corporación VallenPaz, y también con los diferentes proyectos que adelanta la Asociación de Productores Orgánicos del Valle y Cauca, Asoproorgánicos, que cuenta con el respaldo de la Fundación Epsa y la CVC.

El programa Mercados Verdes, por ejemplo, nació en el 2001. Es toda una propuesta para el campo enfocada en diversos asuntos: producción agroecológica, biocomercio, ecoturismo sostenible. Estos mercados están ubicados en Cartago, Sevilla, Tuluá, Roldanillo, Buga, Palmira y Cali", explicó Teresita Cárdenas"

El proyecto apoya y contribuye a la fabricación de productos ecológicos utilizando sus productos como materias primas para la producción de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas.

1.5.2 Metodológica

Para lograr los objetivos de estudio se hace necesario aplicar algunas técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta.

Por medio de las entrevistas realizadas a personas especializadas en la producción y comercialización de helados y productos congelados se busca obtener información sobre los productos que actualmente existen en el mercado, las tendencias del momento y las formas de elaboración de bebidas, postres y helados a base de frutas más utilizadas.

Con la encuesta se pretende identificar la demanda existente en el mercado de helados veganos, jugos y ensaladas de frutas dentro de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, los gustos de las personas, la frecuencia de compra, el precio, entre otros. Así los resultados de la investigación se apoyan en técnicas de investigación validas en el medio.

1.5.3 Práctica

El creciente deterioro del medio ambiente, la problemática en la salud de las personas y la existencia de pocas fuentes de empleo hacen que los empresarios de hoy deban buscar nuevas alternativas de negocios los cuales generen una disminución de los impactos negativos sobre el medio ambiente y contribuyan con la generación de fuentes de empleo.

Considerando entonces esta situación será propicio generar propuestas de negocio y creación de empresa a partir de esta necesidad más cuando la economía nacional lo reclama por los altos índices de pobreza y desempleo.

En este orden de ideas el presente proyecto encuentra en la utilización de productos orgánicos (Ecológicas) y las leches vegetales, oportunidad para producir y comercializar alimentos y bebidas heladas que deben ser analizadas y de ser viable explotadas. Por esta razón se presenta un proyecto de grado basado en la utilización de productos orgánicos (Ecológicas) y las leches vegetales como materia prima en productos como helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas, mediante el cual se pretende brindar valor agregado e innovación a los

productos congelados proyectando un futuro reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

1.5.4 Referente conceptual

Empresa. La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

El concepto económico, es prioritario y la determina como una unidad de producción de bienes y servicios para satisfacer un mercado, este factor define el fin común de las máquinas y equipos, de las personas y los sistemas que constituyen la empresa. El factor jurídico por su parte protege la empresa, dándole su identidad y naturaleza. El aspecto sociológico, ampara todo lo que tiene con el funcionamiento de la empresa, bajo la consideración de que ante todo está constituida por personas que tienen necesidad de actuar en convivencia y por consiguiente comunicarse en pos de unos intereses comunes.

Empresario. Persona con determinadas habilidades que le permiten desarrollar una actividad comercial motivada por hacer las cosas por sí mismo hasta alcanzar cierto tipo distinción social quien por su visión y liderazgo asume riesgos y aspira tener éxito.

Según Jean-Baptiste Say (1767-1832) “El empresario es aquella persona que combina los factores de producción y cumple así una función específica en la economía. El empresario es quién configura la empresa.”

Emprendimiento. Son aquellas actitudes y aptitudes de una persona que le permite ejecutar nuevos retos y proyectos, permitiendo ir más allá de donde ha llegado con el ánimo de satisfacer desafíos y necesidades personales y sociales.

Para (Pulido & Garrido, 2011) El emprendimiento es la capacidad de concebir y hacer realidad una oportunidad de negocio. Es importante que esa oportunidad de negocio logre su estabilidad a través del tiempo contribuyendo a la economía y la sociedad.

Producción: “Es la etapa en la cual la materia prima sufre un proceso de transformación para convertirse en un producto terminado útil para el consumo o para iniciar otro producto. Esta actividad se realiza por actividad humana de trabajo y con ayuda de determinados instrumentos técnicos”. (Render, 2004)

Comercialización de productos agricolas. “Es una serie de actividades de manipulación y transferencia de productos, a su vez de preparación para el consumo” (Matamoros & Flores, 1985)

Vegetariano. Según la Organización Unión Vegetariana “Es el término que engloba a todas las personas que en sus dietas no incluyen carnes de ningún tipo. Es interesante conocer las diferentes variantes que está palabra contiene y que podríamos clasificar del siguiente modo:

OVO-LACTO-VEGETARIANO: además de alimentos de origen vegetal también incluye en su dieta, derivados de animal, como huevos y lácteos.

-OVO-VEGETARIANO: incluye huevos.

-LACTO-VEGETARIANO: incluye lácteos de origen animal y sus derivados.

-API: es el prefijo con que se designa a quien consume miel, y generalmente y se puede referir indistintamente a cualquiera de los grados ya descriptos más arriba, o sea que, podría ser -api-ovo-lacto-vegetariano- o api-ovo-vegetariano o -api-lacto-vegetariano o simplemente -api-vegetariano-.

Vegetariano vegano. Es la tendencia a abstenerse por motivo propio de la utilización y consumo de alimentos o productos de origen animal, particularmente

en su dieta. Esta tendencia sigue la filosofía de rechazo de los animales como mercancía y son sensibles a la condición de vida de los animales .Es quien sigue una dieta exclusivamente basada en alimentos de origen vegetal, sin excepciones de ningún tipo, excluyendo también en todo el ámbito de su vida el uso de derivados de animales o de productos que hayan implicado para su fabricación o producción la explotación y/o el sufrimiento de algún animal. No utiliza en su vida, los derivados de la matanza y/o explotación de animales, como cuero, lana, seda, cosméticos, etc., oponiéndose también a todo experimento y testeo sobre animales, rechazando además la utilización de animales para entretenimiento (zoológicos, circos, acuarios, rodeos, carreras, corridas de toros, etc.), dándole de este modo una especial importancia a su ética.

Crudívoro vegetariano. Es aquel que come todo crudo, frutas, verduras, nueces, semillas, legumbres, cereales, brotes, etc. El crudívoro no cocina o calienta las comidas, prefiere ingerir todo en su estado natural crudo, no las cocina, conservando de este modo los más valiosos atributos que poseen, cualquiera de las modalidades vegetarianas puede ser crudívora.

Frugívoro o Frutariano. Se alimenta exclusivamente de frutos, generalmente crudos y de época. Esta es la forma de alimentación que más se acerca a la perfección alimenticia del ser humano, tanto por su calidad energética como por la no obstaculización de la ley de evolución."

Innovación. Tener capacidad de crear cosas nuevas, generar ideas de negocios que satisfagan o den respuesta a una necesidad puntual. También se puede decir que es la toma de un producto o servicio ya existente para transformarlo en algo atractivo para el consumidor.

Valor agregado: Es el aumento o incremento de servicios y características del producto, con el fin de darle un mayor valor comercial; generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores, y que le dá al negocio o empresa cierta diferenciación.

Colorantes naturales. Son aquellos que se extraen de material vegetal o mineral. Los grandes grupos de estos colorantes son: Anticianos, betalainas, caramelo, caroteinoides, clorofilas, riboflaxina, curcumina, entre otros. La capacidad de tinción de los colorantes naturales es, en general, menor que la de los artificiales (Llerena, 1995)

Conservantes naturales: se entiende por cualquier sustancia añadida a un alimento con el fin de retardar o impedir la alteración del mismo por el tiempo, manteniendo los elementos nutritivos y asegurando su estabilidad. En este sentido el alcohol, la sal, el azúcar, la miel, el vinagre, el zumo de limón, el calor, el frío, el humo, los antioxidantes son reconocidos como conservantes naturales". (Juan, 2011)

Fruta orgánica. Fruta 100% natural que desde su cultivo no se empleó ningún agente químico de crecimiento ni insecticida sintético.

Saborizantes naturales: se define como una preparación concentrada, con o sin coadyuvantes, usada para impartir un determinado olor y sabor. Los saborizantes naturales pueden asilarse de las frutas o plantas mediante procesos de destilación, maceración. (Pino, 2014)

Sirope de agave. , Es también conocido como miel de agave o néctar de agave, es un jugo vegetal dulce que se extrae del agave, una especie de cactus o planta del desierto, originaria de América tropical y subtropical y el Caribe. Se vende en tiendas de herbodietética y de dietética natural como endulzante, y la industria alimentaria lo ha comenzado a usar como sustituto del azúcar refinado en distintos productos, como algunos tipos de leche de soja, muffins artesanales y chucherías tipo piruletas elaboradas con ingredientes ecológicos. (Zudaire, 2009)

1.5.5 Referente legal

- Ley de emprendimiento 1014 de enero 26 de 2006. Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad,

autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente; fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social; reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad; apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional. www.secretariasenado.gov.co

- Pago de derechos de autor SAYCO Y ACINPRO. Cuando el establecimiento ejecuta públicamente obras musicales causantes del pago por derechos de autor (Ley 232 de 1995, Artículo 2º. Literal c) Av. 5 Norte No. 19 – 04 Of.301. Teléfono: 667444 Cali. www.sayco.org/sayco.htm
- Registro ante el INVIMA. Si la empresa va a fabricar o comercializar alimentos se deben seguir los parámetros de salubridad y la gestión del riesgo, asociado al consumo y uso de alimentos establecido en la Ley 399 de 1997. Mayor información www.invima.gov.co
- Permisos para la utilización del suelo lo cual permite garantizar que la utilización del suelo por parte de los propietarios se ajuste a la función social de la propiedad y permita hacer efectivos los derechos constitucionales a la vivienda y a los servicios públicos domiciliarios, y velar por la creación y la defensa del espacio público, así como por la protección del medio ambiente y la prevención de desastres.
- Resolución 2674 de 2012 ofrece una guía sobre la producción de alimentos como debe ser las instalaciones, equipos, requisitos del personal manipulador de alimentos, requisitos higiénicos de fabricación, aseguramiento y control de la calidad e inocuidad, saneamiento, Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos y materias primas para alimentos

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.6.1 Tipo de Estudio

Estudio descriptivo Una de las metodologías que se va a utilizar dentro del proyecto es el diseño de investigación descriptiva, debido a que esta investigación se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables del mercado. Este tipo de estudio ayuda a determinar las preguntas básicas para cada variable, contestando Quién, Cómo, Qué y Cuándo, puede describir cosas como, las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias.

Estudio Analítico Otra metodología que se va a utilizar dentro del proyecto es el diseño analítico, debido a la realización y análisis de las encuestas, al estudio de los procesos de mercadeo, comercialización, financieros y legales. Este tipo de estudio permite determinar cuáles son las estrategias de mercadeo, establecer procesos de comercialización, analizar los estados financieros y los requerimientos económicos de una empresa de producción y comercialización.

1.6.2 Método de investigación.

En la elaboración de este proyecto de investigación se trabajará con dos métodos: método de la observación y el método de encuesta, dentro de los cuales se encontrara:

1. La descripción de los procesos de producción y comercialización

2. Elaboración del plan de mercadeo

3. Los procesos productivos, organizacionales y de la comercialización.

4. El estudio financiero

5. Los requisitos legales.

Método de observación. Según los autores Gorman y Clayton, que definen la observación como “aquellos estudios que envuelven la grabación sistemática de fenómenos o comportamientos observables en su ambiente natural". La observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado de conocimiento.

Según Mario Bunge reconoce en el proceso de observación cinco elementos:

- El objeto de la observación: producción y comercialización de helados veganos, ensaladas, jugos y granizados a base de frutas y leches vegetales
- El sujeto u observador: Comunidad
- Las circunstancias o el ambiente que rodean la observación: Cultura de consumo de alimentos (helados, ensaladas, jugos y granizados), frecuencia en el consumo de alimentos orgánicos, formas y estilos de mercado más comunes.
- Los medios de observación: Físicos, Informes, estudios.

Método de Encuesta. Dentro del proyecto la encuesta será uno de los métodos de investigación utilizados debido a que es una herramienta que permite recopilar datos primarios. Además es compatible con el empleo de varias técnicas de recolección de datos como son: la entrevista y la observación. En la cual se puede obtener información sistemática de los encuestados a través de preguntas ya sea personales, telefónicas o por correo. Por lo anterior la encuesta puede entregar descripciones del objeto estudio.

1.6.3 Método de Recolección de Información.

Fuentes primarias. Consiste en la información recopilada directamente por el investigador a partir de la observación, relatos, o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento.

Para tal efecto se recorrió la comuna 17 especialmente el centro comercial Unicentro Cali, para obtener información sobre el proyecto, lo cual es necesario para el desarrollo en el tema de la producción y comercialización de este tipo de productos y se dio aplicación a una encuesta estructurada para saber el grado de aceptación de las personas sobre el proyecto.

Fuentes Secundarias. Si se toma como punto de partida la información teórica sobre la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas. cabe anotar que el documento base serían las revistas "Asopro-organicos" y "Asohofrucol" publicada por la CVC en la cual se especifican todas y cada una de las bondades de las frutas orgánicas, los manejos básicos y sus productores aplicada en diversos sectores. Además de la fuente ya descrita se contará con la información de las distintas páginas web que abarca a cabalidad el tema relacionado con la forma en cómo se cultivan esta clase de frutas y el modo de preparación de las mieles y/o mermeladas aplicada en el sector de la producción y comercialización de este tipo de productos ecológicos entre las cuales se destacan:

- .Asohofrucol.
- FAO
- www.agrocadenas.gov.co
- DIAN
- Cámara de comercio
- DANE

1.6.4 Tratamiento de la información.

Técnicas estadísticas. Se realizara a través de la fórmula para cálculo de muestra:

$$n = \frac{z^2 p\ q\ N}{NE^2 + z^2 pq}$$

Dónde:

- **n** Es el tamaño de la muestra; n= ?
- **Z** Es el nivel de confianza; Z= 90% (1,645)
- **p** Es la variabilidad positiva; **p**= 0,50
- **q** Es la variabilidad negativa; **q**= 0,50
- N Es el tamaño de la población; **N**= 149.740
- **E** Es la precisión o el error. **E**= 5% (0,05)

N = 270

270 es el número de encuestas para realizar según la fórmula estadística, sin embargo por ser una investigación académica se realizaron 200 encuestas.

Tabla 1 Ficha técnica encuesta

FICHA TECNICA ENCUESTA	
REALIZADA POR:	Miembros del equipo de trabajo del proyecto.
POBLACIÓN A LA QUE VA DIRIGIDA:	Hombres y mujeres de la comunas 2, 8, 9, 17 y 19 de la ciudad de Santiago de Cali.
MARCO MUESTRAL:	Hombres y mujeres de 15 a 70 años de edad.
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	200 Encuestas.
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:	No probabilístico u opinático. Muestreo de conveniencia.
TECNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Encuesta estructurada.
MARGENES DE ERROR:	Dentro de un limite de 90 % de confianza y un 5 % de error.
FECHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Del 01 al 28 de Febrero del año en curso.
ENTREVISTADORES:	Miembros del equipo de trabajo del proyecto.
FUENTE DE FINANCIACIÓN:	Recursos Propios.
NÚMERO DE PREGUNTAS FORMULADAS:	14 preguntas de selección única múltiple respuesta.
TEMAS A LOS QUE SE REFIERE:	Información basica, gustos y preferencias de consumo de postres de frutas variadas simples y especializadas.

Fuente: Los Autores

1.6.5 Presentación Información.

La información se presentará de forma gráfica para facilitar socialización e ilustrar de manera didáctica los resultados obtenidos de la encuesta. De este modo se podrá visualizar los datos estadísticos para extraer la información pertinente.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Según la revista Dinero en su artículo Helado Mercado que se Calienta (2006) afirma que “El sector de los helados se está dinamizando y los inversionistas ven buenas oportunidades para crecer. El mercado ha venido evolucionando, pues el consumo per cápita de helados pasó de un kilo a 1,8 kilos en los últimos cinco años. No obstante, el índice colombiano es mucho menor al que registran otros países de la región, incluidos vecinos como Venezuela y Ecuador. En Chile, por ejemplo, el consumo es de 9 kilos por persona”

(G., 2013) en el artículo guerra fría “Según estudio de la firma Euromonitor En Colombia el líder del mercado de helados es Crem Helado, la marca de Meals de Colombia del Grupo Nutresa con una participación en el mercado del 41.7 por ciento, el segundo es Colombina con su marca Robin Hood, tiene el 8.3 por ciento, el porcentaje restante lo comparten el Grupo Éxito con su marca propia, Mimo’s, helados Popsy, Rico Helado entre otros.

Los jugos y helados son un tipo de productos que pueden encasillarse dentro del sector de las bebidas no alcohólicas. Sin embargo, este sector abarca muchos productos, como gaseosas, refrescos y jugos artificiales, los cuales no representan competencia para los helados veganos, ensaladas y jugos naturales a base de frutas orgánicas.

Por esta razón, el sector puede definirse como aquel en el cual se incluyen bebidas no alcohólicas naturales en Cali en los principales centros comerciales, como Chipichape, Unicentro, Cosmocentro y Jardín Plaza. No ofrecen a sus visitantes la posibilidad de comprar helados con ingredientes no lácteos, lo cual hace posible la ampliación del mercado del producto en dichos centros.

(Portafolio, 2013) “La tendencia saludable no es ajena a los helados. Aunque el mercado de productos fabricados a base de yogurt sigue siendo pequeño (con ventas de 400.000 dólares en el 2012), tiene interesantes perspectivas de crecimiento para los próximos años, ya que empresas como Woody’s, Snog y Yogen Früz están haciendo una agresiva apuesta para ganar su propio espacio.

Adicionalmente, innovaciones como el helado de soya y un producto con probióticos, artículo de PCA Productora y Comercializadora de Alimentos, también han sido bien recibidos, particularmente en los estratos altos.

Entre las innovaciones que Euromonitor prevé tendrán mucha fuerza, están las golosinas deslactosadas, bajas en grasa y azúcar.”

Dentro del sector al cual pertenecen los helados se encuentran diversos productos. Por una parte, dentro del sector de los conos representan el mercado con mayores perspectivas de crecimiento. Actualmente, la mayoría de restaurantes de comida rápida, como El Corral, Presto y Mc Donald’s, ofrecen a sus clientes productos de heladería, como sundaes y conos.

Además la revista (Portafolio, 2013) “Los restaurantes también se han interesado en la categoría como una forma de diversificar su oferta a los consumidores. Es el caso de las cadenas Crepes & Waffles y McDonald’s, que ofrecen una oferta variada para todas las edades. “Este negocio es muy importante para nosotros. De hecho, no solo los vendemos en nuestros restaurantes, sino que hemos creado Centros de Postres para que los consumidores pueden acceder a ellos en centros comerciales y diferentes momentos de consumo”, dijeron representantes de McDonald’s Colombia.

Respecto a las perspectivas para este año, se prevé un crecimiento del 10 por ciento en ventas frente al 2012.”

Los productos saludables en este caso helados con leches vegetales como almendra, soya y demás tienen grandes perspectivas de crecimiento el sector de las bebidas no alcohólicas naturales tal como lo respalda los estudios del comportamiento del mercado en Colombia.

El producto requiere trabajo manual debido a que la tecnología empleada en la producción de todos los es mínima y se reduce a pequeñas máquinas, eléctricas y mecánicas; esto hace que la inversión requerida en maquinaria no sea altamente costosa.

Al observar que gran parte de la población caleña que anteriormente salía de la ciudad durante los fines de semana actualmente opta por visitar los centros comerciales, es destacable el gran potencial de crecimiento que tendría la venta de helados veganos, jugos y ensaladas a base de frutas orgánicas en uno de estos centros.

Adicionalmente, el clima característico de Santiago de Cali facilita la venta de estos productos. Sin embargo, existen fuertes competidores en el Centro Comercial Jardín Plaza, que es el sitio donde estaría localizado “Vegan Ice Cream”, los cuales ofrecen productos similares que pueden considerarse sustitutos, así: Dancali, que vende conos y sundaes, Juan Valdez, que vende granizado de café 100% orgánico, Anttonina’s, que vende helados artesanales, Crepes & Waffles que ofrece helados donde el plus es la presentación.

Entre otros oferentes que venden helados de todo tipo los cuales constituirían una gran competencia para “Vegan Ice Cream”. Al analizar la posibilidad de nuevas amenazas, podemos concluir que aunque todos los posibles competidores ya se encuentran establecidos en el Centro Comercial Jardín Plaza, sabemos que los estudios de mercado el sector muestran que este mercado está en constante innovación presentando un crecimiento de un 10% anual, y es factible que otro oferente quiera incursionar en el centro comercial.

Según la revista Dinero en el artículo Dulce Negocio (2014) afirma “La temporada lluviosa que vivió el país en 2013 no fue obstáculo para que el mercado de helados registrara cifras al alza. Según Euromonitor, el año pasado el negocio de helados empacados vendió en Colombia US$600 millones. Y todo indica que este año las cifras continuarán en ascenso.

Estos buenos resultados tienen a las empresas del sector en pleno movimiento. Para acceder a una mayor porción de este dulce mercado, los movimientos de las grandes compañías no se han hecho esperar. Hoy, conglomerados como Nutresa y Colombina se disputan buena parte del pastel con sus marcas Crem Helado y Robin Hood, respectivamente, pero no son los únicos que están activos.

Mimo’s, Popsy, Yogen Früz, San Jerónimo, Mc Donald’s, Crepes & Waffles, cuya estrategia son los puntos de venta especializados, han ganado espacio y en 2012 vendieron US$182 millones.

El buen momento de este negocio que registra crecimientos anuales de 10% en promedio, ha llevado a que nuevas empresas ingresen al mercado. El año pasado lo hizo Rico Helado, firma que proyecta abrir 100 heladerías antes de terminar 2014, y recientemente se anunció el regreso al país después de cinco años de ausencia de Häagen-Dazs, luego de establecer una alianza estratégica con el Grupo Éxito.”

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de la demanda

A continuación se detalla la encuesta que se diseñó para el levantamiento de los datos que luego de ser procesados y analizados arrojó un diagnóstico el cual se detalla gráficamente

MODELO DE ENCUESTA

ESTUDIO DE VIABILIDAD Y ACEPTACIÓN EN EL MERCADO

Género femenino ☐ Género masculino ☐ Edad ☐ Comuna ☐

A las siguientes preguntas escoja solo una respuesta y márquela con una (X)

1. ¿Tiene conocimiento de la nueva tendencia de alimentos orgánicos y vegetarianos?

A ☐ SI

B ☐ NO

2. ¿Dónde le gustaría encontrar esta clase de productos?

A ☐ CICLOVIA

B ☐ CENTROS COMERCIALES

C ☐ SUPERMERCADOS

D ☐ PARQUES RECREATIVOS

3. Al momento de salir a pasear a un centro comercial con su familia, amigos y/o conocidos ¿Cuál es el de su preferencia?

A ☐ COSMOCENTRO C ☐ UNICENTRO

B ☐ CHIPICHAPE D ☐ JARDIN PLAZA

4. De las delicias refrescantes más conocidas ¿Cuál consideras que sería la más apetecida?

A ☐ GRANIZADO C ☐ JUGO A BASE DE FRUTAS

B ☐ HELADO D ☐ ENSALADA DE FRUTAS

5. Teniendo en cuenta la variedad en sabor que ofrece los helados, ¿Qué sabor sería el de su preferencia, califique de 1 a 10 de mayor a menor indicando su preferencia?

A ☐ BANANO C ☐ GUANABANA

B ☐ FRESA D ☐ CHOCOLATE

E ☐ FRUTOS SECOS F ☐ UVA IMPORTADA

G ☐ COCO H ☐ MANGO TOMMY

6. ¿Con qué frecuencia mensual consume esta clase de productos?

7. ¿Cuál sería la presentación más pequeña que desearía encontrar en la unidad de medida respecto al contenido de los productos?

A ☐ VASO DE 10 ONZ C ☐ VASO DE 14 ONZ

B ☐ VASO DE 12 ONZ D ☐ VASO DE 16 ONZ

8. ¿Cuál sería la presentación más grande que le gustaría encontrar en la unidad de medida respecto al contenido de los productos?

A ☐ VASO DE 16 ONZ C ☐ VASO DE 22 ONZ

B ☐ VASO DE 18 ONZ D ☐ VASO DE 24 ONZ

9. Al momento de solicitar el producto. ¿Cómo le gustaría la atención?

A ☐ AUTO SERVICIO

B ☐ CON SERVICIO DE MESA

10. El precio aproximado de un helado oscila entre $5.000 y $8.000, ¿Cuál sería el precio que estaría de acuerdo a pagar por un helado vegano y orgánico?

A ☐ $5.000 C ☐ $6.000

B ☐ $7.000 D ☐ $8.000

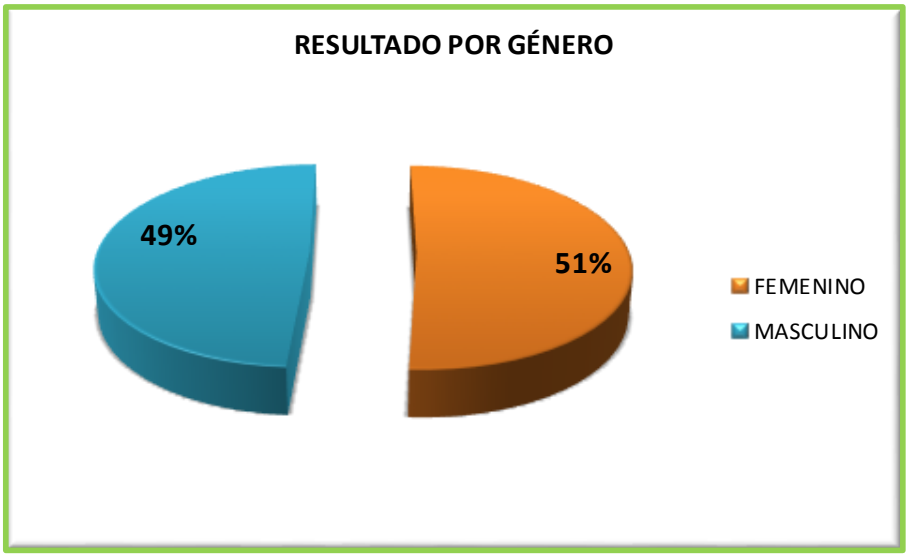
11. Si le ofrecieran una línea de postres helados a base de leches vegetales y frutas variadas orgánicas y su precio de venta es un poco más elevado a comparación de otros productos similares ¿usted lo compraría?

A ☐ SI
B ☐ NO

Gracias por aportar al desarrollo de proyectos académicos

RESULTADO DE LA ENCUESTA

Gráfico 1 Participación por género de los encuestados



Fuente: Los Autores

Encontramos que las mujeres tienen una tendencia al vegetarianismo mas alta que los hombres por su consumo en la realización de dietas y cuidados personales de su cuerpo y el de su familia.

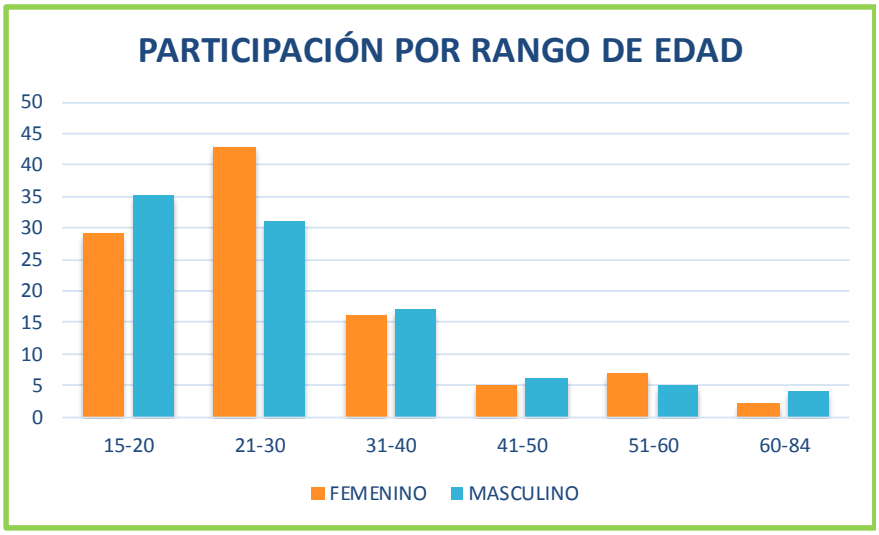
Tabla 2 Participación por género y rango de edad

RANGO EDAD	FEMENINO	MASCULINO
15-20	29	35
21-30	43	31
31-40	16	17
41-50	5	6
51-60	7	5
60-84	2	4

Fuente: Los Autores

En rango de edades de la comuna 17 encuestada.

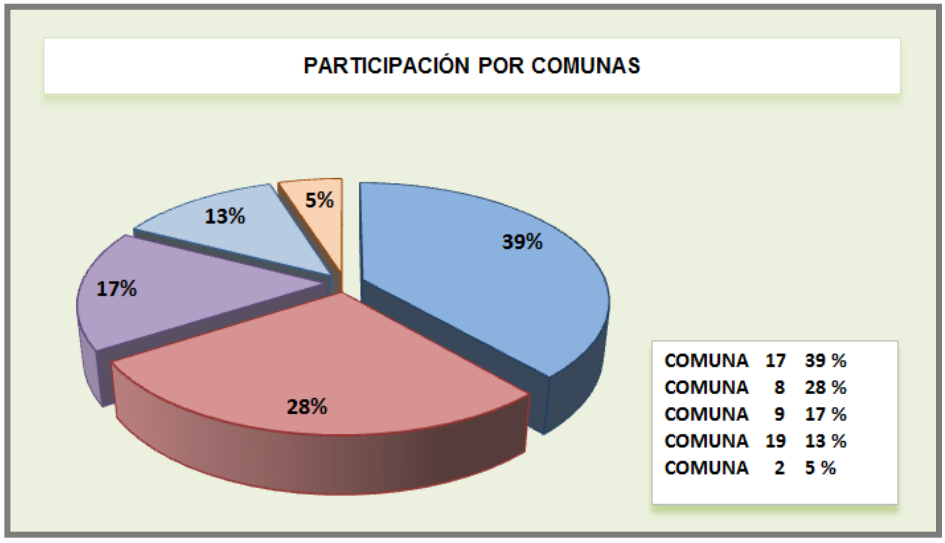
Gráfico 2 Participación por género y rango de edad



Fuente: Los Autores

La participación del rango de edades en el consumo de vegetarianos hombres vs mujeres, por sus cuidados y respectivas dietas personales.

Gráfico 3 Participación por comunas

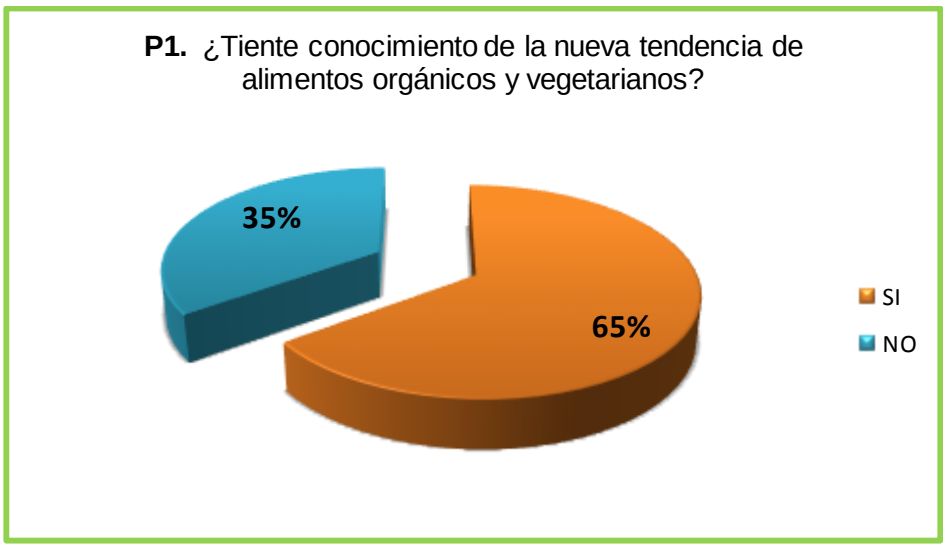


Fuente: Los Autores

Información estadística: Son aquellos datos necesarios para el análisis de la población objeto, los cuales son suministrados por el Dane, Cali en Cifras, Plan de

desarrollo 2008-2011- Comuna 17 y las encuestas realizadas. En este caso la comuna 17 tiene la participación más alta por sus amplios centros comerciales y gran variedad de precios en la canasta familiar, así se llamando la atención del público para realizar las visitas a estos lugares respectivos.

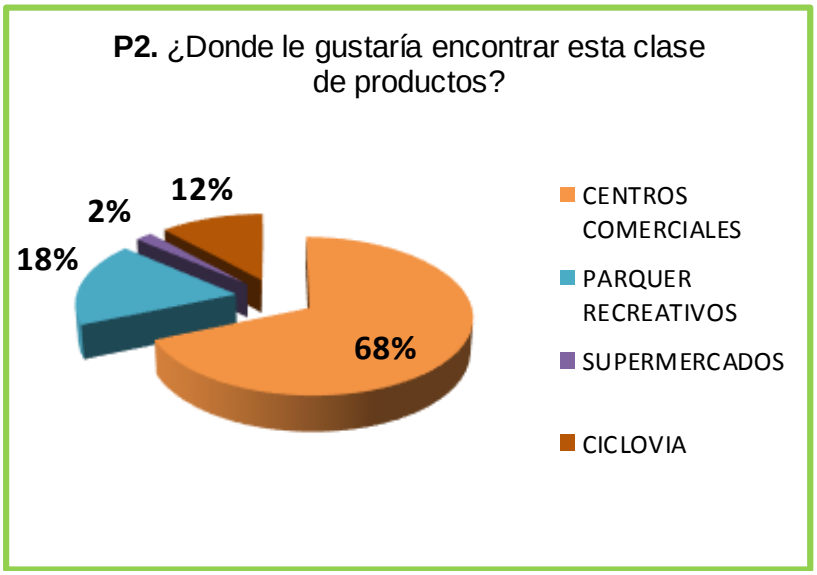
Gráfico 4 Indicador de conocimiento



Fuente: Los Autores

En las encuestas realizadas nos damos cuenta que la comuna 17 por tener un estrato económico más alto que las otras comunas su educación e innovación de las nuevas tendencia es más amplia que en las otras comunas. En esta grafica queremos mostrar que la tendencia vegana es nueva en el mercado y con este grafica mostramos que más del 50% de la población de esta comunidad la conoce y practica en sus hogares.

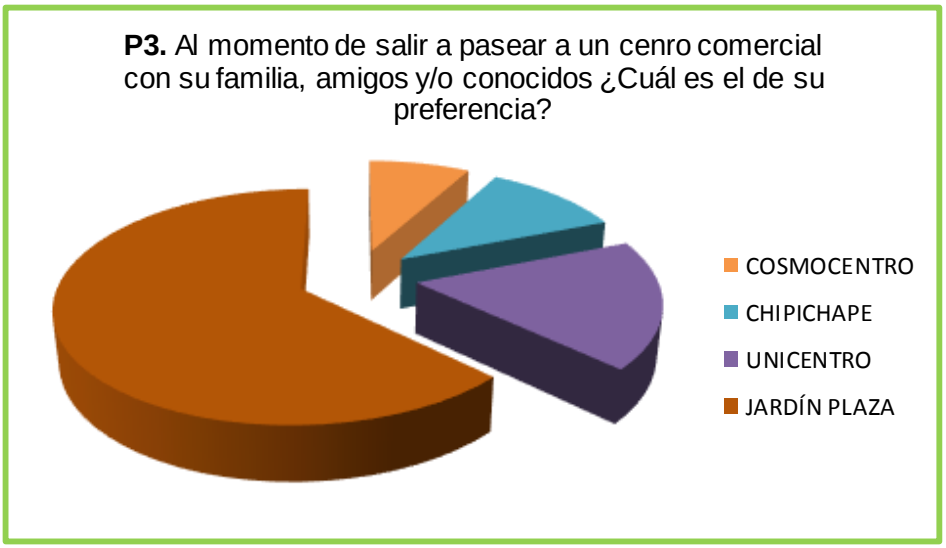
Gráfico 5 Indicador segmento del mercado



Fuente: Los Autores

la preferencia de los ciudadanos encuestados para consumir los productos, se eligió mas los centros comerciales por que en estos son más transitados con sus familias y amigos, en tiempos de compras y recreación.

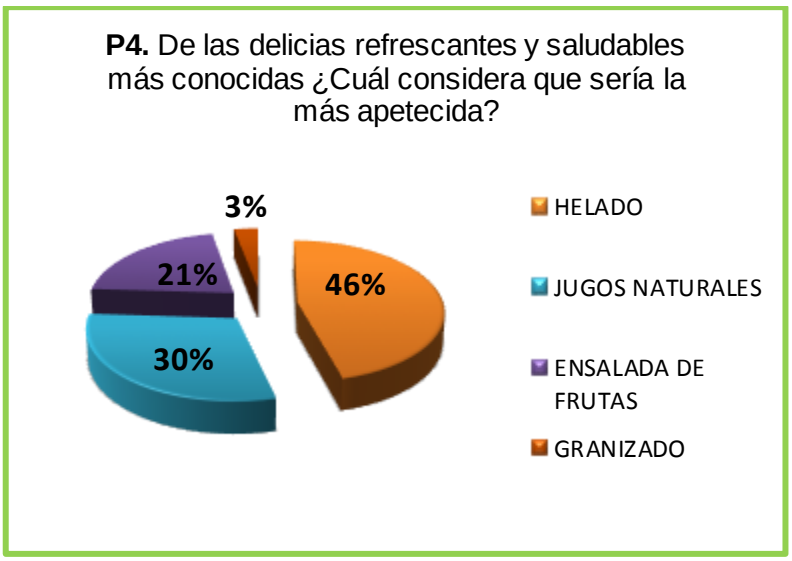
Gráfico 6 Indicador de micro localización



Fuente: Los Autores

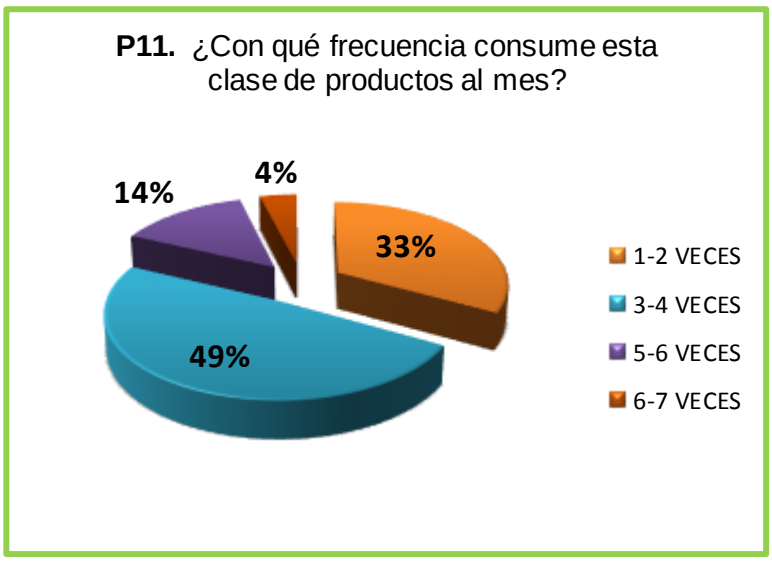
La preferencia y gustos de los encuestados por cercanía tecnología y productos en la vanguardia que venden los centros comerciales, no solamente por su comodidad en l parqueadero y variedad en los productos a la hora de consumirlos.

Gráfico 7 Preferencias por producto



Fuente: Los Autores

Gráfico 8 Indicador frecuencia de consumo



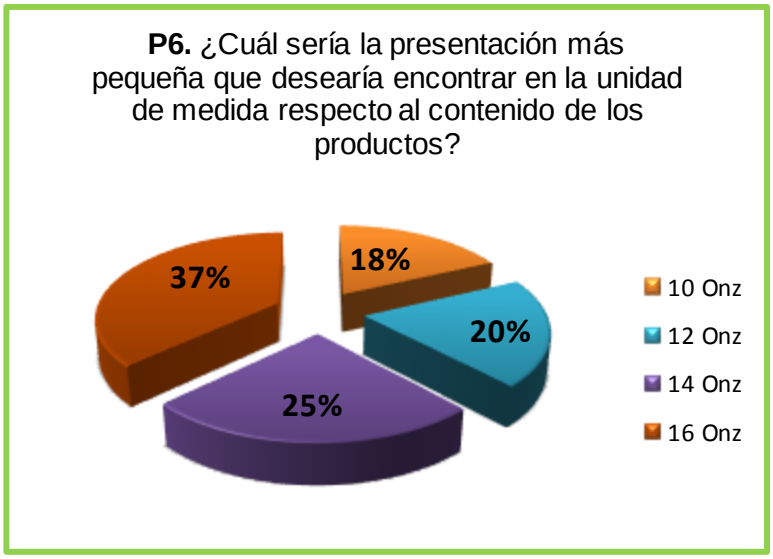
Fuente: Los autores

El consumo mensual y preferencia de consumo de productos refrescantes es muy variable debido al cuidado y estilo de vida de cada uno de los ciudadanos, vemos en las graficas que el producto estrella en el helado con una participación de consumo de 3 a 4 por persona, colocando asi como un producto estrella para cada uno de nuestros competidores, sabiendo esto VEgan Ice Cream debe realizar gran variedad de helados en sabores diseño y formas para captar la mayor cantidad de público e incrementen las ventas de este producto.

Gráfico 9 Preferencias por sabor

Fuente: Los Autores

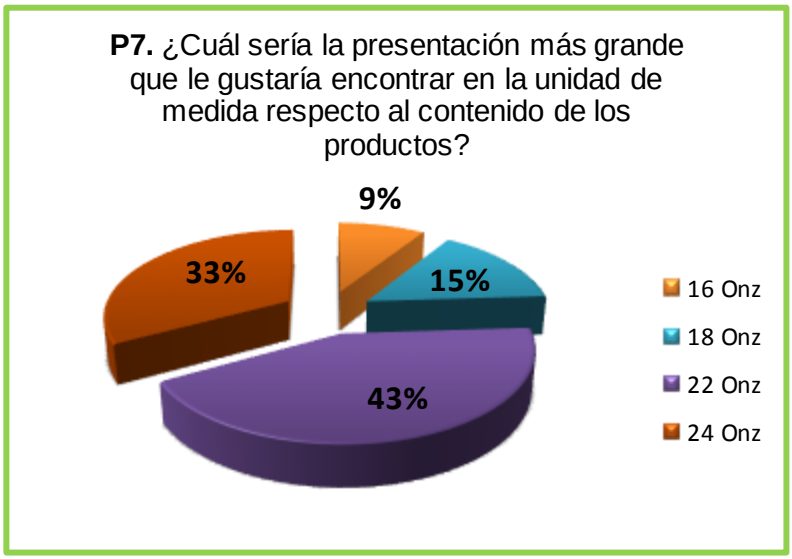
Gráfico 10 Indicador de preferencia tamaño mínimo de envase



Fuente: Los Autores

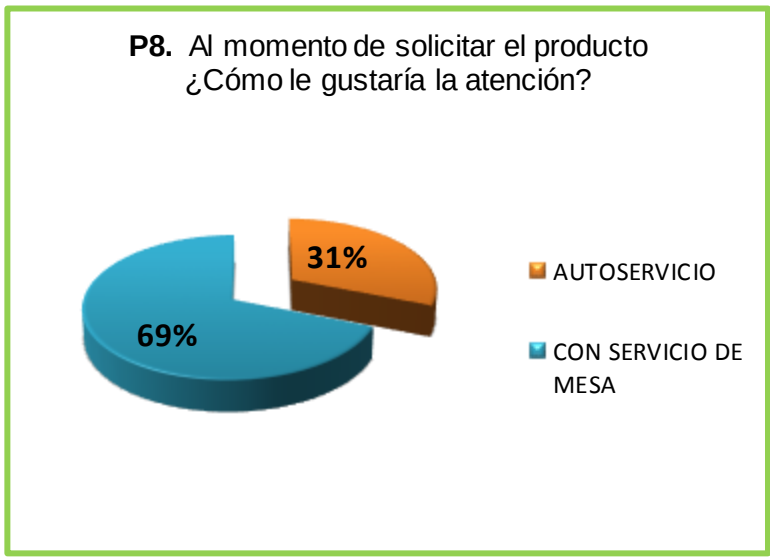
Los sabores y tamaños de los envases son referentes al publico de su gusto.

Gráfico 11 Indicador de preferencia tamaño máximo de envase



Fuente: Los Autores

Gráfico 12 indicador de servicio al cliente



Fuente: Los Autores

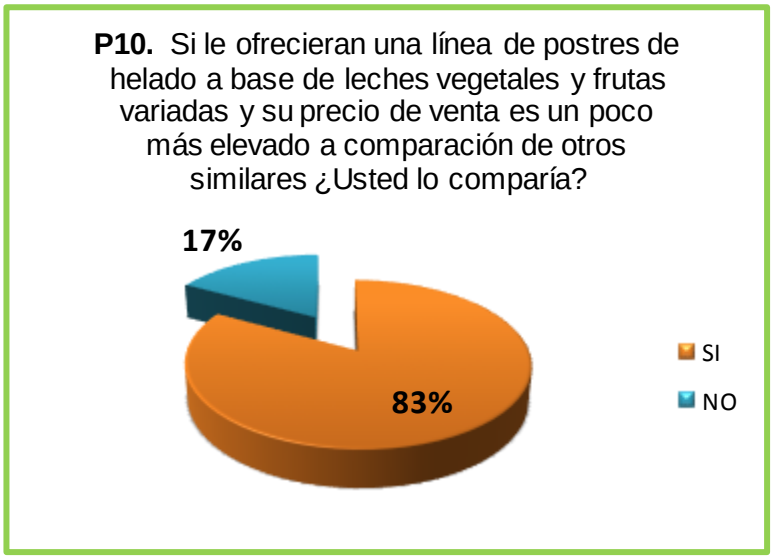
Nuestro servicio será un agregado al producto con amabilidad gentileza y respeto de cada uno de nuestros clientes.

Gráfico 13 Indicador de aceptación de precio de venta

Fuente: Los Autores

Son los precios promedio a la competencia sabiendo asi que nuestra materia prima es más cara por ser orgánica, queremos mostrar que no es mucha la diferencia en precios.

Gráfico 14 Indicador viabilidad precio de venta productos innovadores



Fuente: Los autores

Se puede observar gráficamente que la producción y la comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas es un proyecto con el cual se puede lograr un posicionamiento como empresa líder en helados hechos a base de leches vegetales, innovando y generando valor agregado de acuerdo a las necesidades actuales de consumo del cliente.

Análisis General.

La demanda se define como la cantidad de helados veganos, ensaladas y jugos que puedan ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (Demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado) en un momento determinado.

La producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas está dirigido a hombres y mujeres de todas las edades, Por lo tanto se espera obtener la siguiente información de la demanda.

Fijación de la cuantía de la demanda total actual, real y aparente: Para este análisis se implementó un sistema de encuesta realizada a la población estimada como posibles consumidores del producto final.

Según el Plan de Desarrollo 2008-2011 de la Alcaldía de Santiago de Cali la comuna 17 tiene un total de 149.740 habitantes P. 5, con un tamaño de muestra de 200 personas.

El nivel de ingresos del demandante: Según estudio del DAGMA "La población económicamente activa, unas 95.661 personas, equivalente al 89.8%, tiene ingresos por encima de 3 salarios mínimos. La mayoría de la población de la Comuna se clasifica en los estratos socioeconómicos 5 y 6 con ingresos familiares mensuales de 10.5 salarios mínimos."

El precio del producto: Según la encuesta realizada por el grupo de trabajo a 200 personas el 65% de las personas estarían dispuestos a pagar por los helados veganos, ensaladas y jugos orgánicos a un precio entre $6.000 a $7.000 promedio, el cual puede servir como punto de partida al momento de establecer el precio en los diferentes productos que se ofrecen.

Los gustos y la lealtad de marca del consumidor. En la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali se observa una marcada tendencia del consumo de productos saludables, debido al nivel educativo y la capacidad adquisitiva se enfocan en la alimentación nutritiva, sin químicos los cuales son adquiridos en un 50% en los diferentes locales comerciales especializados como: Centro Comercial Yumbo, tienda Juan Valdez, anttonina's, entre otros.

La existencia de sustitutos. Los helados y cremas de todo tipo son los productos más comercializados para sustituir los helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas.

Método de evaluación de datos. El método que se utilizará la será la encuesta debido a que a través de este se puede obtener información con un porcentaje de error muy bajo sobre el mercado objetivo, además permite indagar sobre los gustos de los clientes potenciales, lo cual es de vital importancia a la hora de formular estrategias de mercado que permitan el posicionamiento del producto ofrecido.

Tamaño del mercado. Se calculará teniendo en cuenta el volumen de ventas proyectado para el primer año de operación de “Vegan Ice Cream”. Y el mercado total para los helados veganos, ensaladas y jugos naturales.

Fracción (J): Parte del mercado global que el producto de la empresa logra en el periodo J_1 (1er año operativo helados veganos)

Volumen de ventas (J_1): 12.000 Unidades

Mercado global (J_1): 1.540.646 Unidades

$$N = \frac{12.000 \text{ Unidades}}{1.540.646 \text{ Unidades}} \qquad PM = 0.78\%$$

J_2 (1er año operativo de ensalada de frutas)

Tabla 3 Ventas competencia ensalada de frutas

PROMEDIOS DE VENTA DE ENSALADAS MENSUAL	
CREPES & WAFLES	100
ANTTONINAS	120
JUAN VALDEZ	160
DAN CALI	110
MIMO`S	140
TOTAL VENTAS	630
63	10% DE PARTICIPACIÓN

Fuente: Los Autores

J_3 (1er año operativo de jugos naturales)

Tabla 4 Ventas competencia jugos naturales

PROMEDIOS DE VENTA DE JUGOS NATURALES	
CREPES & WAFLES	1200
ANTTONINAS	750
JUAN VALDEZ	1100
DAN CALI	850
MIMO`S	1000
TOTAL VENTAS	4900
490	10% DE PARTICIPACIÓN

Fuente: Los Autores

De acuerdo a la información anterior y tomando un promedio de venta de helados, ensaladas de frutas y jugos en el Centro Comercial Jardín Plaza, se espera que "Vegan Ice Cream".logre una participación en el mercado así:

En helados veganos del 0.78 % de acuerdo a la capacidad instalada que es de 1000 unidades y el consumo per cápita de helados en Colombia que es de 1.5 litros. Este porcentaje irá creciendo a medida que los consumidores reconozcan la marca, se posicione y logre trayectoria en el mercado.

En ensaladas de frutas 10% y jugos naturales de 10% basándonos en el promedio de ventas mensuales de la competencia.

Proyección de la demanda para el mercado, durante los primeros 5 años del proyecto. Se detallan las proyecciones de ventas estimadas en unidades y en pesos de los helados veganos, ensaladas y jugos para los primeros cinco años esperando un crecimiento en unidades demandadas e ingresos que genera la venta de estos.

Tabla5 Proyección de ventas en unidades anual

HELADOS VEGAN ICE CREAM					
UNIDADES					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Helado vegano en vaso 16 onzas Banano	1.260	1.300	1.342	1.385	1.430
Helado vegano en vaso 16 onzas Fresa	1.020	1.053	1.086	1.121	1.158
Helado vegano en vaso 16 onzas Guanabana	420	433	447	462	477
Helado vegano en vaso 16 onzas Chocolate	1.908	1.969	2.032	2.097	2.165
Helado vegano en vaso 16 onzas Frutos secos	1.116	1.152	1.189	1.227	1.266
Helado vegano en vaso 16 onzas Uva importada	264	272	281	290	300
Helado vegano en vaso 16 onzas Coco	648	669	690	712	735
Helado vegano en vaso 16 onzas Mango tommy	276	285	294	303	313
Helado vegano en vaso 22 onzas Banano	1.068	1.102	1.137	1.174	1.212
Helado vegano en vaso 22 onzas Fresa	804	830	856	884	912
Helado vegano en vaso 22 onzas Guanabana	264	272	281	290	300
Helado vegano en vaso 22 onzas Chocolate	1.284	1.325	1.367	1.411	1.457
Helado vegano en vaso 22 onzas Frutos secos	780	805	831	857	885
Helado vegano en vaso 22 onzas Uva importada	204	211	217	224	232
Helado vegano en vaso 22 onzas Coco	372	384	396	409	422
Helado vegano en vaso 22 onzas Mango tommy	312	322	332	343	354
Ensalada de frutas en recipiente 22 onzas	756	780	805	831	858
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Banano	1.104	1.139	1.176	1.213	1.253
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Fresa	1.248	1.288	1.329	1.372	1.416
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Guayaba	384	396	409	422	436
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Toamate de arbol	300	310	320	330	340
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Lulo	708	731	754	778	803
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mandarina	540	557	575	594	613
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mora	648	669	690	712	735
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Coco	948	978	1.010	1.042	1.076
TOTAL	**18.636**	**19.232**	**19.848**	**20.483**	**21.149**

Fuente: Los Autores

Son las ventas repartidas de cada uno de nuestros productos por unidades anuales.

Tabla 6 Proyección de ventas en pesos anual

HELADOS VEGAN ICE CREAM					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Helado vegano en vaso 16 onzas Banano	7.734.392	7.981.893	8.237.313	8.500.907	8.777.187
Helado vegano en vaso 16 onzas Fresa	6.467.786	6.674.755	6.888.347	7.108.774	7.339.809
Helado vegano en vaso 16 onzas Guanabana	2.644.659	2.729.288	2.816.625	2.906.757	3.001.227
Helado vegano en vaso 16 onzas Chocolate	12.069.257	12.455.473	12.854.049	13.265.378	13.696.503
Helado vegano en vaso 16 onzas Frutos secos	6.845.105	7.064.148	7.290.201	7.523.487	7.768.001
Helado vegano en vaso 16 onzas Uva importada	1.662.357	1.715.552	1.770.450	1.827.104	1.886.485
Helado vegano en vaso 16 onzas Coco	4.295.985	4.433.457	4.575.327	4.721.738	4.875.194
Helado vegano en vaso 16 onzas Mango tommy	1.772.363	1.829.079	1.887.610	1.948.013	2.011.323
Helado vegano en vaso 22 onzas Banano	7.515.137	7.755.621	8.003.801	8.259.923	8.528.370
Helado vegano en vaso 22 onzas Fresa	5.881.393	6.069.597	6.263.824	6.464.267	6.674.355
Helado vegano en vaso 22 onzas Guanabana	1.915.173	1.976.459	2.039.706	2.104.976	2.173.388
Helado vegano en vaso 22 onzas Chocolate	9.365.554	9.665.252	9.974.540	10.293.725	10.628.271
Helado vegano en vaso 22 onzas Frutos secos	5.483.435	5.658.905	5.839.990	6.026.870	6.222.743
Helado vegano en vaso 22 onzas Uva importada	1.479.907	1.527.264	1.576.136	1.626.573	1.679.436
Helado vegano en vaso 22 onzas Coco	2.868.881	2.960.685	3.055.427	3.153.201	3.255.680
Helado vegano en vaso 22 onzas Mango tommy	2.316.926	2.391.068	2.467.582	2.546.544	2.629.307
Ensalada de frutas en recipiente 22 onzas	6.705.190	6.919.756	7.141.188	7.369.706	7.609.222
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Banano	6.225.899	6.425.128	6.630.732	6.842.916	7.065.310
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Fresa	8.555.978	8.829.769	9.112.322	9.403.916	9.709.543
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Guayaba	2.191.969	2.262.112	2.334.499	2.409.203	2.487.502
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Toamate de arbol	1.710.945	1.765.696	1.822.198	1.880.508	1.941.625
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Lulo	4.240.036	4.375.717	4.515.740	4.660.244	4.811.702
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mandarina	2.655.804	2.740.790	2.828.495	2.919.007	3.013.875
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mora	3.395.167	3.503.813	3.615.935	3.731.645	3.852.923
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Coco	5.121.718	5.285.613	5.454.752	5.629.304	5.812.257
TOTAL	**121.121.017**	**124.996.889**	**128.996.790**	**133.124.687**	**137.451.239**

Fuente: Los Autores

La proyección de la demanda en cuanto a unidades se obtiene de la preferencia en cuanto a sabores y el precio de venta de acuerdo al margen de utilidad deseado y el indicador de aceptación de precio del consumidor.

2.2.2 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas en un determinado momento.

Cuantificación de la oferta existente: En la actualidad en la ciudad de Santiago de Cali no existen empresas que fabriquen, produzcan y comercialicen helados veganos, ensaladas y jugos 100% orgánicos, debido a que actualmente se producen esta clase de productos tecnificadamente empleando en su fabricación aditivos químicos y preservantes.

Análisis de los proveedores: La ciudad de Santiago de Cali cuenta con un gremio de proveedores que puede cubrir los requerimientos exigidos por una empresa de producción y comercialización de helados veganos, ensaladas y jugos 100% orgánicos. A continuación aparecerá el análisis de algunas empresas que existen en el mercado.

Tabla 7 Proveedor No. 1 asoproorgánicos

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
NOMBRE	ASOPROORGANICOS
DIRECCIÓN	Calle 10 A con Av. Guadalupe
N° TELEFONICO	311 326 41 48
CIUDAD	SANTIAGO DE CALI
PRECIO	DEPENDE DE LAS CONDICIONES CLIMATICAS
VOLUMEN PRODUCIDO	DEPENDE DE LAS CONDICIONES CLIMATICAS
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	ASOPROORGANICOS DEBIDO A SU POSICIONAMIENTO CUENTA CON UN 30% DE
CALIDAD DEL PRODUCTO	GARANTIZADO
FINANCIACIÓN Y FORMA DE PAGO	DE CONTADO
RED DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD	DIRECTO AL CLIENTE Y LA PUBLICIDAD MEDIANTE PAGINA WEB Y LA CVC
VALOR AGREGADO	FRUTAS 100 % ORGANICAS

Fuente: Los Autores

Tabla 8 Proveedor No. 2 Karijona S.A.S

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
NOMBRE	KARIJONA S.A.S
DIRECCIÓN	Carrera 12 15C-26
TELÉFONO	3782213
CIUDAD	CALI
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	5%
CALIDAD DEL PRODUCTO	GARANTIZADO
FINANCIACIÓN Y FORMA DE PAGO	DE CONTADO
RED DE DISTRIBUCIÓN	DIRECTO AL CLIENTE Y PUBLICIAD PÁGINA WEB
VALOR AGREGADO	NUEZ DEL BRASIL Y FRUTOS AMAZÓNICOS ORGÁNICOS Y SILVESTRES CON APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE

Fuente: Los Autores

2.3 CARACTERIZACIÓN EL PRODUCTO

Descripción detallada del producto que se va a vender. Las leches vegetales son aquellas que se extraen de frutos secos o granos tales como la almendra o la soya, las frutas orgánicas en el proceso de su cultivo practican métodos agrícolas en el que no se utilizan fertilizantes ni plaguicidas sintéticos, por lo que las hace merecedoras del título “frutas 100% orgánicos lo cual contribuye a la salud del consumidor.

La variedad en color, sabor y texturas de las frutas ecológicas es ideal como materia prima para la fabricación de alimentos, al igual que las leches vegetales

son escogidas de acuerdo a la receta con el fin de combinar con los ingredientes empleados. Los productos que brindará Vegan Ice Cream, son helados veganos, ensaladas y jugos, con una variedad de tamaños y presentaciones distintas entre sí. Se empleara la innovación de los empaques, modo de servido, garantizando a su vez la utilización de materias primas orgánicas y vegetales, sumando a ello un servicio personalizado basando en los principios básicos de calidad en servicio al cliente, lo que permite certificar un producto con valor agregado.

Teniendo en cuenta las actuales tendencias de consumo de alimentos saludables, este proyecto se centrará especificadamente en dos líneas de producción bebidas heladas y postres.

Productos a comercializar. Buscando innovación, creatividad y rentabilidad se ha recurrido a un producto versátil, de fácil manejo y aceptación en el mercado que permita aplicar la esencia del proyecto (productos a base frutas orgánicas y leches vegetales), se eligió la línea de helados veganos, ensaladas de frutas, jugos y granizados, destacándose por sus características exóticas y de buena aceptación en el mercado a nivel municipal, departamental y nacional.

Línea de Postres

Los diversos tipos de postres pueden clasificarse de las formas más diversas (por su composición, sus ingredientes, su presentación, entre otros.). Aun así, se han tratado de establecer criterios unificados para clasificar a los diversos tipos de postre, criterios que rigen en las diversas cocinas nacionales de los países y, en suma, en la llamada Cocina Internacional.

Los postres denominados "simples naturales" son aquellos en los que las frutas conforman la parte más importante del platillo. Entre ellos se encuentran los jugos y zumos del tipo cítrico (limón, naranja, lima).

Producto 1. Jugo Natural: Hecho de frutas o verduras frescas maduras y limpias las cuales son escogidas por el cliente. De acuerdo a los gustos se le agrega azúcar orgánica o stevia.

La sustancia líquida que se extrae de las frutas orgánicas, normalmente por presión, aunque el conjunto de procesos intermedios puede suponer la cocción, molienda o centrifugación de producto original. Existe otro proceso para producir jugo de frutas y es el centrifugado que se realiza utilizando como herramienta principal la licuadora, obteniendo un licuado de frutas.

Algunas frutas requieren de cocción para obtener la consistencia y sabor deseado.

Ilustración 1 Jugos naturales

Fuente: http://www.sobretodosalud.com/zumos-naturales-adelgazar/

Los postres de "frutas variadas" son aquellos que mezclan diversas frutas formando un conjunto unificado que no agrede al paladar con una innecesaria combinación de sabores. Entre ellos se encuentran las ensaladas de frutas.

Producto 2. Ensalada de frutas: Compuesto en un 80% de frutas variadas picadas en trozos de diferentes tamaños y con diferentes formas, las cuales se

aderezan con yogurt vegetal, leche condensada vegetariana a base leche de soya, crema de leche y tofu (queso vegetal a base leche soya); en algunos casos de acuerdo a la preferencia del cliente se adiciona helado vegano, almendras y mieles de origen vegetal

La preparación es sencilla, sólo basta mezclar la cantidad y variedad de frutas deseada, introducir en recipiente natural y adicionar los aderezos.

Ilustración 2 Ensalada de frutas

Fuente:http://es.dreamstime.com/im%C3%A1genes-de-archivo-libres-de-regal%C3%ADas-ensalada-de-frutas-en-taz%C3%B3n-de-fuente-del-mel%C3%B3n-image9937439

Los postres de "repostería" son el conjunto más amplio y tienen como principales ingredientes el azúcar orgánica, linaza "sustituto los huevos", leches vegetales "sustituto la leche de vaca", ocasionalmente las frutas y un uso bajo de harinas. Algunos ejemplos son el arroz con leche, el flan de caramelo, el pudding diplomático, la crema inglesa, entre otros "recetas alternativas veganas"...

Con base en lo anterior Vegan Ice Cream, se basa en ofrecer la línea de postres naturales y de frutas variadas, a continuación se presenta la descripción de cada uno de ellos:

Producto 3. Helado vegano: Producto congelado dulce de acuerdo al sabor que prefiera el cliente entre banano, guanábana, fresa, chocolate, frutos secos, uva importada, coco, mango tommy. Su fabricación se centra en la utilización de materias primas orgánicas y/o ecológicas y leches vegetales.

Ilustración 3 Helado vegano guanábana

Fuente: http://infovegetariana.com/postres-veganos-rapidos/

Ilustración 4 Helado vegano mango tommy

Fuente: http://www.veganwiz.es/category/postres/helados/

Ilustración 5 Helado vegano coco

Fuente: http://www.recetasgratis.net/Receta-de-Raviolis-manzanas-verdes-jugo-helado-coco-granizado-ron-receta-24807.html

Aplicaciones del producto. Los productos anteriormente mencionados elaborados a base de leches vegetales y frutas orgánicas y/o ecológicas las cuales sobresalen por sus propiedades saludables tanto para el consumidor como para el medio ambiente, son ideales para la fabricación y comercialización de bebidas y postres helados de gran variedad.

Elementos especiales del producto.

Atributos. Dentro de la línea de comercialización los productos a ofrecer al mercado cumplen los estándares de calidad apropiados para el consumo humano, destacando las propiedades nutricionales, su efecto saludable para la salud de los consumidores y el medio ambiente, por no tener ningún tipo de conservante y preservante sintético, estos productos se definen como productos de especialidad ya que son únicos en el mercado.

En su elaboración se tienen en cuenta el cumplimiento de las normas sanitarias:

- Limpieza y desinfección de superficies (normatividad salud pública)
- Estado de salud del personal (artículo 13)
- Educación y capacitación del personal en manipulación de alimentos (artículo 14)
- Prácticas de salubridad
- Buenas prácticas de manufactura BPM

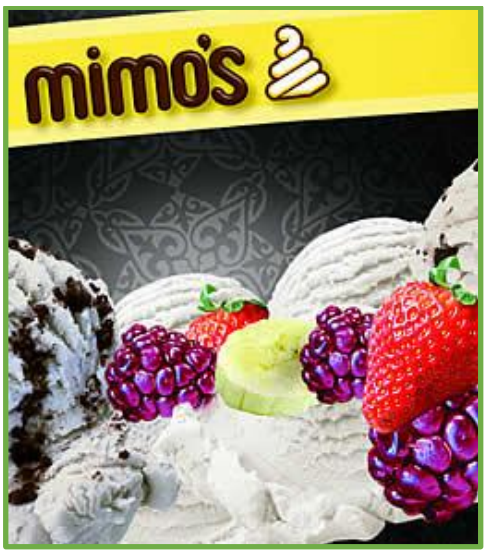
Los puntos mencionados obedecen a la legislación sanitaria (decreto 3075 de 1997).

Productos competidores

Dentro del marco del presente estudio en la comuna 17 no se han encontrado líneas de productos con características similares y/o iguales a los que se pretende fabricar, pero cabe destacar que si existe una amplia competencia indirecta, entre

los más destacados se encuentran: helados mimós, Dancali, Crepes & Wafles, Antonina's, entre otros.

Ilustración 6 Productos competencia mimo's



Fuente:http://sanpedroplazacomercial.com.co/rompe-la-rutina-con-helados-mimos/

Ilustración 7 Productos competencia Crepes & Wafless

Fuente:http://cocinafacilparaflojos.blogspot.com/2013/06/antojitoscrepes-y-wafles-un-buen-helado.html

Ilustración 8 Productos competencia Anttonina's

Fuente: http://media-cache-ec0.pinimg.com/originals/5d/3d/49/5d3d499fb77f35f1e55b00c08532ab23.jpg

2.3.1 Clientes

Teniendo en cuenta la ubicación del stand de “Vegan Ice Cream”, en el Centro Comercial Jardín Plaza, el segmento de mercado al cual está dirigido los productos están conformados por las personas que visitan el Centro Comercial. Dentro de éstas es posible encontrar una amplia diversidad de edades, niveles socioeconómicos, ingresos y niveles culturales. Esto se debe a que el Centro Comercial es visitado por diferentes individuos, entre los cuales se pueden identificar los siguientes tipos: los que viven cerca al Centro Comercial, con un ingreso relativamente alto; los que trabajan y estudian cerca a Unicentro y almuerzan y/o comen ahí; los que frecuentan el Centro Comercial, sin importar su lejanía; los que van a Centro Comercial Jardín Plaza con el fin de divertirse y pasar un momento agradable, con distintos niveles de ingreso.

Según El País en el artículo Cali tiene el promedio más alto de compras en Centros Comerciales (2013) Los centros comerciales son uno de los lugares preferidos por los caleños, no sólo para pasear y ver vitrinas sino para comprar. Las ventas por visitante en Cali son superiores a las del resto del país.

A pesar de la gran diversidad de personas que visitan el Centro Comercial Jardín Plaza, es posible afirmar que los individuos cuya ubicación es cercana al Centro Comercial y tienen un mayor nivel de ingreso, son los que con más frecuencia se encuentran en el sitio. Durante los días hábiles de la semana, casi la totalidad de los visitantes lo conforman este tipo de personas.

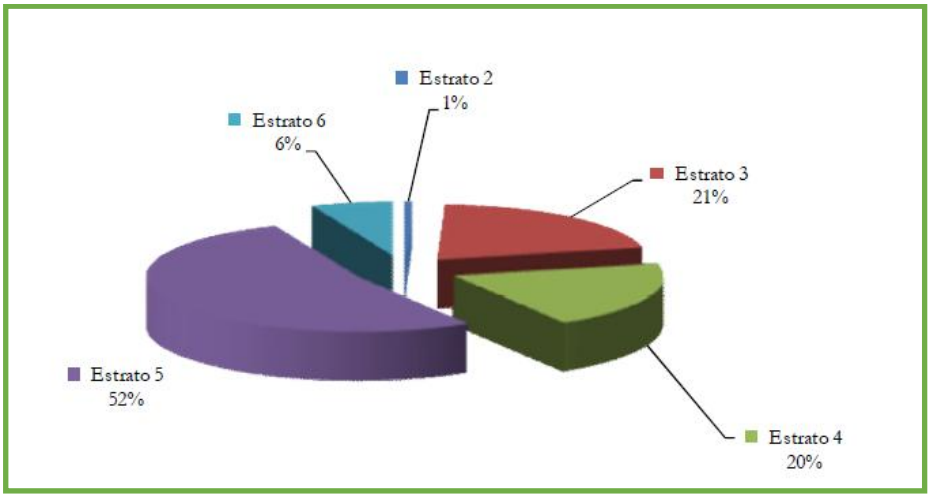
De otro lado, aquellas personas con un nivel de ingreso inferior van al Centro Comercial generalmente los fines de semana, con el fin de pasar un momento agradable. Por lo regular, estos individuos manejan pocas cantidades de dinero, y las compras que realizan en el Centro Comercial se reducen a comidas con precios bajos. Por un lado, las personas con un nivel de ingreso alto van al Centro Comercial Jardín Plaza, observando las vitrinas de los almacenes con el objetivo de comprar lo que más les guste. Esto, claro está, si no han premeditado la compra de un bien altamente costoso, siendo así, éste tipo de clientes podría ser atraído por la buena imagen del stand de “Vegan Ice Cream”, lo cual les llamaría la atención y los tentaría a comprar. Su decisión de compra sería muy rápida.

Por otra parte, aquellas personas con un nivel de ingreso inferior también se dirigen al Centro Comercial Jardín Plaza a recrearse (si no han predeterminado una compra, claro está), pero lo hacen de una forma distinta, pues cuentan con un ingreso limitado. Por esta razón, estos individuos tienden a pasear dentro del Centro Comercial, comprando alimentos de bajo costo para su consumo inmediato. “Vegan Ice Cream”, al contar con precios absequibles, podría ser una buena alternativa para estas personas, las cuales, al mismo tiempo, podrían convertirse en clientes fieles del establecimiento. La forma de pago de los helados

veganos, ensaladas y jugos a base de insumos orgánicos es inmediata; es decir, de contado y en efectivo.

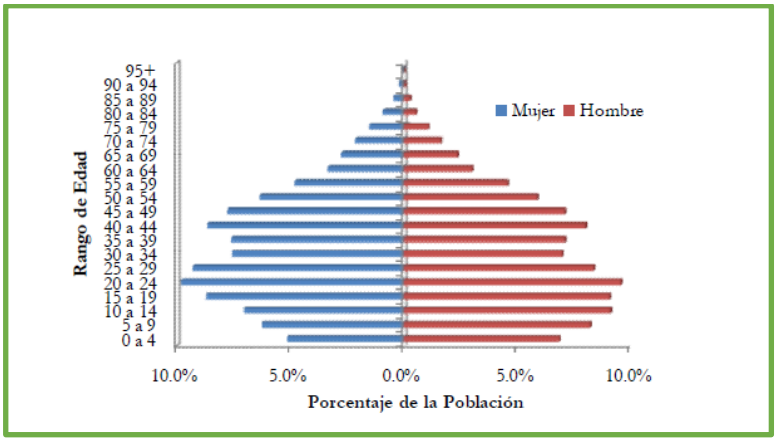
Segmento del mercado. Los productos estarán dirigidos hacia todo tipo de personas de estratos 3, 4, 5 y 6 en general a todas las personas entre 5 a 80 o más años que tengan ingresos igual o mayor a $616.000 pesos y estén dispuestas a consumir los productos que se ofrecen.

Gráfico 15 Distribución de los estratos en la comuna 17



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Municipal

Gráfico 16 Pirámide poblacional de la comuna 17



Fuente: DANE, censo de población año 2005

Localización geográfica de los clientes.

La comercialización de los productos que “Vegan Ice Cream” se iniciará en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, específicamente en el centro comercial Jardín Plaza, kiosko 19.

Según página web del centro comercial Jardín Plaza cuenta con 247 locales comerciales, 28 kioscos, 24 restaurantes, 9 locales de servicio, 1 parque de juegos, 6 salas de cines Royal Films, Carrefour, HomeCenter, Constructor, Gimnasio BodyTech

Ilustración 9 Localización geográfica Centro Comercial Jardín Plaza Cali

Fuente: Página web http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=ubicacion

El centro comercial tiene más de 8 millones de visitantes anuales, ubicado en la zona sur de Cali, sobre la malla vial, principal salida sur de la ciudad, contiguo a la Terminal de cabecera del MIO, aledaño a 6 universidades, vecino de la Clínica Fundación Valle del Lili. Lo hace que cuente con una excelente ubicación le permite llegar a los visitantes fácilmente desde cualquier punto de la ciudad.

Aeropuerto. Si llega al Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón y se dirige hacia el Centro Comercial Jardín Plaza Cali, se puede tomar la Recta Cali - Palmira hasta ingresar a Santiago de Cali, de ahí se deberá tomar la Autopista Simón Bolivar en sentido norte - sur hasta encontrar una de las porterías vehiculares y/o la portería peatonal que se tienen dispuestas sobre la misma.

Transporte masivo integral de occidente. Si la opción es usar el MIO se recomienda abordar el sistema en una estación que esté sobre las avenidas troncales, luego debe establecerse cuál de estas se dirige a la Estación Universidades.

Tabla 9 Rutas expresas y troncales

Ruta	Estación Origen	Estación Destino	Sentido (N/S)
E21	Terminal Menga Av 3N Cl 70N	*Fin del recorrido*	Ambos
E31	Chiminangos Cra 1 Cll 62	*Fin del recorrido*	Ambos
T31	Chiminangos Cra 1 Cll 62	*Fin del recorrido*	Ambos

Fuente: http://www.mio.com.co/index.php/es/rutas/troncales

Tabla 10 Rutas pretroncales

Ruta	Origen	Trayecto	Destino
P10B	*Inicio del recorrido*	Cl 16-Cr 85-Cl 14	San Bosco Cra 15 Cll 9
P10D	*Inicio del recorrido*	Cl 16-Cr 44-Cl 25-Cr 39-Cl 17	Centro
P12A	*Inicio del recorrido*	Cl 25-Cr 46-Av. C.Cali-Nuevo Latir-A. Sanín-Cr 1-Cl 70N	Centro Empresa
P21A	Las Américas Av 3N Cll 23AN	Cll 25-Cll 27-Aut. Simón Bolívar	*Fin del recorrido*
P21B	Terminal Menga Av 3N Cll 70N	Cll 70 - Aut. Simón Bolivar	*Fin del recorrido*
P41A	*Inicio del recorrido*	Av. Pasoancho - Centro - Cr 5 - Cl 52 - Cr 2	Terminal Andrés Sanin Cll 73 Cra 19
P41B	Terminal Andrés Sanin Cll 73 Cra 19	Cr 2 - Cl 52 - Cr 5 - Centro - Av. Pasoancho	*Fin del recorrido*

Fuente: http://www.mio.com.co/index.php/es/rutas/pretroncales

Ilustración 10Ejemplo de tránsito

Fuente: http://www.cali.gov.co/publicaciones/ejemplo_trnsito_pub

Ilustración 11 Centro Comercial Jardín Plaza Cali

Fuente: http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=204

Según el Plan de Desarrollo de la Alcaldía de Santiago de Cali 2008-2011 “La comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali está compuesta por 3 barrios y 19

urbanizaciones o sectores. Esta comuna exhibe el mayor número de urbanizaciones de todas las comunas de la ciudad, con el 21.3% de las urbanizaciones y sectores. Por otro lado, los barrios de esta comuna sólo corresponden al 1.2% del total. Esta comuna posee 796 manzanas, es decir el 5.7% del total de manzanas en toda la ciudad."

Tabla 11 Barrios de la comuna 17

Código	*Barrio, Urbanización o sector*	*Código*	*Barrio, Urbanización o sector*
1701	La Playa	1784	La Hacienda
1702	Primero de Mayo	1785	Los Portales Nuevo Rey
1703	Ciudadela Comfandi	1786	Cañaverales Los Samanes
1705	Ciudad Universitaria	1787	El Limonar
1774	Caney	1788	Bosques del Limonar
1775	Lili	1789	El Gran Limonar Cataya
1778	Santa Anita La Selva	1790	El Gran Limonar
1780	El Ingenio	1791	Unicentro Cali
1781	Mayapan Las Vegas	1793	Ciudadela Pasoancho
1782	Las Quintas de Don Simón	1794	Prados del Limonar
1783	Ciudad Capri	1796	Urbanización San Joaquin

Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Municipal

Vías Interregionales: Corresponde a las vías de enlace interregional, que para la comuna 17 es el Corredor Cali - Jamundí (Calle 5- Carrera. 100 - Calle 25).

Vías Arterias Principales: Son las que conforman la red básica primordial de la ciudad y por lo tanto son determinantes en la estructura y forma urbana.

Las Vías Arterias Principales alojan intensos flujos de tránsito de vehículos livianos y son preferidas para la operación del sistema de transporte público colectivo de alta frecuencia.

Las Vías Alternas Principales de la Comuna son:

- Carrera 100
- Autopista Simón Bolívar

- Calle 13 Avenida Paso ancho y su prolongación hasta empatar con la Avenida de los Cerros.
- Calle 18, Avenida Cañas gordas hasta la carrera 168.
- Carrera 122, Avenida 10 de Mayo, entre calles 5 y 25.
- Autopista Sur oriental.

Vías Alternas Secundarias: Permiten un alto porcentaje de vehículos comerciales de transporte colectivo con baja velocidad de operación y alta rotación de demanda, actúan como ejes distribuidores de tránsito.

Las Vías Alternas Secundarias de la Comuna 17 son:

- Calle 16
- Calle 14
- Carrera 56 Avenida Guadalupe
- Carrera 66
- Carrera 70
- Carreras 83-86 entre calles 13 y 25
- Carreras 125, 127, 137, 141 y 146 entre calle 5

Vías Colectoras: Es el conjunto de vías que a partir de las vías arterias secundarias permiten a sectores urbanos homogéneos, preferiblemente los residenciales, distribuir el transporte por las vías locales al interior de estos sectores.

Las Vías Colectoras de la Comuna 17 son:

- Carrera 52
- Carrera 62
- Carrera 94

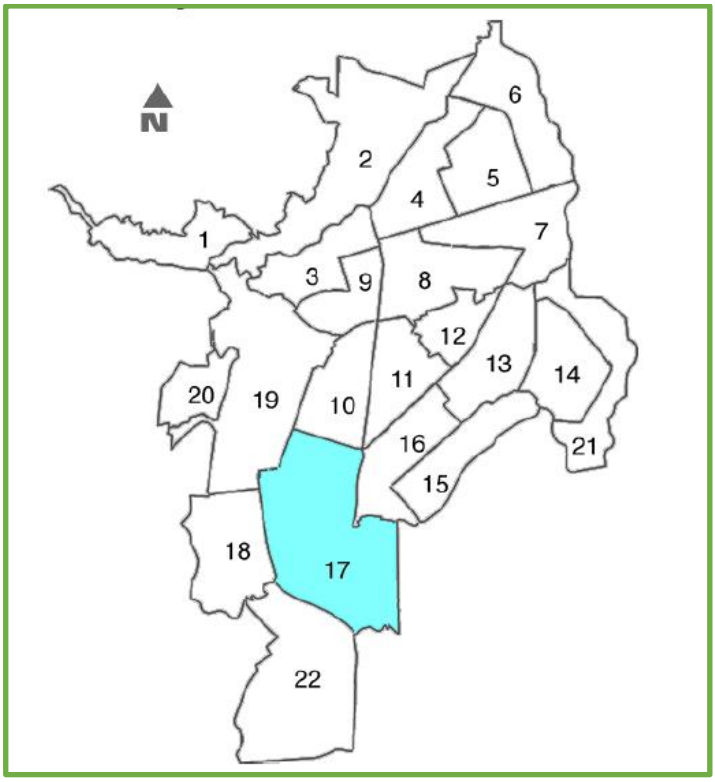
- Carrera 105
- Carrera 118

Sitios de interés: Parroquia del divino niño, supermercado súper inter, colegio Comfandi ciudadela, colegio Tomás Cipriano de Mosquera, universidad del valle, Makro, la 14 valle del Lilí, sede nacional Coomeva, parque el ingenio, la 14 de paso ancho, súper Outlet 'la 80', centro comercial san Andresito del sur, centro comercial plaza 80, clínica amiga Comfandi, club Comfenalco, centro comercial Santiago plaza, parque recreacional cañaverales, parque humedal el limonar, centro de atención local integrada (C.a.l.i.) 17, zona rosa del sur, la 14 de limonar, centro comercial premier limonar, centro comercial Unicentro, canchas de fútbol 5 'diablo azteca', subestación eléctrica Emcali, centro comercial jardín plaza, embotelladora Coca-Cola Femsa, clínica valle del Lilí.

Ilustración 12 Mapa comuna 17 Santiago de Cali

Fuente: Mapa Google.com

Ilustración 13 Ubicación de la comuna 17 Santiago de Cali



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Municipal

2.3.2 Competencia

Al estar localizado en Centro Comercial Jardín Plaza y al definir a los clientes potenciales como aquellos visitantes del centro comercial, se ha determinado que la competencia estará dada, precisamente, por los oferentes de productos sustitutos dentro del mismo centro. Es decir, por aquellos que de alguna u otra forma ofrecen productos con características similares dentro del Centro Comercial Jardín Plaza.

En este sentido, se definirán como competidores los establecimientos localizados en el Centro Comercial Jardín Plaza. En primera instancia está Crepes & Waffles, es un fuerte competidor, porque cuenta con un nombre de gran reconocimiento y ofrece productos que pueden sustituir a los helados, ensaladas y jugos con

precios competitivos. Son productos muy elaborados con presentación de calidad, servidos en vajilla, los cuales tienen una gran demanda, dentro y fuera del Centro Comercial. Los helados son vendidos a $6.000 y $12.000 pesos dependiendo del tamaño y sabor. Sin embargo, la principal 'limitación' que tiene consiste en que sus productos difícilmente pueden consumirse fuera del establecimiento, lo cual implica que el cliente deba permanecer en Crepes & Waffles hasta que termine de comer. Además, sus productos no ofrecen gran variedad de frutas. Financieramente es fuerte.

Ventolini, helados Mimo's, también tienen establecimientos en el Centro Comercial Jardín Plaza, y constituyen una fuerte competencia. Estas empresas cuentan con una trayectoria importante, pues tienen gran reconocimiento a nivel regional. Sus productos son de muy buena calidad, y los ofrecen a precios asequibles a gran parte de los consumidores. Sin embargo, no tienen una gran oferta de productos con frutas. Financieramente son sólidos.

De otro lado, Anttonina's, además de ofrecer pizza y almuerzos ejecutivos, vende productos de heladería que ellos argumentan son artesanales. Sus productos de heladería cuentan con precios asequibles. Sin embargo, su principal debilidad en este campo radica en que el establecimiento es reconocido por la venta de comida, mas no por la venta de helados. Financieramente es un establecimiento con solidez.

Finalmente se encuentra "Vegan Ice Cream", un competidor ubicado en el local 192 cerca a Crepes & Waffles, ofrece productos de heladería a base de leches vegetales, ensalada de frutas y jugos naturales con insumos 100% orgánicos. Entre estos productos está los helados a base de leche de soya, almendra, coco, entre otras lo cual constituye una fuerte competencia para los helados tradicionales con lácteos como alternativa para la gente que no tolera la lactosa, que deseen comer saludablemente y personas vegetarianas o veganas. Su precio está entre $6.000 y 7.000 pesos de acuerdo al tamaño de envase, se sirve de

acuerdo a la solicitud del cliente en envase cáscara de fruta o en vidrio, para ofrecer al cliente la posibilidad de pasear dentro del Centro Comercial con el helado vegano o degustar en el establecimiento. Financieramente puede decirse que el establecimiento se encuentra en una buena situación con proyección de crecimiento.

A continuación se presenta un cuadro, mostrando las ventas diarias promedio de los competidores de “Vegan Ice Cream”. Debe aclararse que la cantidad vendida al día, se refiere a las cantidades vendidas de todos los productos de heladería de cada competidor, y que en el cuadro sólo se muestran algunos de los productos de los establecimientos.

Tabla 12 Promedio cantidades vendidas de la competencia

PROMEDIOS DE VENTA DE JUGOS NATURALES	
CREPES & WAFLES	1200
ANTTONINAS	750
JUAN VALDEZ	1100
DAN CALI	850
MIMO`S	1000
TOTAL VENTAS	4900
PROMEDIOS DE VENTA DE ENSALADAS MENSUAL	
CREPES & WAFLES	100
ANTTONINAS	120
JUAN VALDEZ	160
DAN CALI	110
MIMO`S	140
TOTAL VENTAS	630

Fuente: Los Autores

El Centro Comercial Jardín Plaza cuenta con una amplia competencia. Teniendo en cuenta la promesa de calidad de “Vegan Ice Cream”, de ofrecer productos 100% orgánicos, se puede concluir que la competencia que existe realmente es indirecta ya que ningún competidor maneja una línea de productos con insumos 100% orgánicos y vegetales.

A continuación se detallan los competidores más destacados con los datos de ubicación dentro del centro comercial

Ilustración 14 Competidor No. 1 Crepes & Waffles

Fuente: http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=locales&id_local=1350

Ubicado Local No. 195, es una empresa líder en lo que realiza despertando afecto y sentido de pertenencia entre todos sus clientes, empleados, colaboradores y comunidad en general.

Ilustración 15 Competidor No. 2 Anttonina's

Fuente: http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=locales&id_local=3222

Ubicado local No. K10 Productos de gran originalidad y gran mística, compite indirectamente con sus helados artesanales sin químicos ni colorantes artificiales

Ilustración 16 Competidor No. 3 Juan Valdez

Fuente: http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=locales&id_local=542

Ubicado Local No. K19 que promueve ante el mundo el trabajo y la dedicación de las familias cafeteras que hacen posible la obtención de un producto exquisito y único como el café colombiano.

Ilustración 17 Competidor No. 4 Dancali

Fuente: http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=locales&id_local=500

Ubicado en el Local No. K23 este el mayor productor de helados en el sur-occidente del país cuando anteriormente solo abastecía a Cali, ofrece también línea de panadería y pastelería.

Ilustración 18 Competidor No. 5 Mimo's

Fuente: http://www.jardinplaza.com/sitio/?page_id=locales&id_local=583

Ubicado en el local No. K15 vende una línea tradicional de helados y pioneros en el lanzamiento de líneas líderes como la dietética y deslactosadas entre otras.

PRODUCTOS COMPETIDORES

Actualmente se observa en la ciudad de Santiago de Cali alta tendencia en consumo de alimentos naturales, y cada vez son más las personas que buscan y se preocupan por mejorar sus hábitos alimenticios.

Con base en esta clase de demanda las compañías de alimentos han entrado en la nueva honda de fabricar, producir y comercializar productos con propiedades especiales que permitan satisfacer las necesidades de esta clase de consumidores, entre los más sobresalientes está:

Anttonina's: Ofrece una amplia variedad de platos artesanales por lo tanto minimiza el contenido de químicos y conservantes.

Juan Valdez: Ofrece una amplia variedad de bebidas a base de café 100% orgánicos.

Helados Mimo´s: Ofrece helados a base le leche deslactosada y baja en calorías.

Dancali: Ofrece helados y postres a base de leche, azúcar y pulpa de fruta

Crepes & Waffles: Ofrece servicio de restaurante y helados como postre ideal para el acompañamiento de las comidas.

2.4 PLAN DE MERCADEO

Se diseñan estrategias para cada una de las variables de mercadeo entre ellas:

2.4.1 Estrategia de precios

Precios de la Competencia. Se han establecido como competidores cinco establecimientos localizados en el Centro Comercial Jardín Plaza, cada uno de ellos maneja rangos de precio distintos, que se ajustan dependiendo del mercado específico al cual van dirigidos.

En contraste a esta política de precios, Dancali y Mimo's tienen productos cuyos precios no superan los $2.000 pesos. Estos establecimientos dirigen sus esfuerzos de promoción haciendo gran énfasis en su bajo precio. Juan Valdez y Crepes & Waffles manejan precios un poco más altos, dirigiéndose hacia aquellos consumidores con un ingreso relativamente alto y que, además, desean comer un helado con bajas calorías.

Anttonina's tiene una política de precios que se caracteriza por darle gran importancia a la calidad del producto. Aunque el costo de producir un jugo no es tan alto como para establecer un precio de $3.500 pesos, esto lo hacen con el fin de mantener la buena imagen y cumplir con su margen de utilidad requerido. A

continuación se muestran los diferentes precios de venta de los competidores anteriormente mencionados.

Tabla 13 Precios de venta de la competencia

CREPES & WAFFLES

DESCRIPCIÓN PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO DE VENTA
CONO CON HELADO	DOS SABORES	4000
JUGOS DE FRUTA NATURAL	VASO 14 ONZ	4500

MIMO'S

DESCRIPCIÓN PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO DE VENTA
HELADO DOS SABORES	DOS SABORES	4000
VASO CON HELADO	VASO 12 ONZ	4500
SUNDAE	VASO 12 ONZ	5500

JUAN VALDEZ

DESCRIPCIÓN PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO DE VENTA
CAFÉ HELADO	VASO 12 ONZ	4500
GRANIZADO CAFÉ	VASO 14 ONZ	7000

ANTONNINA`S

DESCRIPCIÓN PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO DE VENTA
ENSALADA DE FRUTAS	MEDIANA	8000
JUGOS DE FRUTA NATURAL	VASO 14 ONZ	4500

DANCALI

DESCRIPCIÓN PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO DE VENTA
CONO CON HELADO	DOS SABORES	5000
VASO CON HELADO	VASO 14 ONZ	5000

Fuente: Los Autores

Precio Previsto. De acuerdo con las políticas de precio de “Vegan Ice Cream”, los precios de los productos se establecerán de la siguiente forma: Con base en los precios de los helados de los establecimientos ubicados en Centro Comercial Jardín Plaza. Estos establecimientos venden los helados pequeños a un precio promedio de $ 5.000 pesos.

Teniendo en cuenta la ubicación de “Vegan Ice Cream” y los competidores que existen alrededor. Al estar localizado en el Centro Comercial Jardín Plaza, “Vegan

Ice Cream” establecerá un precio ligeramente mayor al de los helados del centro comercial, pero tendrá gran cuidado con los competidores, cuyos precios son bastante competitivos en algunos casos.

De esta forma, se establecerá un precio de introducción para el mes de enero del año 2015 de $6.138 pesos para el helado vegano pequeño (Vaso de 16 onzas), de $7.400 pesos para el helado vegano mediano (Vaso de 22 onzas) y de ensalada de frutas desde $8.000 pesos y jugos naturales a $5.000 pesos. Para los siguientes 4 años, se ha establecido un incremento en los precios del 3.20%, para cada producto. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que los incrementos en los precios se aproximan teniendo en cuenta las variables macroeconómicas, con el fin de no incrementar los precios exageradamente.

Tabla 14 precios de venta previstos

VEGAN ICE CREAM					
PRECIOS DE VENTA					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Helado vegano en vaso 16 onzas Banano	6.138	6.335	6.538	6.747	6.966
Helado vegano en vaso 16 onzas Fresa	6.341	6.544	6.753	6.969	7.196
Helado vegano en vaso 16 onzas Guanabana	6.297	6.498	6.706	6.921	7.146
Helado vegano en vaso 16 onzas Chocolate	6.326	6.528	6.737	6.953	7.178
Helado vegano en vaso 16 onzas Frutos secos	6.134	6.330	6.532	6.741	6.961
Helado vegano en vaso 16 onzas Uva importada	6.297	6.498	6.706	6.921	7.146
Helado vegano en vaso 16 onzas Coco	6.630	6.842	7.061	7.287	7.523
Helado vegano en vaso 16 onzas Mango tommy	6.422	6.627	6.839	7.058	7.287
Helado vegano en vaso 22 onzas Banano	7.037	7.262	7.494	7.734	7.985
Helado vegano en vaso 22 onzas Fresa	7.315	7.549	7.791	8.040	8.301
Helado vegano en vaso 22 onzas Guanabana	7.254	7.487	7.726	7.973	8.233
Helado vegano en vaso 22 onzas Chocolate	7.294	7.527	7.768	8.017	8.277
Helado vegano en vaso 22 onzas Frutos secos	7.030	7.255	7.487	7.727	7.978
Helado vegano en vaso 22 onzas Uva importada	7.254	7.487	7.726	7.973	8.233
Helado vegano en vaso 22 onzas Coco	7.712	7.959	8.214	8.476	8.752
Helado vegano en vaso 22 onzas Mango tommy	7.426	7.664	7.909	8.162	8.427
Ensalada de frutas en recipiente 22 onzas	8.869	9.153	9.446	9.748	10.065
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Banano	5.639	5.820	6.006	6.198	6.400
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Fresa	6.856	7.075	7.302	7.535	7.780
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Guayaba	5.708	5.891	6.079	6.274	6.478
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Toamate de arbol	5.703	5.886	6.074	6.268	6.472
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Lulo	5.989	6.180	6.378	6.582	6.796
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mandarina	4.918	5.076	5.238	5.406	5.581
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mora	5.239	5.407	5.580	5.759	5.946
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Coco	5.403	5.576	5.754	5.938	6.131

Fuente: Los Autores

Se pretende ofrecer una línea de productos innovadores y diferenciales a los de la competencia, esta línea se caracteriza por materia prima vegetales y 100%

orgánicos los cuales no tendrán ningún agente químico, sintético y/o perjudicial para la salud.

La calidad juega un papel muy importante ya que se debe tener en cuenta el sabor, la textura, la presentación y la imagen, con el fin de lograr un alto impacto en los consumidores acreditando la línea de alimentos en una fuerte opción.

2.4.2 Estrategia de venta

El único canal de venta de “Vegan Ice Cream” es el stand ubicado en el Centro Comercial Jardín Plaza. Donde se le entregará el producto directamente al cliente. La forma de atraer a los clientes está dada por tres factores importantes: por medio de la entrega de volantes a los visitantes del Centro Comercial; a través de la promoción y/o descuentos; a través del diseño impactante del kiosko de venta.

Ilustración 19 Diseño del stand de venta

Fuente: Los Autores

Ilustración 20 Diseño del stan de venta aerea

Fuente: Los Autores

Ilustración 21 Diseño plan stan medidas

Fuente: Los Autores

2.4.3 Estrategia promocional

La principal forma de dar a conocer el producto es a través de volantes, tarjetas, calendarios y agendas promocionales entregados a los visitantes. El presupuesto asignado para los gastos de publicidad (que son exclusivamente los gastos de los volantes, tarjetas, calendarios y agendas promocionales), Inicialmente equivale al 4.8% por ciento de las ventas, el 20% de las utilidades será destinado en la inversión de temporadas de descuentos y/o actividades promocionales con el objetivo de fidelización de clientes. El énfasis que se le dará a la publicidad de "Vegan Ice Cream" estará basado en la calidad de los productos. El objetivo es darle a entender a los clientes de que "Vegan Ice Cream" no solo ofrece helados veganos, ensaladas y jugos, sino la oportunidad de disfrutar de una excelente nutrición ya que estos productos por ser 100% orgánicos, sin lácteos y no poseen ningún tipo de aditivo químico a esto se suma el placer de pasar un momento agradable, con el mejor servicio y la mayor calidad e higiene.

Marca Comercial La marca comercial surge de la regla básica de incorporar la alimentación ancestral donde no había alimentos industrializados tanto como ahora. El objetivo es crear un signo utilizado para distinguirse en el mercado de productos, resaltar la fachada comercial; la principal característica de esta marca es que ésta tiene carácter distintivo con el fin de que el consumidor diferencie los productos de otros de la misma especie que existan en el mercado

Logo Las frutas idea que surge de la necesidad de asociar las frutas y las verduras en un ambiente verde que se asocian con las hojas, las líneas azules simbolizan el frío. Con este logo se busca proyectar simpatía en los consumidores

Slogan. Con el fin de promocionar y generar asociación entre la ventaja, cualidad principal y marca del producto se definió un slogan corto y definido, que permita una fácil recordación por parte del consumidor y llegar así a posesionar la línea de productos en el mercado.

Ilustración 22 Logo

Fuente: Los autores

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1.1 Producto.

Envase 1. Es un recipiente que en su totalidad sale de la morfología del mango, que consta de tres implementos, la cuchara, el vaso y la tapa, estos dos últimos ensamblables, que son necesarios para la ingesta de este alimento, y que busca crearle una identidad y un reconocimiento nuestros productos por su calidad y presentación, además de contribuir al mantenimiento de la higiene del producto. Es un producto 100% biodegradable, es decir amigable con el ambiente.

El vaso: Es el recipiente en donde se pretende que se sirvan nuestros productos, es un recipiente transparente y orgánico que le permite al cliente tener un agarre fácil y seguro, pues consta de unas ranuras que hacen la función de hacer más estable el agarre, ya que permiten que no se deslice o se resbale el recipiente, estas formas también salen de la morfología del mango. Su capacidad de almacenaje viene en varias presentaciones: 12, 16, y 22 onzas.

Lo que se intenta lograr con la transparencia del vaso es mostrar y resaltar los colores y las frutas que componen el helado vegano, ya que estos colores son parte característica del mismo. Además su forma hace de este producto un objeto apilable haciendo muy fácil su transporte a la hora de comercializarlo y distribuirlo. El material de dicho envase es construido en PLA.

La cuchara: Es una cuchara especial que es más larga de lo normal permitiéndole al cliente una ingestión más fácil y cómoda. Tienen dos funciones principales, las primera es realizar la función de una cuchara normal y la segunda hacer de punzón para permitir un agarre más fácil en el caso de algunas frutas. Al igual que el vaso consta de unas ranuras en forma de espira que le brinda al cliente un

mayor agarre, restringe el paso de algunos líquidos a la hora de cambiar de función y le brindan una mayor destreza en el momento de comer. La cuchara viene envuelta en un papel protector de polietileno de baja densidad, que le brinda una mayor higiene

Ilustración 23 Cuchara

Fuente: http://tipsfamilia.com/2008/09/13/

Envase 2. Recipiente plástico en forma de copa ovalada que permite contener apropiadamente el producto brindándole comodidad y excelente presentación.

Su forma en copa le proporciona un toque de distinción y elegancia proporcionando una excelente presentación del producto terminado.

La funcionalidad de descartar la base de la copa le permite ahorrar espacio al momento de almacenarla.

Ilustración 24 Envase material biodegradable

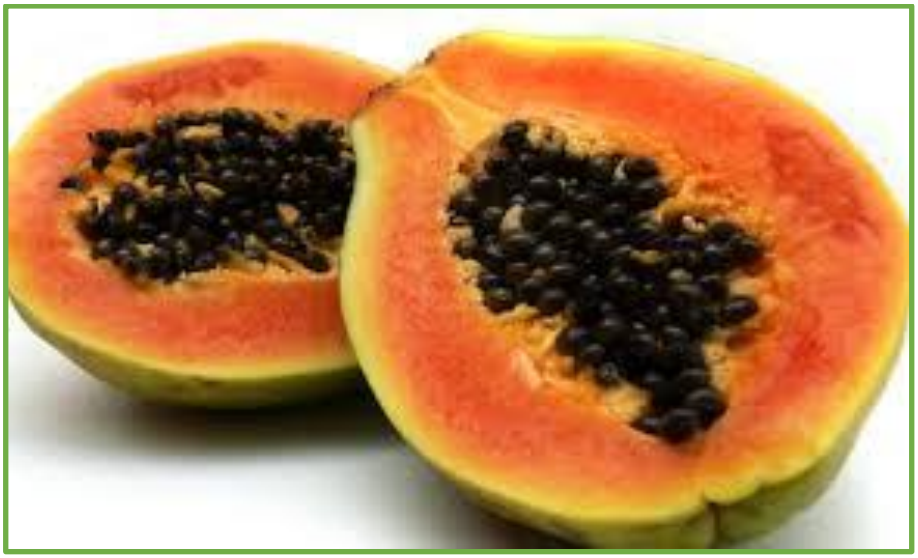
Fuente:http://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-523923459-copa-de-plastico-atlantica-de-280cc-x-12-unidades-_JM

Envase 4. Los helados y la ensalada de frutas son envasadas en la cáscara de la fruta las más utilizadas por su capacidad de almacenamiento y presentación son: la cáscara de coco, melón, sandía baby, papaya, maracuyá entre otros.

Ilustración 25 Envase natural

Fuente: http://camuypr.tripod.com/heladococo.htm

Ilustración 26 Envase natural



Fuente:http://www.planetajoy.com/?14+frutas+ex%F3ticas+que+no+pod%E9s+dejar+de+conocer&page=ampliada&id=467

Etiqueta La etiqueta de cada una de las líneas de productos consta de:

Logo comercial

Nombre comercial del producto

Contenido del producto

Cantidad neta

Límite de consumo

Certificados sanitarios

Certificados de calidad

Lugar origen de las materias

La etiqueta al respaldo cuenta con un aviso que advierte que los productos a ingerir

La ingesta de esta clase de productos debe efectuarse de inmediato.

HELADO VEGANO CHOCOLATE

Información nutricional por cada 100 gramos

Contenido energético: 196 Calorías.

Proteínas: 3,2 gr

Hidratos de Carbono: 26,9 gr

Azucar 6,2 gr

Isoflavonas: 3,0 mg

Fibra: 1,3 gr

Sodio: 0,3 gr.

INGREDIENTES:

Agua, azúcar, cobertura especial de chocolate (azúcar orgánica, pasta de cacao, grasa vegetal 10 gr (Grasa de coco, soya, algodón), manteca de cacao, lecitina de soja, vainillina y trazas de frutos secos), proteína de soja

Ilustración 27 Helado vegano chocolate

Fuente: http://mujer.starmedia.com/cocina/receta-helado-chocolate-light.html

HELADO VEGANO FRUTOS SECOS

Información nutricional: por cada 100 gramos

Contenido energético: 156 Calorías

Carbohidratos: 16,8gr

Azúcares: 8,5gr

Proteínas: 3,0gr

Grasas: 0,6gr

Sal: Trazas

Ingredientes: Agua, sirope de agave, anacardos, nueces pecanas.(Sin leche, sin huevo, sin gluten, sin azúcar, sin soja, ecológico, 100% vegano)

Según (Pol & Ramos, 2011) “El sirope de agave también conocido como néctar de agave o miel de agave es el jugo vegetal dulce que se extrae de las hojas o

pencas del agave, planta de aspecto parecido a una yuca o cactus pero que en realidad es una suculenta similar al aloe vera. Originaria de América tropical, subtropical y el Caribe, existen más de cien especies de plantas, pero para la producción del sirope se emplean principalmente el agave azul y el agave maguey.” p.20

Ilustración 28 Helado Vegano Frutos Secos

Fuente: http://postres.variaditos.com/tag/helado-de-almendra

HELADO DE SABORES VARIADOS

Información nutricional: por cada 100 gramos

Contenido energético: 100 Calorías

Carbohidratos: 12,8gr

Azúcares: 3,5gr

Proteínas: 2,0gr

Grasas: 0,6gr

Sal: Trazas

Ingredientes: Agua, sirope de agave, fruta orgánica de acuerdo al sabor de preferencia del cliente (banano, fresa, guanábana, uva, coco y mango)

Ilustración 29 Helado vegano sabores variados

Fuente:http://www.plusesmas.com/ocio_en_casa/recetas_cocina_imprimir/postres/helados/helado_de_coco_con_frutos_rojos/827.html

ENSALADA DE FRUTAS

Información nutricional: por cada 250 gramos

Contenido energético 108 Calorías

Proteína 1,27 gr

Carbohidratos 25 gr

Fibra 3.4 gr

Azúcar 20.46 gr

Grasa 1.63 gr

Colesterol 0 mg

Sodio 11 mg

Potasio 268 mg

Ingredientes: Frutas variadas fresa, banano, melocotón, kiwi, sandia

Ilustración 30 Ensalada de frutas orgánicas

Fuente: https://consejonutricion.wordpress.com/tag/comida/page/15/

3.1.2 Metodología para el Estudio de la Ingeniería del Proyecto

En esta parte del proyecto se abarca lo referente a los aspectos productivos delos helados veganos, ensaladas, jugos y granizados a base de frutas orgánicas y mieles vegetales, sin preservantes ni colorantes que mediante el análisis de la competencia se han determinado que son de gran aceptación en el mercado.

Para este capítulo se parte del análisis potencial de la producción de los alimentos refrescantes mencionados anteriormente y se procede a definir aquellos productos que comprenderán el portafolio de servicio para la empresa.

A estos productos se le efectuaran los análisis técnicos tales como especificaciones, materiales usados, insumos con sus respectivos costos, incluyendo el proceso productivo en la elaboración de los mismos.

Los diagramas de flujos del producto incluyen las operaciones que son llevadas a cabo para cada uno de los componentes.

Se debe señalar que del portafolio final de los productos se escoge uno de ellos como el producto estrella entre el grupo, debido a las características de la demanda y las preferencias de este tipo de alimentos frente a los otros de la línea y a su vez se clasificaran los demás productos de acuerdo a su nivel y aceptación.

Las fichas técnicas del producto indican las dimensiones generales y las características físicas del producto con el fin de determinar la composición. El análisis está acompañado de los datos más relevantes acerca de los aspectos de maquinaria y equipo utilizados en la producción y la forma en que estos procesan la materia prima requerida.

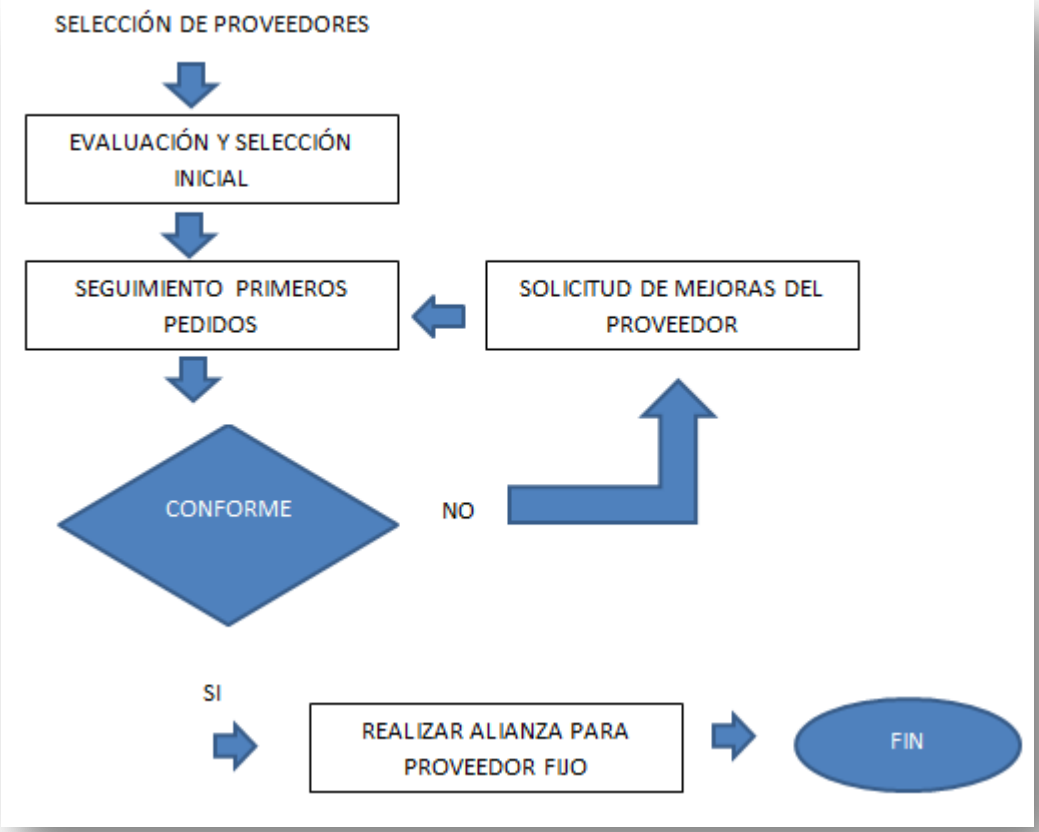
Analizando el costo de producción anualmente y la comercialización de los helados veganos, ensaladas y jugos y base de frutas 100% orgánicas.

En el presente capitulo se analiza la localización del local comercial del proyecto teniendo en cuenta la macro localización y micro localización, además de analizar las unidades máximas que se pueden producir y comercializar al año.

3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo

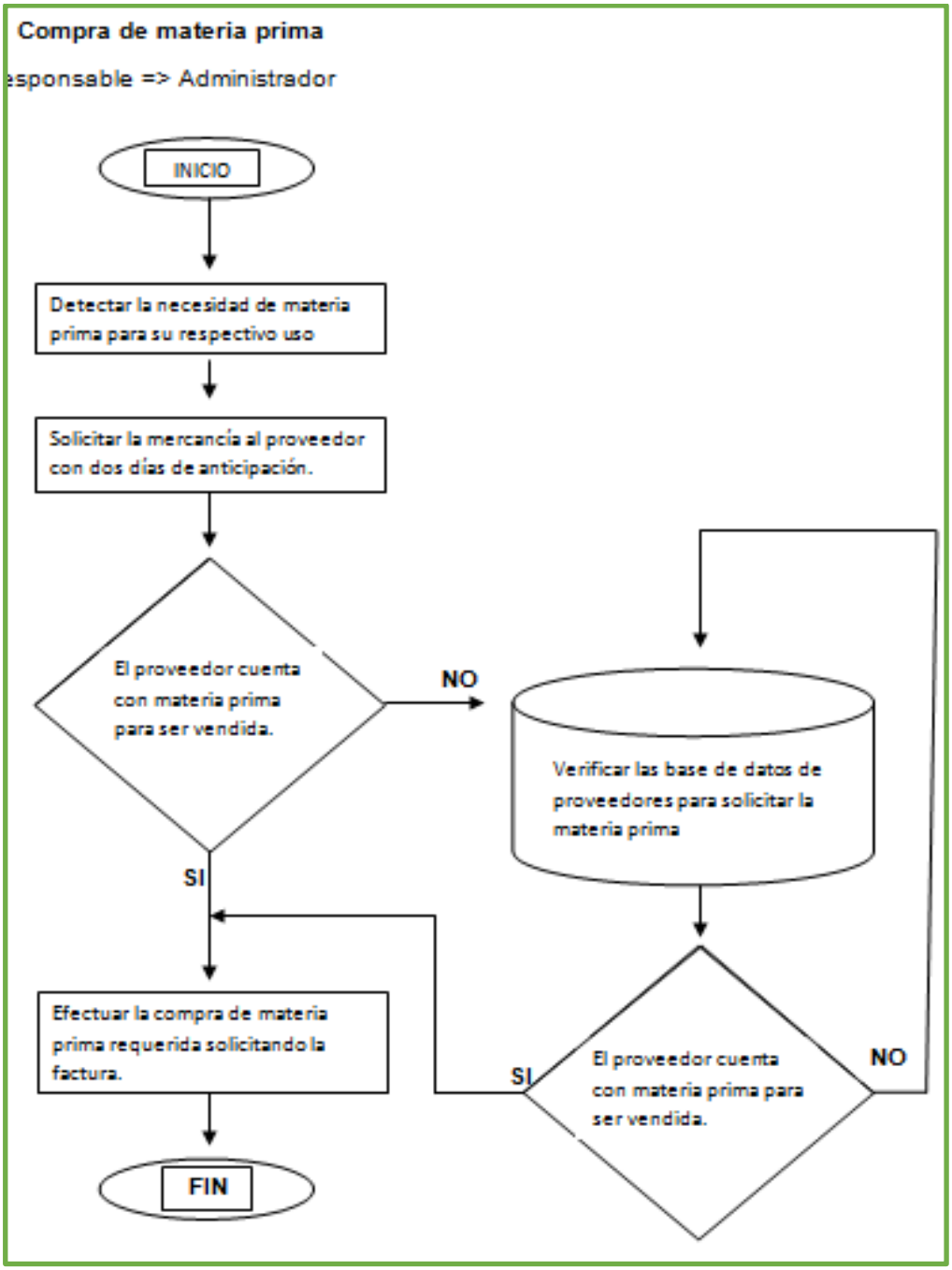
A continuación se muestra la representación de los procesos de la compañía. Estos se hacen por medio de diagramas de flujo de procesos, en donde cada rectángulo indica la actividad u operación y se continúa con el diagrama de proceso en planta.

Ilustración 31 Proceso selección de proveedores



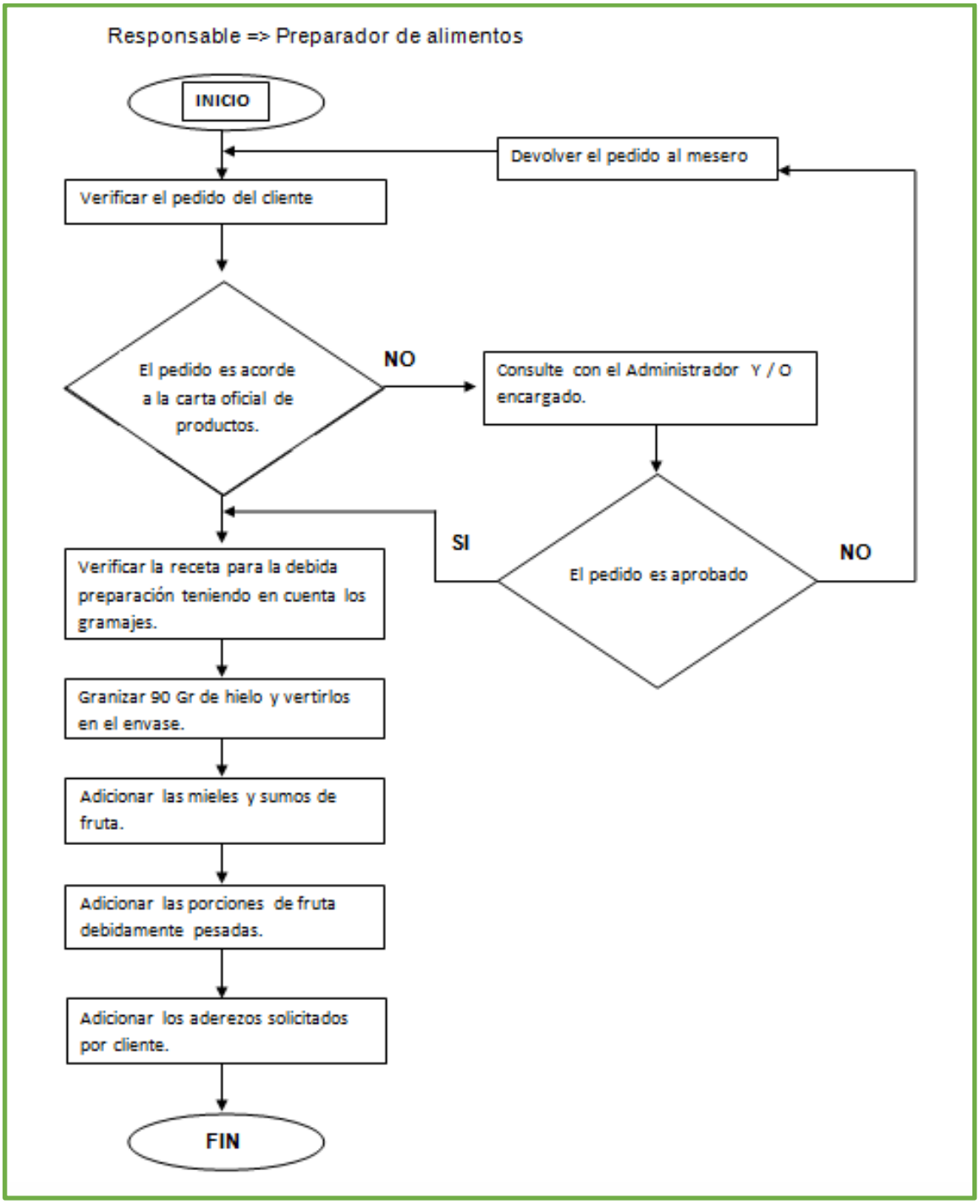
Fuente: Los autores

Ilustración 32 Flujograma elaboración de pedidos



Fuente: Los Autores

Ilustración 33 Flujo grama el despacho de pedidos



Fuente: Los Autores

Proceso productivo de elaboración de helado vegano:

El proceso de elaboración está basado en la producción de helado vegano, para lo cual se ha escogido como producto esencial dentro del portafolio. Esto con el fin de determinar específicamente los valores para este producto y poder estimar el volumen a producir inicialmente de este mismo, esto por consiguiente no cierra las posibilidades a que se elaboren los otros tipos de productos, que igualmente serán ofrecidos a los consumidores pero teniendo en cuenta las semejanzas del proceso entre un producto y otro se centralizan en la producción del helado vegano.

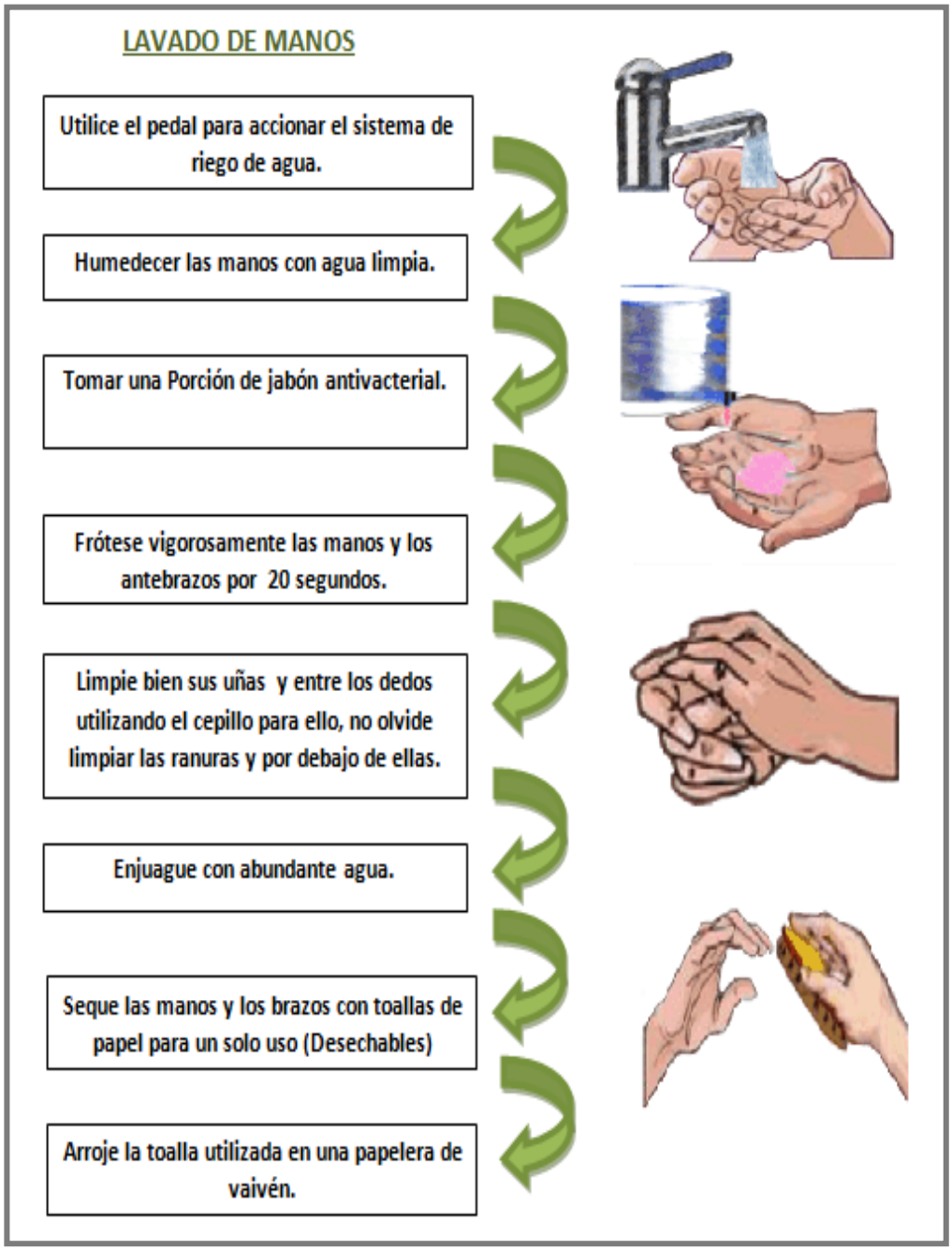
Al determinar los elementos del proceso productivo y mediante el análisis del mismo se logra definir las necesidades correspondientes de equipos y maquinaria para el proyecto, aspectos determinantes en la inversión inicial del proyecto junto a los costos directos e indirectos de fabricación y lo referente a insumos y materiales utilizados.

El proceso de elaboración puede ser entendido mediante el análisis de 5 diferentes etapas y un empaque para la presentación, las cuales enmarcan diversas operaciones intermedias dentro de cada uno de los procesos:

- ✓ Lavado y esterilización de superficies e insumos
- ✓ Corte de corteza y picado de frutas orgánicas y congelado
- ✓ Mezcla de fruta y leche vegetal en la procesadora
- ✓ Mezcla de ingredientes y adición de aderezos
- ✓ Porcionado
- ✓ Empaque
- ✓ Servicio de entrega

Etapa 1. Lavado y esterilización de superficies e insumos: Antes de iniciar con la jornada de producción se deben aplicar las normas básicas de salubridad para brindar un producto en excelentes condiciones, para ello se deben desinfectar pisos, paredes y superficies que involucren el área de producción.

Ilustración 34 Proceso de lavado de manos



Fuente: Los Autores

Ilustración 35 Proceso de desinfección de ambientes

Fuente: Los Autores

Ilustración 36 Proceso de desinfección de superficies

Fuente: Los Autores

Etapa 2. Corte de corteza y picado de frutas orgánicas y congelado: El proceso inicia una vez las frutas estén acondicionadas para retirar la corteza utilizando como herramienta básica un cuchillo semicurvo en acero inoxidable, posterior a ello se retira la semilla y fibras de la fruta obteniendo así un producto en proceso de producción.

Al momento de picar la fruta esta se realiza bajo parámetros de calidad y presentación, se utilizan diversos tipos de corte y en algunos casos se utilizan moldes en acero inoxidable para dar formas a la fruta.

Etapa 3. Mezclado de fruta y leche vegetal en la procesadora: En esta etapa se procede a partir de la fruta congelada, se mezcla con la leche vegetal fría en la licuadora industrial a alta velocidad que dá como resultado la textura del helado.

Etapa 4. Mezcla de ingredientes y adición de aderezos: Se realiza bajo parámetros de calidad y presentación. <<Ver siguiente grafico>>

Ilustración 37 Fruta picada

Fuente: Los Autores

Etapa 5. Porcionado: Este paso permite estandarizar la cantidad establecida da cada ingrediente que compone un producto determinado, se debe tener en cuenta:

- ✓ Tamaño del envase
- ✓ Cantidad en gramos de cada ingrediente
- ✓ Presentación del producto terminado

3.1.4 Tecnología y selección del equipo

Para clasificar los equipos que se usarán en el proyecto es necesario considerar v que existen tres grupos dentro de los cuales se clasifican todos los equipos y maquinaria considerados. El equipo básico es aquel que está directamente relacionado con el proceso productivo; el equipo auxiliar es el que se complementa con otros equipos necesarios para llevar a cabo la operación asociada con el objeto del proyecto, como es aquel para el transporte, almacenaje, suministro de servicios, comunicaciones y emergencias; por último está el equipo para servicios, es decir, el equipo para oficina, de cafetería, de servicios médicos, de limpieza y seguridad entre otros. Es necesario tener en cuenta que el proceso utilizado comúnmente para la producción de los alimentos refrescantes en su mayoría manual, lo cual demanda un mayor tiempo de producción. En el marco del presente proyecto se hará uso de maquinaria y equipo que permita reducir ese tiempo.

Tabla 15 Inversión

HELADOS VEGAN ICE CREAM			
ACTIVOS FIJOS	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
MUEBLES Y ENSERES			
Congeladores Whirlpool	1	1.200.000	1.200.000
Nevera Whirlpool	1	900.000	900.000
Cortadora de Frutas Whirlpool	1	230.000	230.000
Mesa tipo barra	1	2.000.000	2.000.000
Meson en acero inoxidable	1	1.500.000	1.500.000
silla ergonomica	1	150.000	150.000
Estante o Repisas	2	150.000	300.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**6.280.000**
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Computador o Portatil de Mesa hp	1	850.000	850.000
telefono inalambrico LG	1	72.000	72.000
Celular	1	70.000	70.000
Impresora LEXMARK MS810dn	1	400.000	400.000
TV 45 lg BRAVIA	1	1.100.000	1.100.000
Caja registradora	1	450.000	450.000
Equipo de sonido BRAVIA	1	550.000	550.000
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			**3.492.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Maquina industrial raspado de hielo	1	450.000	450.000
Extractor de frutas	1	448.000	448.000
Licuadora industrial	1	550.000	550.000
Extintor (8 libras de bioxido de carbono)	1	1.250.000	1.250.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**2.698.000**

Fuente: Los Autores

Ilustración 38 Mesón en acero inoxidable

Fuente: Mercado Libre

Ilustración 39 Extractor de jugo de frutas y verduras

Fuente: Mercado Libre

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Dimensiones generales; Frente: 0.30 / Fondo: 0.30 / Alto: 0.39 mts.
- Exprimidor para la elaboración de jugos de naranja o toronja.
- Fabricado en acero inoxidable grado alimenticio, de gran durabilidad y fácil limpieza.
- Capacidad de producción de 90 lts/hr.
- Proceso continua de hasta 120 min., por 10 min. de descanso.
- Protección en baleros del motor por derrames accidentales.
- Motor de 1/3 HP / 127 volts / 1,725 RPM.
- Opcional motor de 3/4 HP / 220 volts / 1,720 RPM.
- Piña para limón opcional (sola una piña).
- Foco piloto indicador de encendido.

Ilustración 40 Licuadora Industrial

Fuente: Mercado Libre

Licuadora de Serie Profesional

Model: BPST02-B00

- Potente motor de 600 watts
- Resistente caja de alojamiento del motor de hierro fundido y exclusive Sistema de Acople Metal contra Metal que le garantizan una mayor calidad y durabilidad
- Sistema de impulsión totalmente metálico All-Metal Drive® Revolucionaria cuchilla pica hielo
- Jarra de vidrio refractario con capacidad para 6 tazas (1,5 litros)
- Interruptor de 2 velocidades
- Consumo de energía (Wh/Dia): 19.56
- Consumo de energía en espera (Wh/Dia): 0.1

Ilustración 41 Maquina industrial para raspar hielo

Fuente: Mercado libre.com

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Dual stainless steel shaving blades for higher shaving speed
- The power cuts off automatically when the hopper is opened.
- Anodized aluminum casing and hopper for easier cleaning and rust-resistance
- Stable heavy cast base adds extra stability
- Water-resistant ?on / off? switch for safe operation
- Low maintenance

Specifications:

Rotated Speed	1450r/min
Shaving Capacity	143 lbs/h (65kg/h approximately)
Power	200W
Voltage	110V
Frequency	60HZ
Color	Gray
Overall Size	17"x 12" x 8"
Bowl Diameter	8"
Weight	12.08lbs

Ilustración 42 Congelador Vertical 19 pies

Fuente: Mercado Libre

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- 6 Bandejas con amplio espacio interior
- Tanque en PS alta resistencia
- Empaque magnético removible para facilitar su limpieza
- Puerta eliptica con bordes redondeados y manija integrada
- Puerta reversible
- Bajo nivel de ruido
- Condensador oculto
- Gavinete exterior en lámina CR con pintura electrostática
- Clase Subtropical
- 100% ecológica - libre de CFC

Código: 16.4304.13.99 - Blanco
Código: 16.4304.13.16 - Gris

Ilustración 43 Nevera

Fuente: Mercado Libre

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- Los equipos de refrigeración de cincuenta pies llevan dos compresores en la parte de conservación unidad de 1/3HP con un amperaje de 5.5.
- Unidad eléctrica a 110V.
- Compresor monofásico.
- Evaporador por tiro forzado.
- Temperatura promedio de conservación +5°C. y de congelación 10°C a -12°C.
- Cuerpo y puerta aisladas con 100% poliuretano inyectado.

3.1.5 Cálculo de Cantidades de materia prima e insumos

- Las materias primas adquiridas corresponderán a las mismas requeridas para satisfacer las proyecciones de volumen y ventas
- Las compras de materia prima se realizarán cada semana de trabajo los días sábados adquiriendo las cantidades requeridas para una semana de producción, lo que implica un inventario de rotación de materias primas en insumos de 7 días.

Tabla 16 Costo de materia prima

MATERIA PRIMA ORGANICA	COSTO	GRAMOS
BANANO	10.375	12.500
FRESA	70.000	12.500
GRANADILLA	31.250	12.500
GUANABANA	32.500	12.500
SANDIA BABY	13.750	12.500
KIWI	32.500	12.500
LIMON TAHIKI	17.500	12.500
LULO	27.500	12.500
CHOCOLATE	25.000	12.500
MANGO TOMMY	32.500	12.500
MANZANA ROJA	26.200	12.500
MANZANA VERDE	26.200	12.500
MARACUYA	18.750	12.500
MELON	26.250	12.500
MORA	40.750	12.500
PAPAYA	11.250	12.500
PERA	18.100	12.500
PIÑA CORRIENTE	12.500	12.500
FRUTOS SECOS	10.000	12.500
TOMATE DE ARBOL	13.500	12.500
UVA IMPORTADA	22.750	12.500
MIEL DE AGABE (PLANTA)	52.500	12.500
COCO	48.750	12.500
ALMENDRAS	27.200	12.500
LECHE DE COCO LITROS	3.400	450
LECHE DE SOYA LITROS	4.200	450

Fuente: Los Autores

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización de un proyecto de inversión o de local comercial está orientada principalmente con el objetivo de lograr una posición de competencia basada en cantidad de clientela potencial y la eficiencia en el servicio.

La localización se estudió con respecto la macro localización (regional) y un nivel de micro localización (local).

Donde se consideraron aspectos como:

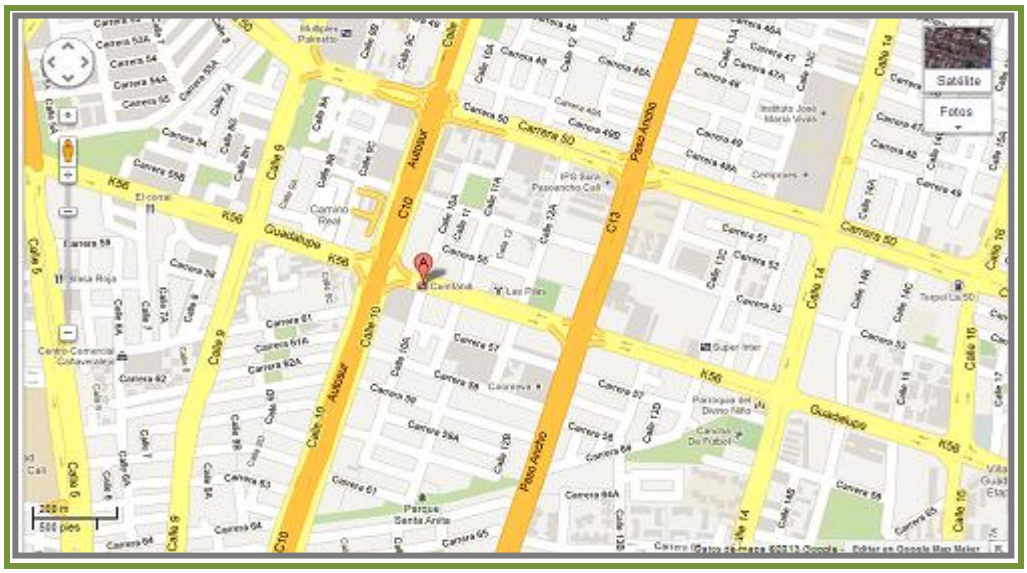
- Condiciones de abastecimientos de materia prima e insumos
- Infraestructura, servicios públicos, sistema de transporte y vías de accesos.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Condiciones climáticas, culturales y políticas.

Los factores determinantes que permiten una óptima ubicación del local comercial para la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas, jugos y granizados a base de frutas orgánicas y mieles vegetales sin preservantes ni colorantes están determinados de la siguiente manera:

Distancia al cliente. Determinado por la afluencia de personas al centro comercial acceso de rutas de transporte desde los diferentes puntos de la ciudad. Lo que es vital a la hora de captar clientes potenciales.

Distancia de los proveedores. Dentro de la zona o la comuna 17 se encuentra la posibilidad de encontrar los proveedores de materia prima o insumos especializados para la elaboración de los productos. Los cuales deben garantizar productos de óptima calidad así como tiempos razonables al productor.

Ilustración 44 Distancia de los proveedores



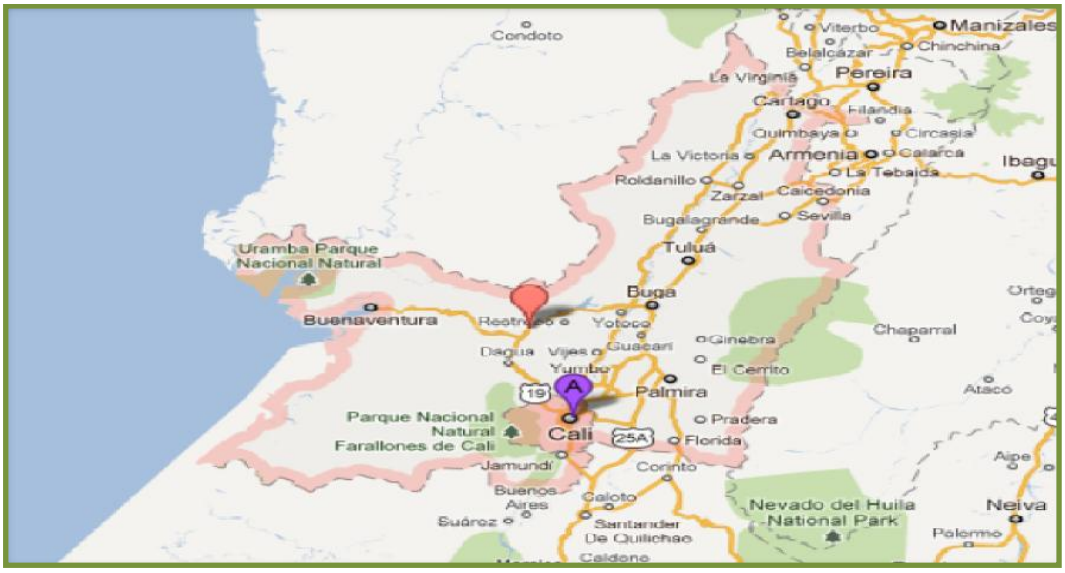
Fuente: http://maps.google.com/maps

Distancia de los trabajadores. La zona escogida por la excelente ubicación le permite llegar a los colaboradores fácilmente desde cualquier punto de la ciudad ya sea en transporte público o particular. Podrá ingresar por una de las tres porterías vehiculares y/o la portería peatonal que tiene dispuestas sobre la Calle 5 y la avenida paso ancho.

Si la opción es usar el MIO (Sistema de transporte masivo de occidente), se puede abordar el sistema en una estación que esté sobre las avenidas troncales, luego deberá establecer cuál de estas los dejará en la Estación Buitrera. Las rutas más usadas en todos los sentidos son:

T31 E31 E21

Ilustración 45 Mapa del Valle del Cauca



Fuente: http://maps.google.com/maps

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Según el estudio de mercado para el proyecto se estimó una demanda de 18.372 unidades de producto terminado al año, entre ellos: helados, ensaladas y jugos lo cual equivale a 1.531 unidades al mes.

Tabla 17 Estimado de mensual

PRODUCTO	MENSUAL
Helado vegano en vaso 16 onzas Banano	105
Helado vegano en vaso 16 onzas Fresa	85
Helado vegano en vaso 16 onzas Guanabana	35
Helado vegano en vaso 16 onzas Chocolate	159
Helado vegano en vaso 16 onzas Frutos secos	93
Helado vegano en vaso 16 onzas Uva importada	22
Helado vegano en vaso 16 onzas Coco	54
Helado vegano en vaso 16 onzas Mango tommy	23
Helado vegano en vaso 22 onzas Banano	89
Helado vegano en vaso 22 onzas Fresa	67
Helado vegano en vaso 22 onzas Guanabana	22
Helado vegano en vaso 22 onzas Chocolate	107
Helado vegano en vaso 22 onzas Frutos secos	65
Helado vegano en vaso 22 onzas Uva importada	17
Helado vegano en vaso 22 onzas Coco	31
Helado vegano en vaso 22 onzas Mango tommy	26
Ensalada de frutas en recipiente 22 onzas	63
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Banano	92
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Fresa	104
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Guayaba	32
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Toamate de arbol	25
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Lulo	59
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mandarina	45
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mora	54
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Coco	79
TOTAL	**1.553**

Fuente: Los autores

Productos:

Teniendo en cuenta la variedad de productos que se ofrecen en el portafolio se describirán las características técnicas de algunos alimentos refrescantes que mediante análisis de la competencia, se han determinado como los productos de mayor rotación y venta en el mercado.

- **Helado Vegano**: Debido a la aceptación que tiene este producto en el mercado se ha decidido fabricar y comercializar tres presentaciones del

mismo así: presentación vaso 16 onzas y 22 onzas, que difieren en la cantidad para la preferencia del consumidor.

- **Jugo de fruta:** Se ofrecen jugos en agua natural embotellada logrando cumplir con los estándares de calidad e higiene, estos se preparan al momento de solicitar el pedido del consumidor, ofreciendo así un producto fresco y nutritivo (Tips de nutrición saludable).
- **Ensalada de frutas:** Picadillo de frutas varias y helado según la preferencia del consumidor. Este producto es muy versátil lo que lo posiciona como un producto vaca dentro del ranking de productos con mayor aceptación.

Plan de producción Se ha determinado el plan de producción anual proyectado a 5 años la cantidad a producir de cholados y productos sustitutos será:

Tabla 18 Producción proyectada a cinco años

VEGAN ICE CREAM					
UNIDADES					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Helado vegano en vaso 16 onzas Banano	1.260	1.300	1.342	1.385	1.430
Helado vegano en vaso 16 onzas Fresa	1.020	1.053	1.086	1.121	1.158
Helado vegano en vaso 16 onzas Guanabana	420	433	447	462	477
Helado vegano en vaso 16 onzas Chocolate	1.908	1.969	2.032	2.097	2.165
Helado vegano en vaso 16 onzas Frutos secos	1.116	1.152	1.189	1.227	1.266
Helado vegano en vaso 16 onzas Uva importada	264	272	281	290	300
Helado vegano en vaso 16 onzas Coco	648	669	690	712	735
Helado vegano en vaso 16 onzas Mango tommy	276	285	294	303	313
Helado vegano en vaso 22 onzas Banano	1.068	1.102	1.137	1.174	1.212
Helado vegano en vaso 22 onzas Fresa	804	830	856	884	912
Helado vegano en vaso 22 onzas Guanabana	264	272	281	290	300
Helado vegano en vaso 22 onzas Chocolate	1.284	1.325	1.367	1.411	1.457
Helado vegano en vaso 22 onzas Frutos secos	780	805	831	857	885
Helado vegano en vaso 22 onzas Uva importada	204	211	217	224	232
Helado vegano en vaso 22 onzas Coco	372	384	396	409	422
Helado vegano en vaso 22 onzas Mango tommy	312	322	332	343	354
Ensalada de frutas en recipiente 22 onzas	756	780	805	831	858
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Banano	1.104	1.139	1.176	1.213	1.253
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Fresa	1.248	1.288	1.329	1.372	1.416
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Guayaba	384	396	409	422	436
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Toamate de arbol	300	310	320	330	340
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Lulo	708	731	754	778	803
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mandarina	540	557	575	594	613
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mora	648	669	690	712	735
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Coco	948	978	1.010	1.042	1.076
TOTAL	**18.636**	**19.232**	**19.848**	**20.483**	**21.149**

Fuente: Los Autores

Diseño y distribución del local de producción y comercialización:

La distribución del local de producción y comercialización se hace acorde con los requerimientos del proyecto y cumpliendo con la normatividad sanitaria, el área es de 3 m ancho x 3 m de largo y un área adicional de 1.5 m para ubicar sillas tipo bar alrededor de él.

En el área de producción se instalará un canal con rejilla y malla de seguridad contra roedores, esta con el fin de permitir la correcta circulación de aguas negras.

Las paredes deben ser pintadas con sustancias no toxicas y con una capa impermeable que permita ser lavada con agua, jabón y otros desinfectantes, sin que se vea afectada.

Ilustración 46 Diseño y distribución del área comercial

Fuente: Los Autores

Ilustración 47 Diseño y distribución área producción

Fuente: Los autores

El local comercial se toma en alquiler a la inmobiliaria a cargo la cual cuenta con los servicios fundamentales, las instalaciones cuentan con servicio de energía y agua potable. Es necesario hacer las instalaciones de la mesa tipo bar para iniciar las actividades.

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El análisis organizacional de VEGAN ICE CREAM es presentar un modelo basado en principios y objetivos coherentes con la razón de ser del proyecto. Para llevar a cabo una estructura organizacional acorde con las expectativas y necesidades de la empresa.

De acuerdo a la demanda y las proyecciones de demanda y ventas y teniendo en cuenta los procesos productivos y la maquinaría necesaria para la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas, jugos a base de frutas orgánicas en capítulos anteriores; se necesitarían las siguientes personas:

- Para la parte de producción se necesita un operario, el cual prepara los diferentes productos del portafolio y trabaja en un horario de 8 horas jornada legal.
- Para la parte administrativa se necesita una persona, encargado de la parte financiera. (nómina y de ventas) y segundo encargado de publicidad, mercadeo y trámites de la compañía en general.

4.1.1 Misión

Brindar las mejores alternativas en la producción y comercialización de helados veganos, ensaladas, jugos a base de frutas 100% orgánicos, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y superando sus expectativas, Contribuyendo así en la salud y el medio ambiente.

4.1.2 Visión

En el 2019 VEGAN ICE CREAM. Se afianzará y se posicionará en el mercado como una de las empresas mejor estructurada en la producción y comercialización

de productos veganos. Caracterizada por la ética, el excelente servicio, la calidad de sus productos y diseños modernos e innovadores.

4.1.3 Valores corporativos

Honestidad. Construir un futuro integro, creyendo que la transparencia en todo lo que se hace es la mayor fortaleza ante la sociedad y crecimiento personal.

Trabajo en equipo. Unir esfuerzos y talento para lograr objetivos comunes, manteniendo un alto grado comunicación, confianza y participación.

Compromiso. Trabajar con un alto grado de pertenencia y amor al servir a nuestros compañeros y clientes.

Persistencia. Trabajar con ánimo, dinamismo y perseverancia para permanecer vigentes en el mercado, orientados a ofrecer a los clientes siempre la mejor calidad.

Gratitud. Tener un alto sentido de agradecimiento, con quienes participan en el desarrollo, crecimiento como empresa y a la sociedad participante de este.

Cumplimiento. Ser una empresa empeñada a realizar a cabalidad nuestras metas y requerimientos de los clientes.

Orden y limpieza. Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar, con un ambiente de trabajo limpio y agradable.

Lealtad. Ser fiel a nuestra compañía y a nuestros valores organizacionales.

Creatividad e innovación. Generar un espacio participativo donde se realice la implementación de ideas y reconocimientos en pro de la empresa.

Responsabilidad. Cumpliendo con las funciones pactadas a tiempo.

Calidad. Realizar las funciones y tareas bien, para cumplir las expectativas del cliente.

Principios organizacionales

- Comportamiento ético frente a todo tipo de negociación y acuerdo en los que la empresa este inmersa.
- Respeto por todas las personas que son parte de los grupos de interés de la empresa partiendo del capital humano de la compañía, clientes, proveedores, sociedad y estado.
- Vocación de servicio y atención al cliente.
- Transmitir confianza a nuestros clientes, proveedores y colaboradores cumpliendo siempre todos los acuerdos o convenios que la empresa haga.
- Calidad en todos los procesos partiendo desde las actividades que realiza la parte operativa hasta la terminación de la compra de los clientes.
- Obtener suficiente rentabilidad que permita cumplir con los objetivos financieros de la empresa, para así satisfacer las expectativas de los inversionistas, que permita dar bienestar a sus colaboradores, cumplir con todas las obligaciones y compromisos de la empresa.

4.1.4 Filosofía de trabajo

Brindar un buen servicio a nuestros clientes con amabilidad y respeto, proporcionado así un buen producto sano y de excelente sabor, cumpliendo con los controles y supervisiones necesarias para que nuestros productos cumplan con las normas de calidad y presentación, con los más altos estándares en procesos de seguridad e higiene. Todo esto será posible con una fuerza de ventas capacitada y motivada para un mejor servicio y producto.

La responsabilidad social empresarial es el principal compromiso y se entiende como una visión de negocio que integra en forma armónica la gestión empresarial,

el cumplimiento a la ley y el respeto por los valores éticos, por las personas, por la comunidad y por el medio ambiente.

Es prioridad de VEGAN ICE CREAM. Desarrollar sus actividades económicas en armonía con el medio ambiente, por esto seguirá apoyando la agricultura 100% orgánicos, capacitando y sensibilizando continuamente al personal interno y externo sobre la alimentación con productos tratados 100% natural y de cómo contribuimos al medio ambiente con el fin de trasmitir esta información a los consumidores.

4.1.5 Competencias organizacionales

Ética. Personas que tengan la habilidad de incorporar valores y principios para poder distinguir de lo favorable, sea reflejado en su conducta (pensar, hablar, sentir, actuar).

Manejo de personal. Personas que tengan la habilidad de apoyar y dirigir grupos para alcanzar las metas organizacionales y distinguir las habilidades individuales de los grupos de trabajo.

Comunicación. Personas que tengan la habilidad de transmitir y comprender información en pensamientos y sentimientos en forma no verbal, verbal, escrita, electrónica y otras. Desarrollando la escucha activa.

Manejo de diversidad. Personas que tengan la habilidad para responder con carisma y empatía a las diferentes característica de los clientes o grupos de estratos socioeconómicos.

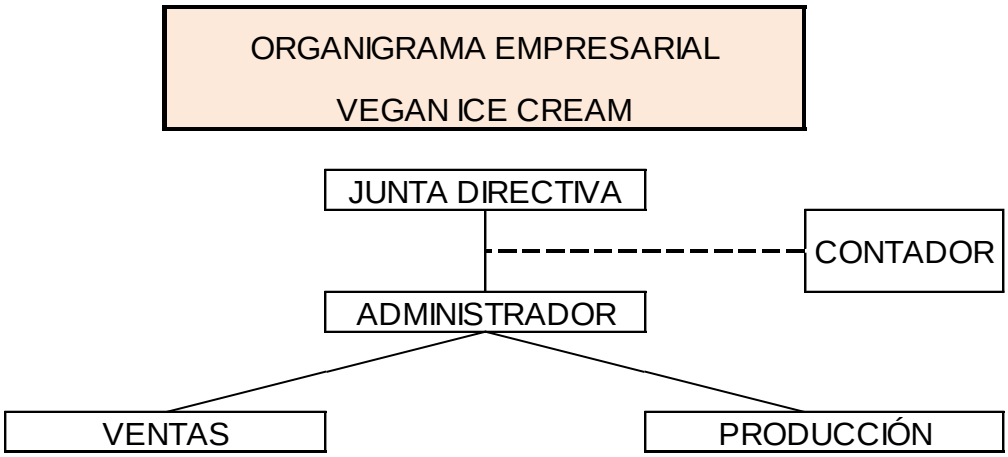
Manejo transcultural. Personas que tengan la habilidad en reconocer similitudes y diferencias entre culturas, para poder implementar en temas organizacionales y dejando atrás la incertidumbre para promover más sus participaciones e intereses.

Manejo al Cambio. Personas con la habilidad reconocer y poner en práctica las transformaciones nuevas en los clientes, tareas, infraestructura, recursos económicos, entre otros.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Según nuestra necesidad de cubrir un mercado en los helados veganos, ensaladas de frutas y jugos a base de frutas 100% orgánicas, nos brinda una facilidad de expansión de este mercado a nuevas tiendas y brindar mayor aporte a la demanda y oferta de la fruta orgánica y así poder realizar una empresa competitiva a escala según nuestros grandes competidores. Todo lo realizaremos con un organigrama que facilite la transmisión de información y no entorpezca la los procedimientos y tareas de nuestras operaciones.

Ilustración 48. Organigrama Empresarial



Fuente: Los Autores

Descripción del puesto

FICHA TECNICA CARGO ADMINISTRADOR

Área: Administrativa. **Cargo:** Administrador.

Tipo de Contrato: Termino Fijo.

Objetivo.

- Establecer las actividades, normas y responsabilidades que permitan realizar un adecuado control en el manejo de los valores, inversión, estrategias comerciales para generar un valor agregado a la organización.

Personas a Cargo.

- Jefe de producción
- Vendedor.

Descripción del cargo

- Organizar, supervisar y verificar las necesidades administrativas de la compañía que se realicen de forma eficiente, controlando los gastos y los pagos oportunos a los empleados y proveedores, así promoviendo el crecimiento de nuevos mercados y productos de la compañía.

Funciones.

- Verificar y conservar la buena imagen de la compañía.
- Mantener actualizado el pago de impuestos (alcaldía, bomberos, cámara y comercio y uso de suelo)
- Actualizar los derechos sanitarios y de manufactura.
- Mantener actualizadas las normas sanitarias.
- Coordinación de diligencias administrativas y requerimientos de producción

- Recepción y verificación de la entrega de los pedidos.
- Organizar, verificar y controlar los pagos de parafiscales y seguridad social.
- Liquidar nómina y supervisar el pago oportuno de cada uno de los trabajadores.
- Elaborar informes de ventas y programación mensuales de pago.
- Recaudar el efectivo de las ventas.
- Desarrollar estrategias que ayuden a captar más clientes
- Encargarse del proceso de selección del personal, proceso y capacitación de este.

Perfil y/o experiencia requerida.

Estudios certificados de manufactura diploma o acta de grado.	Experiencia mínima de un año en áreas de mercadeo y ventas.
Carnet de manipulador de alimentos.	Experiencia certificada en manejo de los alimentos, su refrigeración y conservación de estos.
Tecnólogo o Profesional en administración de empresas, ingeniería industrial o carreras afines.	Experiencia en manejo de normas de manufactura.

FICHA TECNICA CARGO VENDEDOR

Área: Administrativa. **Cargo:** Vendedor.

Tipo de Contrato: Termino Fijo.

Objetivo.

- Asesorar al cliente sobre lo que son los helados veganos, vendiendo mas que un producto un estilo de vida y así vender cada uno de los elementos de nuestro portafolio.

Personas a Cargo.

- Ninguna

Jefe inmediato. Administrador.

Descripción del cargo

- Dar asesoría especializada a los clientes que ingresan al local, para resolver inquietudes y apoyar su decisión de compra.

Funciones.

- Tomar los pedidos que hacen los clientes y entregarlos en el área de producción.
- Distribuir la publicidad pre-operativa a los clientes.
- Ofrecer un buen servicio amable, respetuoso y con los más altos estándares de atención al cliente.
- Diligenciar y reportar al superior las estrategias de mejora planteadas por los clientes.
- Contribuir al logro de los objetivos de las ventas y proponer nuevas mejoras de atención al cliente.
- Impulsar el producto y mantener su área de trabajo limpia y libre de obstáculos.
- Apoyar en la elaboración de los pedidos de los clientes en casos necesarios.

Perfil y/o experiencia requerida.

Técnico en carreras de mercadeo o	Experiencia mínima de un año en

carreras afines.	áreas ventas y atención al público.

Objetivo Específicos:

- Realizar acompañamiento en las estrategias para impulsar las ventas.
- Brindar aportes de mejor continua en la atención al cliente y preocuparse por las necesidades de venta de los productos.

FICHA TECNICA CARGO OPERARIO

Área: Producción. **Cargo:** Auxiliar Operativo A y B.

Tipo de Contrato: Termino Fijo.

Objetivo.

- Establecer los procedimientos más adecuados que permitan realizar una manipulación de alimentos acorde a los pedidos de los clientes, reduciendo tiempo y con los estándares de calidad implementados.

Personas a Cargo.

- Ninguna

Jefe inmediato. Administrador.

Descripción del cargo

- Realizar los pedidos de los clientes con los estándares de calidad planteados con la compañía y realizando producción en cortos tiempos, con productos competitivos en el mercado.

Funciones.

- Realizar los productos del portafolio de la compañía con los estándares de calidad.
- Verificar los insumos y materia prima entregada por los proveedores en las órdenes de compra.
- Realizar nuevas mesclas y presentaciones del producto final.
- Organizar la materia prima e insumos en su lugar correspondiente, ayudando así a la rapidez del producto.
- Mantener su sitio de trabajo limpio y sin obstáculos pertinentes.
- Mantener las normas de calidad de la compañía en sus productos.
- Reportar el mantenimiento de su maquinaria e insumos y materia prima defectuosa al jefe inmediato.
- Preparar materia prima e insumos para la reducción de tiempos en su preparación.

Perfil y/o experiencia requerida.

Técnico o tecnólogo en de pastelería o culinaria	Experiencia mínima de un año.
Carnet de manipulación de alimentos	Experiencia como pastelero mínima de un año después de haber obtenido el carnet que lo acredita.

4.3 SELECCIÓN DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Para realizar el proceso de reclutamiento se realizara por medio de hojas de vida de los candidatos o aspirantes a los cargos. Las hojas de vida se obtendrán por medio de.

- Páginas de internet de avisos laborales.

- Avisos en periódicos.
- Correos electrónicos y contactos de universidades por el área en desarrollo profesional.

Por estos medios la empresa relacionara las cualidades, funciones del cargo, perfil del personal, experiencia requerida y salario.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

Después de realizar la recepción de las hojas de vidas el administrador realizara una selección más acorde, de acuerdo a los perfiles requeridos para el cargo y realizaremos una serie de pasos a seguir.

4.4.1 Solicitud de empleo

El personal que desee laborar en la empresa debe hacer llegar sus hojas de vida por los siguientes medios:

- La aplicación de envío hojas de vida a través de la página web de Vegan Ice Cream S.A.S
- Por medio de las oficinas de desarrollo profesional de las universidades (Área que gestiona empleo para estudiantes y egresados)

4.4.2 Entrevista preliminar.

Sirve para determinar las capacidades, conocimientos y habilidades verbales con las que cuenta el candidato. Esta será llevada a cabo por el administrador.

Investigación de antecedentes y verificación de referencias investigar los antecedentes (procuraduría, contraloría y policía nacional) y referencias de personas que conozcan la vida laboral Examen físico.

Este examen proporciona los resultados sobre el estado de salud en el que se encuentra el aspirante al cargo.

Certificado de aptitud laboral (Se evalúan exámenes de laboratorio KOH uñas, coprológico, hemograma y serología.

4.5 PROCESOS DE CONTRATACIÓN

En este proceso VEGAN ICE CREAM, llevará una relación entre el nuevo trabajador y la compañía, con el fin de llegar a un acuerdo entre las dos partes que se formalizará por medio de un contrato de trabajo el cual debe ser escrito, donde se especificaran las características laborales, funciones, objetivos laborales, forma de pago, remuneración, duración, tipo de contrato y cláusulas de permanencia. La duración del contrato será por tiempo indefinido. El contrato irá firmado por el representante legal.

Al colaborador se le debe afiliar al sistema de seguridad social que requiere para desempeñar su labor (ARL, Salud, Pensión, caja de compensación). Se le explica cuanto devengará por su labor, horario y tiempo de trabajo y así reducir el gasto en la rotación de personal.

4.5.1 Inducción del personal.

Inducción a la empresa. Al ingresar el trabajador a la compañía desde el primer día debe sentirse como en familia y este debe reflejar su carisma. Por medio de este debe mostrar la misión y la visión de la compañía, los objetivos a largo y corto plazo y estar acorde con la metas a lograr de nuestra empresa.

Inducción al puesto. El administrador es el encargado de capacitar al empleado, de acuerdo al área que va dirigido y sensibilizarlo de las metas y logros a alcanzar de acuerdo a las funciones planteadas por la compañía. Situándola en un incremento de ventas.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

Se realizan controles y calificaciones parciales de cada una de nuestras operaciones o por medio de nuestro buzón de sugerencias ayudaremos a detectar las falencias de la compañía. En este caso se evaluarán tiempos y métodos de producción y atención al cliente por medio del administrador.

Se evaluará a cada colaborador por medio de la evaluación de desempeño, para detectar necesidades de capacitación en cuanto a las maquinarias y procedimientos que estén a la vanguardia para la elaboración de helados veganos.

4.7 ASPECTOS LEGALES

4.7.1 Constitución de la sociedad

VEGAN ICE CREAM contara con una sociedad por acciones simplificada, la cual se caracteriza por.

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- El Documento de constitución es objeto de autenticación de manera previa a la Inscripción en el Registro mercantil. Una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica. Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los asociados.

- De acuerdo al artículo 5° de la ley 1258 de 2008, el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos: (Cámara de Comercio de Cali, 2014)
- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

4.7.2 Otros aspectos

Respecto a las obligaciones tributarias, las SAS tienen las mismas que los demás tipos de sociedades, ya que son una persona jurídica. Se debe tener en cuenta que antes de registrar la sociedad ante la Cámara de Comercio, se debe inscribir el RUT, que podrá hacerse por internet en la página de la Dian. Entre las obligaciones se encuentran: (Misión Pyme, 2014)

- Elaborar facturas y cobrar el impuesto al valor agregado (IVA), que será pagado por el comprador, pero que la empresa recaudará y consignará bimestralmente a la Dian.
- Declarar y pagar bimestralmente el impuesto de Industria y Comercio (ICA), que es un impuesto municipal, cuando realicen actividades industriales, comerciales o de servicios que no estén excluidas o exentas.
- Pagar mensualmente la retención de la fuente, que es un anticipo y no un impuesto por la renta, cuando la sociedad paga un bien o un servicio. Además, este valor alcanza los topes que la Dian establece.
- Pagar anualmente el impuesto a la renta por un monto del 33% de las utilidades. Para las empresas pequeñas y nuevas se dan unos beneficios en los cinco primeros años de acuerdo a su inicio de la actividad económica principal y a partir del sexto año se deberá pagar el 33% completo, siempre y cuando el 1° de enero de 2011 tenga un patrimonio líquido de mil millones de pesos.
- Pagar aportes parafiscales equivalentes al 9% de la nómina mensual (en caso que tenga trabajadores). Este porcentaje se distribuirá así: 4% para la caja de compensación, 3% para el ICBF y 2% para el Sena. Si una SAS hace parte de las mipyme tiene muchos beneficios, como descuentos en los aportes parafiscales por tres años de funcionamiento, distribuidos de la siguiente manera: en el primer año el 75%, en el segundo del 50% y en el tercer año del 25%.

Los accionistas responderán hasta el monto de sus aportes y no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad. Igualmente, sobre las obligaciones de tipo comercial, administrativo, disciplinario, excepto cuando los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado actos por fraude, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados a la ley o a terceros.

El IVA como impuesto indirecto sobre la venta de bienes y prestación de servicios expresamente gravados no siempre se aplica, ya que hay bienes y servicios que son excluidos (son los que no casan IVA por disposición legal), exentos (son gravados sobre el 0%), no sometidos (son los que no son ni gravados, excluidos, exentos). Las tarifas del IVA oscilan entre el 1.6%, 5%, 10%, 16%, 20%, 25% y 35%.

5 PRESUPUESTO

Para lograr una evaluación financiera de la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. la cual produce y comercializa helados veganos, ensaladas y jugos a base de frutas orgánicas en la comuna 17 de la ciudad de Cali.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Cuadro 1 Inversión Inicial

HELADOS VEGAN ICE CREAM INVERSIÓN TOTAL EN PESOS			
ACTIVOS FIJOS	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
MUEBLES Y ENSERES			
Congeladores Whirlpool	1	1.200.000	1.200.000
Nevera Whirlpool	1	900.000	900.000
Cortadora de Frutas Whirlpool	1	230.000	230.000
Mesa tipo barra	1	2.000.000	2.000.000
Meson en acero inoxidable	1	1.500.000	1.500.000
silla ergonomica	1	150.000	150.000
Estante o Repisas	2	150.000	300.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**6.280.000**
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Computador o Portatil de Mesa hp	1	850.000	850.000
telefono inalambrico LG	1	72.000	72.000
Celular	1	70.000	70.000
Impresora LEXMARK MS810dn	1	400.000	400.000
TV 45 lg BRAVIA	1	1.100.000	1.100.000
Caja registradora	1	450.000	450.000
Equipo de sonido BRAVIA	1	550.000	550.000
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			**3.492.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Maquina industrial raspado de hielo	1	450.000	450.000
Extractor de frutas	1	448.000	448.000
Licuadora industrial	1	550.000	550.000
Extintor (8 libras de bioxido de carbono)	1	1.250.000	1.250.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**2.698.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**12.470.000**

Fuente: Los Autores.

El total de activos fijos de Vegan Ice Cream S.A.S. es la sumatoria de Muebles y enseres, equipos de cómputo y comunicación, maquinaria y equipo. Según este proyecto es **($12.470.000).** Que se componen de la siguiente forma.

- ✓ Muebles y enseres – $6.280.000
- ✓ Equipo de Cómputo y Comunicación – $3.492.000
- ✓ Maquinaria y Equipo – $2.698.000

Cuadro 2 Activos fijos

HELADOS VEGAN ICE CREAM INVERSIÓN TOTAL EN PESOS			
ACTIVOS DIFERIDOS	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil	1	269.150	269.150
Higiene Sanidad	1	205.000	205.000
Uso de Suelos	1	10.800	10.800
Bomberos	1	205.000	205.000
Sayco y Acimpro	1	10.800	10.800
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN			**700.750**
ADECUACIONES			
Pintura 5 cuchete pintuco (insumo y mano de obra)	1	133.300	133.300
TOTAL ADECUACIONES			**133.300**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Mesas	4	80.000	320.000
Sillas	16	25.000	400.000
Sillas tipo barra	7	100.000	700.000
Tarro de basura Mediano Rimax	2	22.000	44.000
Cuchillos en acero inoxidable	3	35.000	105.000
Rebanadora y cortadora de frutas	1	21.000	21.000
cafetera	1	55.400	55.400
Vasos de cristal	20	2.500	50.000
Jarras plásticas	3	35.000	105.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**1.800.400**
ACTIVOS INTANGIBLES			
Diseño pagina wed (dominio incluido)	1	452.400	452.400
Software y licencia de programa contable CG1	1	1.600.000	1.600.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**2.052.400**
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Volantes	1.000	60	60.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			**60.000**
PÓLIZAS			
Seguros contra todo (robo, daños, incendios)	1	1.195.000	1.195.000
TOTAL PÓLIZAS			**1.195.000**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**5.941.850**

Fuente: Los Autores.

El total de Activos Diferidos es **($5.941.850)** y está compuesto por.

- ✓ Gastos de constitución - $700.750
- ✓ Adecuaciones - $133.300
- ✓ Activos no depreciables - $1.800.400
- ✓ Activos intangibles - $2.052.400
- ✓ Publicidad pre-operativa - $60.000
- ✓ Póliza de seguro el capital - $1.195.000

Cuadro 3 Insumo para adecuaciones

INSUMOS ADECUACIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Puntilla 1 pulgada (500 gr.)	1	2.300	2.300
Tornillo 10 x 1½ pulgada 10 unidades	2	800	1.600
Kit para pintar (6 pzas.)	1	18.000	18.000
Pegatex Adhesivo PL 285 (2 lts.)	2	24.900	49.800
Cinta de enmascarar	1	4.900	4.900
Pintura 5 cuchetes blanca pinturo	1	56.700	56.700
TOTAL			**133.300**

Fuente:Los Autores

Para calcular los insumos que se van a utilizar para realizar las respectivas adecuaciones para poder laborar en el stand de jardín plaza, en la comuna 17. Vegan Ice Cream S.A.S. desea que sus consumidores se sientan en el lugar cómodo, limpio y con sus respectivas normas de seguridad.

Cuadro 4 Elementos salud y seguridad en el trabajo

CERTIFICADO DE BOMBEROS	
Visita de bomberos	20.000
Expedición certificado	185.000
TOTAL	**205.000**

Fuente: Los Autores

En los gasto de constitución. Se realiza llamada al cuerpo de bomberos de la ciudad de Cali donde es suministrada la información de la expedición del certificado y visita. En la página de la alcaldía de Cali se cotiza el uso de suelos por **$10.800.** Igualmente se realiza la visita a la página web de Sayco y Acimpro y se verifica el valor de $10.800 para colocar música.

El Capital de Trabajo de Vegan Ice Cream S.A.S. es la sumatoria de gastos de administración, Nomina, en este caso solo es la nómina de administración y inventario inicial, que son todos aquella materia prima e insumos que se van a utilizar para elaborar el producto final es un total de ($6.568.784)

Cuadro 5 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de Administración	1	1.242.486	1.242.486
Nómina	1	2.320.898	2.320.898
Inventario Inicial	1	3.005.400	3.005.400
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**6.568.784**

Fuente: Los Autores.

5.2 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

Según (Ramirez, s. f.) la depreciación es el gasto operacional del uso o del goce de un activo fijo de la organización. Se supone que todo bien de este tipo tiene

una vida útil o sea, un tiempo en el cual genera beneficios e ingresos a la empresa. p.207

Cuadro 6 Depreciación en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM DEPRECIACION EN PESOS							
ITEMS	**AÑOS**	**DEPRECIACION MENSUAL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
MUEBLES Y ENSERES	3	174.444	2.093.333	2.093.333	2.093.333	0	0
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	5	58.200	698.400	698.400	698.400	698.400	698.400
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	44.967	539.600	539.600	539.600	539.600	539.600
TOTAL		**277.611**	**3.331.333**	**3.331.333**	**3.331.333**	**1.238.000**	**1.238.000**

Fuente: Los Autores.

La depreciación se calcula con la siguiente formula anual.

Cuadro 7 Formula de Depreciación Periodo Anual

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Costo del activo fijo * N° de meses a depreciar}}{\text{Vida util * N° de meses del año}}$$

Fuente: Los Autores.

5.3 PORCENTAJE DE INVERSIÓN A FINANCIAR

Cuadro 8 Inversión

TOTAL INVERSIÓN	**24.980.634**
% INVERSION A FINANCIAR	40%
INVERSION A FINANCIAR	**9.992.254**
MESES A DIFERIR	12
VALOR A DIFERIR	**495.154**

Fuente: Los Autores.

Para realizar este proyecto Vegan Ice Cream S.A.S. cuenta con una inversión de **($24.980.634)** donde sus socios aportaran el 40% que representan $14.988.380 que serán repartidos equitativamente y el excedente será financiado por medio del banco de Bogotá en un crédito de libre inversión.

5.4 BALANCE INICIAL SIN Y CON FINANCIACIÓN

El Balance inicial sin financiación en pesos. Son los activos más representativos de la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. donde solo se refleja los activos corrientes y los no corrientes. Y el patrimonio es lo aportado por los socios sin ningún apalancamiento financiero.

Cuadro 9 Balance inicial sin financiación en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS			
ACTIVOS		**PASIVOS**	
ACTIVOS CORRIENTES		**PASIVOS CORRIENTES**	
Caja Bancos	6.568.784	C x P	0
C x C	0	Cesantías x pagar	0
Inventarios	0	Interés a las cesantías x pagar	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	Impuesto de renta x pagar	0
		CREE x pagar	0
ACTIVOS NO CORRIENTES		IVA x pagar	0
ACTIVOS FIJOS		ICA x pagar	0
Muebles y enseres	6.280.000	INC x pagar	0
Equipos de cómputo y comunicación	3.492.000	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**0**
Maquinaria y equipo	2.698.000	**PASIVOS NO CORRIENTES**	
(-) Depreciación acumulada		Obligaciones financieras	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**12.470.000**	Leasing financiero	0
ACTIVOS DIFERIDOS		**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES**	**0**
Diferidos	5.941.850		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**TOTAL PASIVOS**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**18.411.850**	**PATRIMONIO**	
		Capital social	24.980.634
TOTAL ACTIVOS	**24.980.634**	Utilidad acumulada	0
		Reserva legal acumulada	0
		TOTAL PATRIMONIO	**24.980.634**
		PASIVOS + PATRIMONIO	**24.980.634**

Fuente: Los Autores.

Cuadro 10 Balance inicial con financiación en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM. BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS			
ACTIVOS		**PASIVOS**	
ACTIVOS CORRIENTES		**PASIVOS CORRIENTES**	
Caja Bancos	6.568.784	C x P	0
C x C	0	Cesantías x pagar	0
Inventarios	0	Interés a las cesantías x pagar	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	Impuesto de renta x pagar	0
		CREE x pagar	0
ACTIVOS NO CORRIENTES		IVA x pagar	0
ACTIVOS FIJOS		ICA x pagar	0
Muebles y enseres	6.280.000	INC x pagar	0
Equipos de cómputo y comunicación	3.492.000	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**0**
Maquinaria y equipo	2.698.000	**PASIVOS NO CORRIENTES**	
(-) Depreciación acumulada		Obligaciones financieras	9.992.254
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**12.470.000**	Leasing financiero	0
ACTIVOS DIFERIDOS		**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES**	**9.992.254**
Diferidos	5.941.850		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**TOTAL PASIVO**	**9.992.254**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**18.411.850**	**PATRIMONIO**	
		Capital social	14.988.380
TOTAL ACTIVOS	**24.980.634**	Utilidad acumulada	0
		Reserva legal acumulada	0
		TOTAL PATRIMONIO	**14.988.380**
		PASIVOS + PATRIMONIO	**24.980.634**

Fuente: Los Autores.

El Balance inicial con financiación en pesos son los activos más representativos de la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. donde solo se refleja los activos corrientes y los no corrientes. En el pasivo se refleja el apalancamiento financiero que se realizó con el Banco Bogotá del 40% de la inversión que es ($9.992.254) y el patrimonio refleja los aportes en general de los socios de la compañía.

Según (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000) el apalancamiento financiero es el grado en que una compañía se financia con deuda. La cantidad de deuda que una compañía usa, tiene efectos tanto positivos como negativos. Cuan más grande se la deuda, mayor será la posibilidad de que la compañía tenga problemas para

cumplir con sus obligaciones. Por lo tanto, cuando mayor sea la deuda, mas alto será la probabilidad de que se presenten apuros financieros e incluso quiebra. Además, la posibilidad de apuros financieros, u las obligaciones por deuda en general, podría crear conflictos de interés frente a los depositarios. P92

5.5 AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Según (Gitman & Ramos, 2003) el término amortización en préstamo se refiere al cálculo de pagos periódicos iguales de un préstamo. Estos pagos proporcionan a un prestamista un rendimiento de interés determinado y un rembolso del principal durante un periodo determinado. El proceso de amortización de un préstamo implica la búsqueda de pagos futuros, durante el periodo del préstamo, cuyo valor presente a la tasa de interés del préstamo es igual a la cantidad del principal prestado inicialmente. Los prestamistas utilizan un programa de amortización de préstamos para determinar las cantidades de pago y la asignación de cada pago al interés y al principal. p.161

Cuadro 11 Tabla de amortización en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM TABLA DE AMORTIZACIÓN EN PESOS					
VALOR PRÉSTAMO	9.992.254	TASA MENSUAL			1,73%
TASA EFECTIVA ANUAL (EA)	22,90%	MESES AÑO			12
TASA NOMINAL MENSUAL	20,80%	No. DE CUOTAS			36
AÑOS	**No. CUOTA**	**CUOTA**	**INTERÉS**	**AMORTIZACIÓN**	**SALDO**
	0				**9.992.254**
PRIMER AÑO	1	375.425	173.185	202.240	9.790.014
	2	375.425	169.679	205.745	9.584.268
	3	375.425	166.113	209.311	9.374.957
	4	375.425	162.486	212.939	9.162.018
	5	375.425	158.795	216.630	8.945.389
	6	375.425	155.040	220.384	8.725.004
	7	375.425	151.221	224.204	8.500.801
	8	375.425	147.335	228.090	8.272.711
	9	375.425	143.382	232.043	8.040.668
	10	375.425	139.360	236.065	7.804.603
	11	375.425	135.268	240.156	7.564.447
	12	375.425	131.106	244.318	7.320.129
SEGUNDO AÑO	13	375.425	126.872	248.553	7.071.576
	14	375.425	122.564	252.861	6.818.715
	15	375.425	118.181	257.243	6.561.471
	16	375.425	113.723	261.702	6.299.769
	17	375.425	109.187	266.238	6.033.532
	18	375.425	104.572	270.852	5.762.679
	19	375.425	99.878	275.547	5.487.133
	20	375.425	95.102	280.322	5.206.811
	21	375.425	90.244	285.181	4.921.630
	22	375.425	85.301	290.124	4.631.506
	23	375.425	80.273	295.152	4.336.355
	24	375.425	75.157	300.267	4.036.087
TERCER AÑO	25	375.425	69.953	305.472	3.730.615
	26	375.425	64.659	310.766	3.419.849
	27	375.425	59.272	316.152	3.103.697
	28	375.425	53.793	321.632	2.782.066
	29	375.425	48.218	327.206	2.454.859
	30	375.425	42.547	332.877	2.121.982
	31	375.425	36.778	338.647	1.783.335
	32	375.425	30.909	344.516	1.438.819
	33	375.425	24.937	350.487	1.088.332
	34	375.425	18.863	356.562	731.770
	35	375.425	12.683	362.742	369.029
	36	375.425	6.396	369.029	(0)

FUENTE: Autores

El cuadro anterior me muestra a amortización ménsula del préstamo Bancario de **($9.992.254)** con el Banco Bogotá crédito Libre inversión. Me muestra la tasa anual del (22.90%) que maneja el banco y como los pagos son mensuales se realiza la conversión a la tasa mensual del **(1.70%).** Pagando así cuotas

mensuales de **($375.425)** y una amortización al saldo cada vez menor de acuerdo a estos pagos mensuales y así al llegar a la cuota 36 el saldo será 0 del préstamo adquirido.

Cuadro 12 Intereses y amortización anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERESES	1.832.971	1.221.054	469.009	3.523.033
AMORTIZACIÓN	2.672.125	3.284.042	4.036.087	9.992.254
	4.505.096	**4.505.096**	**4.505.096**	

FUENTE: Autores

Esta imagen me muestra cómo está la participación por años del interés pagado y la amortización frente a la obligación financiera. Y me muestra que por el crédito solicitado de ($9.992.254) se cancela un interés de ($3.523.033) diferidos a 3 años.

5.6 TABLA DE LEASING FINANCIERO

Según (Levy, s. f.) el arrendamiento financiero se entregan bienes del activo fijo para que un tercero haga uso de ellos. Al término del contrato se transfiere la propiedad al arrendatario. Se pactan rectas periódicas en las que incluye capital e intereses y en algunos casos gastos de mantenimiento y por lo general son bienes susceptibles de depreciación. p.52.

Cuadro 13 Leasing financiero en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM TABLA LEASING FINACIERO EN PESOS			
VALOR ACTIVO	**2.698.000**	TASA NOMINAL MENSUAL	11,28%
% OPCIÓN DE COMPRA	10,00%	TASA MENSUAL	0,94%
VALOR OPCIÓN COMPRA	269.800	MESES AÑO	12
DTF (EA)	4,55%	No. DE CUOTAS	36
SPREAD (EA)	7,01%	VALOR PRESENTE OPCIÓN DE COMPRA	192.662
DTF + SPREAD (EA)	11,88%	VALOR A AMORTIZAR	2.505.338

AÑOS	No. CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
	0				**2.698.000**
PRIMER AÑO	1	82.351	25.355	56.996	2.641.004
	2	82.351	24.820	57.531	2.583.473
	3	82.351	24.279	58.072	2.525.401
	4	82.351	23.733	58.618	2.466.783
	5	82.351	23.182	59.169	2.407.615
	6	82.351	22.626	59.725	2.347.890
	7	82.351	22.065	60.286	2.287.604
	8	82.351	21.499	60.853	2.226.751
	9	82.351	20.927	61.424	2.165.327
	10	82.351	20.349	62.002	2.103.325
	11	82.351	19.767	62.584	2.040.741
	12	82.351	19.179	63.173	1.977.568
SEGUNDO AÑO	13	82.351	18.585	63.766	1.913.802
	14	82.351	17.986	64.365	1.849.437
	15	82.351	17.381	64.970	1.784.466
	16	82.351	16.770	65.581	1.718.885
	17	82.351	16.154	66.197	1.652.688
	18	82.351	15.532	66.819	1.585.869
	19	82.351	14.904	67.447	1.518.422
	20	82.351	14.270	68.081	1.450.340
	21	82.351	13.630	68.721	1.381.619
	22	82.351	12.984	69.367	1.312.253
	23	82.351	12.332	70.019	1.242.234
	24	82.351	11.674	70.677	1.171.557
TERCERO AÑO	25	82.351	11.010	71.341	1.100.216
	26	82.351	10.340	72.011	1.028.205
	27	82.351	9.663	72.688	955.517
	28	82.351	8.980	73.371	882.145
	29	82.351	8.290	74.061	808.084
	30	82.351	7.594	74.757	733.328
	31	82.351	6.892	75.459	657.868
	32	82.351	6.183	76.169	581.700
	33	82.351	5.467	76.884	504.815
	34	82.351	4.744	77.607	427.209
	35	82.351	4.015	78.336	348.872
	36	82.351	3.279	79.072	269.800

FUENTE: Autores

En este caso el leasing financiero o arrendamiento financiero no aplica para Vegan Ice Cream S.A.S. por que el banco maneja políticas de maquinaria y equipos a

partir de ($10.000.000) y la empresa posee un leasing de ($2.698.000) siendo este el total de la maquinaria y equipo y no solo un ítem.

5.7 PARAMETROS GENERALES

Los indicadores económicos son el conjunto de parámetros que proporcionan información básica, clasificada y sistematizada, que permite tanto el análisis económico de la estructura como el estudio del comportamiento de los distintos elementos que conforman toda realidad específica, historia y socialmente determinada de un país.

Diverso a los diversos campos que abarca y a sus objetivos particulares de estudio, actualmente existe una gran variedad de indicadores económicos: de la economía mundial, de un país, de diversas ramas económicas, de una industria en particular, de una institución y de organismos o empresas. (Adame, Lara, & Miguel, s. f.)

En este caso mostraremos y explicaremos cada uno de los parámetros obtenidos y sus proyecciones para un trabajo de emprendimiento.

Cuadro 14 Parámetros Generales

HELADOS VEGAN ICE CREAM PARÁMETROS BÁSICOS					
ECONÓMICOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Inflación (IPC)	3,30%	3,20%	3,20%	3,20%	3,25%
% Incremento en precios	3,30%	3,20%	3,20%	3,20%	3,25%
% Incremento en costos	3,30%	3,20%	3,20%	3,20%	3,25%
% Incremento en unidades	4,44%	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%
ICA (tarifa x mil)	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088
IVA	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%
Impuesto de renta	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Reserva legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
CREE	9,00%	9,00%	8,00%	8,00%	8,00%

FUENTE: Autores

5.7.1 El IPC.

es una medida del promedio de precios que pagan los consumidores urbanos y rurales por una “canasta” fija de bienes y servicios de consumo. (Muñoz, 2007) uno de los propósitos principales del IPC es medir los cambios en el costo de vida y en el valor del dinero. Para medir estos cambios, calculamos la tasa de inflación, que es el porcentaje de cambio en el nivel de precios de un año al siguiente. Para calcular la tasa de inflación usamos la siguiente formula.

Cuadro 15 Fórmula tasa de inflación

$$\textbf{TASA DE INFLACIÓN} = \frac{\textbf{(IPC DEL AÑO CORRIENTE - IPC DEL AÑO PASADO)}}{\textbf{IPC DEL AÑO PASADO}} * 100$$

FUENTE: Autores

En este caso las proyecciones de inflación del IPC son sacadas del Banco Helm Bank de mayo de 2014.

Año 1 el incremento de la inflación (IPC) 3.30%

Año 2 el incremento de la inflación (IPC) 3.20%

Año 3 el incremento de la inflación (IPC) 3.20 %

Año 4 el incremento de la inflación (IPC) 3.20%

Año 5 el incremento de la inflación (IPC) 3.25%

5.7.2 El incremento en unidades.

Son proyecciones que van sujetas al consumo de bienes y servicios, al medir el costo de vida por medio de la inflación vamos a obtener un incremento o disminución de unidades por este efecto. Es decir, (Parkin, 2004) cuando las acciones políticas provocan una disminución en las tasas de interés y aceleran el ritmo de acuñación de la moneda, aumenta el gasto (incremento en unidades) y conlleva al aumento de la inflación, lo que significa que el costo de la vida crece con más rapidez. Tarde o temprano, la producción regresara a su nivel anterior, pero habrá aumentado temporalmente como efecto del incremento en la tasa de inflación.

Los incrementos en unidades en este caso, las proyecciones de inflación son sacadas del Banco Helm Bank de mayo de 2014.

- Año 1 el incremento en unidades es 4.44%
- Año 2 el incremento en unidades es 4.58%
- Año 3 el incremento en unidades es 4.50%
- Año 4 el incremento en unidades es 4.34%
- Año 5 el incremento en unidades es 4.47%

5.7.3 El IVA

El impuesto sobre las ventas, comúnmente denominado impuesto al valor agregado IVA, es un gravamen que recae sobre el consumo de bienes, servicios y explotación de juegos de suerte y azar. Es un impuesto del orden nacional, indirecto, de naturaleza real, de causación instantánea y de régimen general. En Colombia se aplica en las diferentes etapas del ciclo económico de la producción, distribución, comercialización e importación. P6 en estos momentos el IVA a pagar es de 16% en la proyección de los 5 años para la empresa Vegan Ice Cream S.A.S.

5.7.4 El impuesto de renta.

Es un impuesto que se paga anualmente. De acuerdo, a los ingresos de las personas naturales o empresas. Para los helados Vegan Ice Cream S.A.S. de debe pagar un margen anual del 25%.

El impuesto sobre la renta para la equidad CREE. Es un nuevo impuesto creado a partir del 1 de enero de 2013 como aporte de las sociedades y personas jurídicas y asimiladas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social en los términos de la ley 1607 DE 2012. El periodo gravable es de un año. Inicia el 1 de enero hasta el 31 de diciembre. ¿Por qué se causa el impuesto? Por la obtención de ingresos susceptibles de generar aumento en el patrimonio.

¿Soy responsable de presentar la declaración del impuesto CREE? Deben presentar y pagar el impuesto CREE, si es contribuyente declarante del impuesto sobre la renta y complementarios y es: • Sociedad • Persona jurídica y asimilada • Sociedad y entidad extranjera por sus ingresos de fuente nacional. No debe presentar el impuesto CREE, si es: • Persona natural. • Entidad sin ánimo de lucro. • Sociedad declarada como zona franca a dic.31/12 o que hubieren radicado solicitud a 31-12-2012. • Usuario de zona franca y que se encuentre sujeta a la

tarifa especial del impuesto sobre la renta y complementarios establecida en el artículo 240-1.

¿El CREE es un impuesto distinto al impuesto sobre la renta?

- El impuesto sobre la Renta para la Equidad CREE es un tributo de destinación específica para la financiación de programas de inversión social, en beneficio de la población más necesitada, que es usuaria del SENA y del ICBF. La declaración la presentan y pagan sólo las personas jurídicas contempladas en la Ley a diferencia del Impuesto sobre la Renta que la presentan y pagan tanto personas naturales como jurídicas.
- La tarifa del Impuesto sobre la Renta para la Equidad es del 9% para el año 2013, 2014 y 2015 y el 8% para los siguientes años. Para el impuesto sobre la Renta personas jurídicas la tarifa es del 25%.
- La base gravable del Impuesto sobre la Renta para la Equidad, CREE contempla menos deducciones y rentas exentas que el Impuesto sobre la Renta.
- Los responsables del CREE tienen la exoneración de los pagos de aportes parafiscales (SENA - ICBF) y aporte a salud.

5.7.5 La Reserva Legal.

se trata de la reserva obligatoria establecida en el artículo 214 del texto refundido de la ley de sociedades anónimas, que dice textualmente lo siguiente. “en todo caso un cifra igual a diez por ciento del beneficio del ejercicio se destinara a la reserva legal hasta que alcance, al menos, el veinte por ciento del capital social.” La reserva legal, mientras no supere límite indicado, solo podrá destinarse a la compensación de pérdidas en el caso de que no existan otras reservas disponibles suficientes para este fin. En este caso para la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. la reserva legal para los 5 años es de 10%. (Viguera, 2008)

5.7.6 Los parámetros laborales.

Son todas aquellas prestaciones que el empleador debe cumplir hacia su empleado para el año 2014 el salario mínimo es de **$616.000** y el auxilio de transporte es de **$72.000**. Con una jornada laboral de 8 horas diarias y semanales de 48 horas, teniendo en cuenta que para las personas que trabajan menos de este horario se les liquida, de acuerdo a sus horas laborales.

Tabla 19 Salario y auxilio de transporte

SALARIO	VALOR	DEFINICION
Salario minimo mensual vigente articulo 145 CST	$616.000	Jornada 48 horas semanales, 8 horas diarias LEY 5O DE 1990 ARTICULO 20
Auxilio de transporte	$72.000	Se les cancela a los que ganan hasta $1.232.000 (2 salarios minimos)

Fuente: Los Autores

Tabla 20 Carga prestacional

CARGA PRESTACIONAL	VALOR	DEFINICION
CESANTIAS	$57.333 mensual	Jornada 48 horas semanales, 8 horas diarias LEY 5O DE 1990 ARTICULO 20
INTERESES DE CESANTIAS	$6.800 mensual	Se les cancela a los que ganan hasta $1.232.000 (2 salarios minimos)
PRIMA DE SERVICIOS	$57.333 mensual	Salario mensual pagados 15 de junio y la otra mitad los primeros 20 dias de diciembre

Fuente: Los Autores

En la carga prestacional son las cesantías, interés de cesantías, prima de servicios y dotaciones. En las dotaciones se hace cotización de un par de zapatos y un vestido que se entregan en 30 de abril, 31 de agosto y 20 diciembre. Esta dotación se entrega a las personas que devengan hasta 2 salarios mínimos ($1.232.000) y con más de tres meses en la compañía.

Tabla 21 Seguridad social

PRESTACIONES	VALOR	DEFINICION
SALUD	Minimo mensual ($77.000) empeador: $52.400 Trabajador: $24.600	Jornada 48 horas semanales, 8 horas diarias LEY 5O DE 1990 ARTICULO 20
PENSIÓN	Minimo mensual ($98.600) empeador: $74.000 Trabajador: $24.600	Se les cancela a los que ganan hasta $1.232.000 (2 salarios minimos)
RIESGOS PROFESIONALES	Riesgo I:$3200 Riesgo II:$6.400 Riesgo III:$15.000 Riesgo IV:$26.800 Riesgo V:$42.900	Riesgo I:0.522% Riesgo II:1.044% Riesgo III:2.436% Riesgo IV:4.350% Riesgo V:6.960%

Fuente: Los Autores

La empresa Vegan Ice Cream S.A.S. no paga ICFB y Sena por la l reforma de El impuesto sobre la renta para la equidad CREE.

Cuadro 16 Parámetros laborales

LABORALES	
SMMLV	636.328
Auxilio de transporte	74.376
Cesantías	8,33%
Intereses a las Cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Pensiones	12,00%
Salud	0,00%
ARP	0,523%
Caja de Compensación	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

FUENTE: Autores

Para la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. se manejan 4 empleados recordando que el auxilio de transporte se cancela cuando es el sueldo menor a 2 salarios mínimos legales vigentes. A continuación mostraremos la carga prestacional de cada uno de los salarios de nuestros empleados.

Cuadro 17 Salarios y Aux. Transporte

CARGO	CANTIDAD	SALARIO
ADMINISTRADOR	900.000	ADMINISTRACION
VENDEDOR	650.979	VENTAS
AUXILIAR DE PRODUCCION A	650.979	PRODUCCION
AUXILIAR DE PRODUCCION B	650.979	

Total Salarios	**2.201.958**
N° Personas con Aux. Transporte Adminsitración	**2**
Transporte Producción	**2**

Fuente: Los Autores

Cuadro 18 Salarios por colaborador

SALARIO ADMINISTRADOR	
SMMLV	929.700
Auxilio de transporte	74.376
Cesantías	87.396
Intereses a las Cesantías	10.488
Primas	87.361
Vacaciones	37.530
Pensiones	108.000
Salud	0
ARP	4.703
Caja de Compensación	36.000
ICBF	0
SENA	0

FUENTE: Autores

SALARIO VENDEDOR	
SMMLV	636.328
Auxilio de transporte	74.376
Cesantías	66.644
Intereses a las Cesantías	7.997
Primas	66.618
Vacaciones	27.146
Pensiones	78.117
Salud	0
ARP	3.402
Caja de Compensación	26.039
ICBF	0
SENA	0

FUENTE: Autores

SALARIO ADMINISTRADOR	
SMMLV	929.700
Auxilio de transporte	74.376
Cesantías	87.396
Intereses a las Cesantías	10.488
Primas	87.361
Vacaciones	37.530
Pensiones	108.000
Salud	0
ARP	4.703
Caja de Compensación	36.000
ICBF	0
SENA	0

FUENTE: Autores

SALARIO VENDEDOR	
SMMLV	636.328
Auxilio de transporte	74.376
Cesantías	66.644
Intereses a las Cesantías	7.997
Primas	66.618
Vacaciones	27.146
Pensiones	78.117
Salud	0
ARP	3.402
Caja de Compensación	26.039
ICBF	0
SENA	0

FUENTE: Autores

Los recaudos y los pagos.

Se obtienen en un 100% de acuerdo a los ingresos de las unidades vendidas de nuestro portafolio de productos.

Cuadro 19 Forma de recaudos y pagos

RECAUDOS	
Contado	100,00%
Crédito	0,00%
Plazo (días)	0

Fuente:Los Autores

PAGOS	
Contado	100,00%
Crédito	0,00%
Plazo (días)	0

Fuente:Los Autores

5.7.7 Los márgenes brutos.

Los márgenes brutos de la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. son representados por las ventas en el margen de utilidad. (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000) la utilidad bruta es la diferencia entre las ventajas y el costo de venta, y es crucial porque representa la cantidad de dinero que queda para pagar los costos

operativos, los costos de financiamiento de los impuestos y la necesaria para tener utilidades.

Cuadro 20 Márgenes brutos helado vegano en vaso de 16 onz

MÁRGENE BRUTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Helado vegano en vaso 16 onzas Banano	3.069	100%	6.138
Helado vegano en vaso 16 onzas Fresa	3.170	100%	6.341
Helado vegano en vaso 16 onzas Guanabana	3.148	100%	6.297
Helado vegano en vaso 16 onzas Chocolate	3.163	100%	6.326
Helado vegano en vaso 16 onzas Frutos secos	3.067	100%	6.134
Helado vegano en vaso 16 onzas Uva importada	3.148	100%	6.297
Helado vegano en vaso 16 onzas Coco	3.315	100%	6.630
Helado vegano en vaso 16 onzas Mango tommy	3.211	100%	6.422

Fuente:Los Autores

El margen de utilidad de cada uno de nuestros productos del portafolio de helado veganos de 16 onzas es del 100% para poder cubrir todos nuestros gastos y costos de financiación y así poder obtener utilidades. Ya que son nuestros productos estrella. Estos márgenes de utilidad están ajustados al precio de venta promedio de los competidores.

Cuadro 21 Márgenes brutos helado vegano en vaso de 22 onz

MÁRGENE BRUTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Helado vegano en vaso 22 onzas Banano	3.518	100%	7.037
Helado vegano en vaso 22 onzas Fresa	3.658	100%	7.315
Helado vegano en vaso 22 onzas Guanabana	3.627	100%	7.254
Helado vegano en vaso 22 onzas Chocolate	3.647	100%	7.294
Helado vegano en vaso 22 onzas Frutos secos	3.515	100%	7.030
Helado vegano en vaso 22 onzas Uva importada	3.627	100%	7.254
Helado vegano en vaso 22 onzas Coco	3.856	100%	7.712
Helado vegano en vaso 22 onzas Mango tommy	3.713	100%	7.426

Fuente:Los Autores

El margen de utilidad de cada uno de nuestros productos del portafolio de helado veganos de 22 onzas es del 100% para poder cubrir todos nuestros gastos y costos de financiación y así poder obtener utilidades. Ya que son nuestros productos estrella. Estos márgenes de utilidad están ajustados al precio de venta promedio de los competidores.

Cuadro 22 Ensalada de frutas en recipiente de 22 onz

MÁRGENE BRUTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Ensalada de frutas en recipiente 22 onzas	4.927	80%	8.869

Fuente:Los Autores

El margen de utilidad de cada uno de nuestros productos del portafolio en ensaladas de frutas en recipiente de 22 onzas es del 80% para poder cubrir todos nuestros gastos y costos de financiación y así poder obtener utilidades. Este producto se incursionara en el mercado y poder mostrar las bondades de la fruta orgánica. Estos márgenes de utilidad están ajustados al precio de venta promedio de los competidores.

Cuadro 23 Márgenes brutos jugos naturales

MÁRGENE BRUTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Banano	3.760	50%	5.639
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Fresa	4.571	50%	6.856
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Guayaba	3.806	50%	5.708
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Toamate de arbol	3.802	50%	5.703
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Lulo	3.993	50%	5.989
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mandarina	3.279	50%	4.918
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Mora	3.493	50%	5.239
Jugo de Frutas en vaso 14 onzas Coco	3.602	50%	5.403

Fuente:Los Autores

El margen de utilidad de cada uno de nuestros productos del portafolio en jugos de frutas en vaso de 14 onzas es del 50% para poder cubrir todos nuestros gastos y

costos de financiación y así poder obtener utilidades. Este producto se incursionara en el mercado y poder mostrar las bondades de la fruta orgánica. Estos márgenes de utilidad están ajustados al precio de venta promedio de los competidores.

5.7.8 El Registro Mercantil.

Le permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante. Además, les permite a los empresarios tener acceso a información clave para que amplíen su portafolio de posibles clientes y proveedores.

La Matrícula Mercantil hace pública la calidad de comerciante, en la medida que hace visible al empresario frente a potenciales clientes que consultan los registros. Contiene información sobre los datos generales de los comerciantes y de las sociedades. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2010)

Cuadro 24 Registro mercantil

REGISTRO MERCANTIL	
Limite inferior	10.300.000
Limite superior	16.900.000
Promedio	13.600.000
% aplicar	1,9%
Valor a pagar	258.400
+ Estampillas y Formularios	10.750
TOTAL	**269.150**

Fuente:Los Autores

El registro mercantil tiene como objeto

1. La inscripción de los empresarios y demás sujetos establecidos por la ley, y de los actos y contratos relativos a los mismos que determinan la ley y este reglamento.
2. La legalización de los libros de los empresarios, el nombramiento de expertos independientes y de auditores de cuentas y el depósito y publicidad de los documentos contables.
3. La centralización y publicación de la información registral, que será llevada a cabo por el Registro Mercantil central en los términos prevenidos por este reglamento.

5.8 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

La proyección de los gastos se realiza en la actividad productora y comercializadora en razón de la actividad de la empresa Vegan Ice Cream S.A.S. el supuesto es que el monto del gasto es de contado, por lo tanto el efecto es una disminución en el capital de trabajo (si estos gastos no hubieran ocurrido de contado, el efecto sería exactamente el mismo al quedar registrados en el pasivo corriente)

5.8.1 Gastos de Administración.

En este caso los gastos de administración tienen una participación de **$2.582.500** que se ven reflejados en una participación del 20% con una valor mensual de **$516.500,** igualmente se carga a los gastos de administración servicios públicos (Energía, agua) que tienen un valor de **$204.600** promedio, su participación es del 20% con un valor del **$40.920** y por último en servicio de telefonía e internet con un valor de **$82.537** posee una participación mayor del 70% por que no es una actividad que se pueda cargar a los costos indirectos de fabricación, su valor mensual promedio es de **$57.776.**

Sin dejar olvidar que cada uno de estos servicios en su valor unitario tienen una inflación del consumo de IPC del respectivo año, para así poder hacer una proyección más acertada de nuestros gastos administrativos.

- Total insumos de papelería - $233.170
- Total implementos de aseo y cafetería – 165.693
- Honorarios – 208.400

Hay que tener presente que los gastos de papelería y los implementos de aseo y cafetería; no van hacer siempre los mismos, en el cuadro siguiente le mostraremos como van hacer sus gastos mensuales de cada uno de estos.

Cuadro 25 Gastos en Pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM GASTOS EN PESOS																	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Arrendamiento	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	516.500	6.198.000	6.396.336	6.601.019	6.812.251	7.033.650
Servicios Públicos (Energía, agua)	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	40.920	491.040	506.753	522.969	539.704	557.245
Servicio de Teléfono e Internet	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	57.776	693.308	715.494	738.390	762.018	786.784
INSUMOS DE PAPELERÍA																	
Resma papel (Tamaño Carta)	9.194		9.194		9.194		9.194		9.194		9.194		55.162	56.927	58.749	60.629	62.599
Papel para maquina registradora (rollo)	13.000							13.000					26.000	26.832	27.691	28.577	29.505
Caja x12 Lapiceros negros	3.306			3.306			3.306			3.306			13.222	13.646	14.082	14.533	15.005
Caja Clip pequeño	2.851		2.851		2.851		2.851		2.851		2.851		17.106	17.654	18.219	18.802	19.413
Caja Clip mariposa	1.653			1.653				1.653				1.653	6.611	6.823	7.041	7.266	7.503
Toner impresora lexmark	141.600				141.600				141.600				424.800	438.394	452.422	466.900	482.074
Legajador AZ	25.618			25.618			25.618			25.618			102.474	105.753	109.137	112.629	116.290
Resaltador	6.611						6.611						13.222	13.646	14.082	14.533	15.005
Regla	2.583												2.583	2.665	2.750	2.838	2.931
Tijeras	5.372												5.372	5.543	5.721	5.904	6.096
Saca ganchos	11.570												11.570	11.940	12.322	12.716	13.129
Caja Grapa cosedora	9.814			9.814			9.814			9.814			39.254	40.510	41.806	43.144	44.546
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA																	
Jabón en polvo (15 kg)	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	13.636	163.627	168.863	174.267	179.843	185.688
Límpido (Galón)	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	6.508	78.095	80.594	83.173	85.834	88.624
Fabuloso (Galón)	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	18.904	226.847	234.106	241.597	249.328	257.432
Limpión	5.165		5.165		5.165		5.165		5.165		5.165		30.990	31.982	33.005	34.061	35.168
Esponja	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	2.686	32.230	33.261	34.325	35.424	36.575
Escoba	12.189						12.189						24.379	25.159	25.964	26.795	27.666
Trapeador	13.429						13.429						26.858	27.717	28.604	29.520	30.479
Recogedor	5.991												5.991	6.183	6.381	6.585	6.799
Servilletas	1.859		1.859		1.859		1.859		1.859		1.859		11.156	11.513	11.882	12.262	12.661
Vaso desechable 16 oz (50 und)	13.016												13.016	13.432	13.862	14.306	14.771
Vaso desechable tinto (50 und)	17.561												17.561	18.123	18.703	19.301	19.929
Café	11.983												11.983	12.366	12.762	13.170	13.598
Paquete bolsas de azúcar (100 und)	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	14.875	178.502	184.214	190.109	196.193	202.569
Paquete revolvedores (200 und)	6.715		6.715		6.715		6.715		6.715		6.715		40.287	41.576	42.907	44.280	45.719
Botellón de agua	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	8.264	99.168	102.341	105.616	108.996	112.538
Paquete Papel higiénico (x 8 und.)	12.913					12.913					12.913		38.738	39.977	41.256	42.577	43.960
HONORARIOS																	
Contador	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	208.400	2.500.800	2.580.826	2.663.412	2.748.641	2.837.972
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**1.222.459**	**888.468**	**914.252**	**928.858**	**1.055.852**	**901.381**	**985.219**	**903.121**	**1.055.852**	**927.206**	**927.164**	**890.121**	**11.599.952**	**11.971.150**	**12.354.227**	**12.749.562**	**13.163.923**

Fuente: Los Autores

5.8.2 Gastos de Ventas.

Cuadro 26 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Aviso en El País (15 x 20 cm)			340.890				340.890				340.890		681.780	703.597	726.112	749.348	773.701
Aviso en Periódico ADN (15 x 20 cm)	433.860				433.860				433.860			433.860	1.301.580	1.343.231	1.386.214	1.430.573	1.477.066
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**433.860**	**0**	**340.890**	**0**	**433.860**	**0**	**340.890**	**0**	**433.860**	**0**	**340.890**	**433.860**	**1.983.360**	**2.046.828**	**2.112.326**	**2.179.920**	**2.250.768**
TOTAL GASTOS DE DEPRECIACIÓN	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**277.611**	**3.331.333**	**3.331.333**	**3.331.333**	**1.238.000**	**1.238.000**
TOTAL GASTOS DIFERIDOS	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**495.154**	**5.941.850**	**0**	**0**	**0**	**0**

Fuente: Los Autores

Cuadro 27 Gastos de publicidad

GASTOS DE VENTAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Aviso en El País (15 x 20 cm)	1	433.860	433.860
Aviso en Periódico ADN (15 x 20 cm)	1	340.890	340.890
TOTAL GASTOS VENTAS			**774.750**

Fuente: Los Autores

Los gastos de ventas se ven representados mayormente en publicidad en avisos periódicos mensuales. Por ejemplo el periódico EL PAÍS con su trayectoria y captación de clientes lo adquirimos por 3 meses al año. Mientras que el periódico ADN los adquirimos 4 por su fácil acceso de este y porque este periódico va dirigido a todas las clases sociales sin importar el lugar y mayormente es repartido en las estaciones del Transporte masivo mío donde el flujo de gente es constante.

No podemos olvidar los gastos mensuales de depreciación y gastos diferidos. el gasto de depreciación del periodo no afecta el capital de trabajo, ya que no altera ninguna de las cuentas que lo integran, como son los activos o pasivos corrientes. P.134 al ser tan altos tenemos que realizar una mayor ventas para poder cubrir nuestros gastos.

5.9 COSTOS UNITARIO DEL PRODUCTO

Para calcular el valor de cada uno de nuestros productos del portafolio en el mercado debemos saber que se necesita saber que requiere para su elaboración.

1. Costo de mano de obra.

La mano de obra es el esfuerzo físico y mental para producir un producto, en este caso para calcular la mano de obra tomamos el total del salario de producción de los 2 empleados y los dividimos hasta saber cuánto vale cada minuto respecto a su sueldo.

Cuadro 28 Valor de Mano de obra producción

HELADOS VEGAN ICE CREAM COSTO MANO DE OBRA				
MANO DE OBRA	**VALOR TOTAL**	**VALOR POR MES**	**VALOR POR HORA**	**VALOR POR MINUTOS**
Mano de Obra Producción.	1.976.363	65.879	8.235	137,25

Fuente: Los Autores

Se calcula hasta el valor hasta minutos por que la elaboración de cada uno de nuestros productos se demora su preparación de 8 a 15 minutos promedio su preparación. Recordando que el valor del minuto es de $137.25 pesos M/C por 2 empleados, quien son los encargados de la producción de nuestro portafolio.

2. Costo de materia prima.

Es el producto que se va a utilizar para convertirlo en los productos finales del portafolio de Vegan Ice Cream S.A.S. según el costo de venta está representado en inventarios que se habían adquirido previamente con intención de venderlos.

Cuadro 29 Costo de materia prima

HELADOS VEGAN ICE CREAM MATERIA PRIMA							
MATERIA PRIMA ORGANICA	**COSTO X ARROBA**	**GRAMOS**	**VALOR POR GRAMO $**	**Helado vegano 16 onzas**	**Helado vegano 22 onzas**	**Ensalada de frutas 22 onzas**	**Jugo de Frutas 14 onzas**
BANANO	10.375	12.500	0,83	66,40	91,30	58,10	141,10
FRESA	70.000	12.500	5,60	448,00	616,00	392,00	952,00
GRANADILLA	31.250	12.500	2,50	200,00	275,00	175,00	425,00
GUANABANA	32.500	12.500	2,60	208,00	286,00	182,00	442,00
|	13.750	12.500	1,10	88,00	121,00	77,00	187,00
KIWI	32.500	12.500	2,60	208,00	286,00	182,00	442,00
LIMON TAHIKI	17.500	12.500	1,40	112,00	154,00	98,00	238,00
LULO	27.500	12.500	2,20	176,00	242,00	154,00	374,00
CHOCOLATE	25.000	12.500	2,00	160,00	220,00	140,00	340,00
MANGO TOMMY	32.500	12.500	2,60	208,00	286,00	182,00	442,00
MANZANA ROJA	26.200	12.500	2,10	167,68	230,56	146,72	356,32
MANZANA VERDE	26.200	12.500	2,10	167,68	230,56	146,72	356,32
MARACUYA	18.750	12.500	1,50	120,00	165,00	105,00	255,00
MELON	26.250	12.500	2,10	168,00	231,00	147,00	357,00
MORA	40.750	12.500	3,26	260,80	358,60	228,20	554,20
PAPAYA	11.250	12.500	0,90	72,00	99,00	63,00	153,00
PERA	18.100	12.500	1,45	115,84	159,28	101,36	246,16
PIÑA CORRIENTE	12.500	12.500	1,00	80,00	110,00	70,00	170,00
FRUTOS SECOS	10.000	12.500	0,80	64,00	88,00	56,00	136,00
TOMATE DE ARBOL	13.500	12.500	1,08	86,40	118,80	75,60	183,60
UVA IMPORTADA	22.750	12.500	1,82	145,60	200,20	127,40	309,40
MIEL DE AGABE (PLANTA)	52.500	12.500	4,20	336,00	462,00	294,00	714,00
COCO	48.750	12.500	3,90	312,00	429,00	273,00	663,00
ALMENDRAS	27.200	12.500	2,18	174,08	239,36	152,32	369,92
LECHE DE COCO LITROS	3.400	450	7,56	604,44	831,11	528,89	1.284,44
LECHE DE SOYA LITROS	4.200	450	9,33	746,67	1.026,67	653,33	1.586,67
TOTAL				**5.496**	**7.556**	**4.809**	**11.678**

Fuente: los Autores

La materia prima se consigue en arroba (son 12,5 kilos) se consigue esta cantidad de cada uno de los materiales para poder reducir costos y bajar más costo unitario del producto; se transforman los 12.5 kilos en 12,500 gramos y así se calcula el valor de la materia prima de cada ítem por gramo.

Cuadro 30 Gramaje por producto

ITEMS	CANTIDAD GRAMOS
Helados veganos de 16 onzas	80
Helados veganos de 22 onzas	110
Ensaladas de frutas	70
Jugos de frutas	170

Fuente:Los Autores

Este es el peso promedio de cada uno de los helados de acuerdo su recipiente respectivo. Así calculamos el valor de cada materia prima para cada helado.

3. Costos indirectos de fabricación.

Son todos los gastos diferentes de la mano de obra y de materia prima, en este caso Vegan Ice Cream S.A.S le calculo los CIF a la parte administrativa con un porcentaje.

Cuadro 31 Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS FABRICACION	% PARTIC.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrendamiento	80%	2.582.500	2.066.000
Servicios Públicos (Energía, agua)	80%	204.600	163.680
Servicio de Teléfono e Internet	30%	82.537	24.761
TOTAL			**2.254.441**

Fuente:Los Autores

El total de los CIF $2.254.441 los dividimos por la capacidad instalada de producción de la empresa que son 2.500 unidades promedio mensuales. De

acuerdo, a los productos que se requieran, ya que cada uno de nuestros productos para su elaboración tiene un tiempo diferente de preparación. Los CIF para cada producto es $901,78 pesos M/C.

A continuación mostraremos cada uno de nuestros productos del portafolio calculados con su mano de obra, materia prima y costo indirectos de fabricación.

Cuadro 32 Materia prima, M.O y C.I.F- Helado Vegano 16 onz

Vegano de 16 onzas BANANO		**VALOR TOTAL**
Materia Prima Helado		
BANANO		66,40
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.449,15**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.037**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas FRESA		**VALOR TOTAL**
Materia Prima Helado		
FRESA		167,68
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.550,43**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.138**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas GUANABANA		**VALOR TOTAL**
Materia Prima Helado		
GUANABANA		145,60
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.528,35**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.116,36**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas CHOCOLATE		**VALOR TOTAL**
Materia Prima Helado		
CHOCOLATE		160,00
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.542,75**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.130,76**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas FRUTOS SECOS		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
FRUTOS SECOS		64,00
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.446,75**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.034,76**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas UVA IMPORTADA		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
UVA IMPORTADA		145,60
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.528,35**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.116,36**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas COCO		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
COCO		312,00
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.694,75**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.282,76**

Fuente:Los Autores

vegano de 16 onzas MANGO TOMMY		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
MANGO TOMMY		208,00
LECHE DE SOYA LITROS		746,67
ALMENDRAS		174,08
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1.590,75**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.178,76**

Fuente:Los Autores

Cuadro 33 Materia prima, M.O y C.I.F- Helado Vegano 22 onz

Vegano de 22 onzas BANANO		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
BANANO		91,30
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1623,77**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.486**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas FRESA		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
FRESA		230,56
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1763,03**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.626**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas GUANABANA		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
GUANABANA		200,20
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1732,67**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.595**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas CHOCOLATE		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
CHOCOLATE		220,00
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1752,47**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.615**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas FRUTOS SECOS		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
FRUTOS SECOS		88,00
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1620,47**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.483**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas UVA IMPORTADA		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
UVA IMPORTADA		200,20
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1732,67**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.595**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas COCO		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
COCO		429,00
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1961,47**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.824**

Fuente:Los Autores

Vegano de 22 onzas MANGO TOMMY		VALOR TOTAL
Materia Prima Helado		
MANGO TOMMY		286,00
LECHE DE COCO LITROS		831,11
ALMENDRAS		239,36
MIEL DE AGABE (PLANTA)		462,00
Total Materia Prima Helado		**1818,47**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	7	960,73
CIF		901,78
TOTAL		**3.681**

Fuente:Los Autores

Cuadro 34 Materia prima, M.O y C.I.F- Ensalada de frutas 22 onz

Ensaladas de frutas 22 onzas		**VALOR TOTAL**
Materia Prima		
BOLA DE HELADO 16 ONZAS BANANO		66,40
BOLA DE HELADO 16 ONZAS FRESA		167,68
GUANABANA		182,00
MANGO TOMMY		182,00
MANZANA ROJA		146,72
MARACUYA		105,00
MELON		147,00
PAPAYA		63,00
PIÑA CORRIENTE		70,00
MIEL DE AGABE (PLANTA)		294,00
ALMENDRAS		152,32
LECHE DE COCO LITROS		528,89
LECHE DE SOYA LITROS		653,33
Total Materia Prima Helado		**2.758,34**
Mano de obra directa * tiempo prepararacion MINUTOS	9	1.235,23
CIF		901,78
TOTAL		**4.895**

Fuente:Los Autores

Cuadro 35 Materia prima, M.O y C.I.F-Jugo de frutas natural 14 onz

Jugo de frutas 14 onzas BANANO		**VALOR TOTAL**
Materia Prima		
BANANO		141,10
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.139,54**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.728**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas FRESA		**VALOR TOTAL**
Materia Prima		
FRESA		952,00
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.950,44**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**4.538**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas MANDARINA		VALOR TOTAL
Materia Prima		
MANDARINA		187,00
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.185,44**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.773**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas TOMATE DE ARBOL		VALOR TOTAL
Materia Prima		
TOMATE DE ARBOL		183,60
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.182,04**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.770**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas LULO		VALOR TOTAL
Materia Prima		
LULO		374,00
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.372,44**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		901,78
TOTAL		**3.960**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas CHOCOLATE		VALOR TOTAL
Materia Prima		
CHOCOLATE		340,00
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.338,44**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		246,08
TOTAL		**3.271**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas MORA		VALOR TOTAL
Materia Prima		
MORA		554,20
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.552,64**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		246,08
TOTAL		**3.485**

Fuente:Los Autores

Jugo de frutas 14 onzas COCO		VALOR TOTAL
Materia Prima		
COCO		663,00
LECHE DE COCO LITROS		1.284,44
MIEL DE AGABE (PLANTA)		714,00
Total Materia Prima Helado		**2.661,44**
Mano de obra directa	5	686,24
CIF		246,08
TOTAL		**3.594**

Fuente:Los Autores

Estos son cada uno de nuestros productos del portafolio de Vegan Ice Cream S.A.S. con su costo unitario respectivo de cada producto.

5.10 IVA, RECAUDOS Y PAGOS. POR CONCEPTO DE COMPRAS

5.10.1 IVA

El valor agregado es un requerimiento obligatorio impuesto por el estado y Vegan Ice Cream S.A.S no esta exonerado.

Cuadro 36 IVA cobrado y pagado

HELADOS VEGAN ICE CREAM CÁLCULO DE IVA EN PESOS																		
ÍTEM	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**
IVA Cobrado	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	1.601.370	19.216.441	19.831.367	20.465.971	21.120.882	21.807.310	
IVA Pagado	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	5.770.368	5.955.020	6.145.581	6.342.239	6.548.362	
IVA Causado	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**1.120.506**	**13.446.072**	**13.876.347**	**14.320.390**	**14.778.642**	**15.258.948**	
IVA al Flujo de Caja					4.482.024				4.482.024				8.964.048	9.250.898	9.546.926	9.852.428	10.172.632	
IVA Año siguiente													0	4.482.024	4.625.449	4.773.463	4.926.214	5.086.316
IVA TOTAL FLUJO DE CAJA	**0**	**0**	**0**	**0**	**4.482.024**	**0**	**0**	**0**	**4.482.024**	**0**	**0**	**0**	**8.964.048**	**13.732.922**	**14.172.375**	**14.625.891**	**15.098.846**	**5.086.316**

Meses Año	12
IVA pagado por año	8
IVA por pagar por año	4

Fuente:Los Autores

5.10.2 Recaudos

Los recaudos son la ventas totales (unidades a vender * precio de venta) y se les hace un proyectado. De acuerdo al incremento de la inflación del IPC del respectivo año.

Cuadro 37 Recaudo en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM RECAUDOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contado	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	120.102.754	123.946.042	127.912.316	132.005.510	136.295.689
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**10.008.563**	**120.102.754**	**123.946.042**	**127.912.316**	**132.005.510**	**136.295.689**

Meses Año	12
Meses Pagados	11

Fuente:Los Autores

5.10.3 Pagos

Los pagos son costos totales sin MOD y sin CIF (unidades a vender * costo unitario sin MOD y CIF) y se les hace un proyectado. De acuerdo al incremento de la inflación del IPC del respectivo año.

Cuadro 38 Pagos en pesos

HELADOS VEGAN ICE CREAM PAGOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Contado	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	3.005.400	36.064.802	37.218.876	38.409.880	39.638.996	40.927.264
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**3.005.400**	**36.064.802**	**37.218.876**	**38.409.880**	**39.638.996**	**40.927.264**

Meses Año	12
Meses Pagados	11

Fuente:Los Autores

5.11 ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN

Los estados de resultados sin y con financiación nos muestra la utilidad bruta frete a las ventas – costos, en te caso la utilidad bruta fue positiva para los 2 estados igualmente a la utilidad bruta – los egresos no va a registrar una utilidad operacional negativa en unos meses (Enero, Mayo, Septiembre). La diferencia del estado de resultados sin y con es el apalancamiento financiero.

Para el estado de resultados sin financiación la utilidad del ejercicio en el primer año da **$827.076** pero en el estado de resultados con financiación la utilidad del ejercicio del primer año da **-$604.115** puesto que hay un gasto financiero del préstamo de $1.831.501. Mientras que a partir del año 2 ya empieza a dar una utilidad positiva.

La conclusión son las ventas de los productos muy pocas y tienen una participación del **55%** frente a los costos de los productos, en otro caso los costos son muy elevados tocara conseguir proveedores más económicos o elevar nuestro precio de venta de los productos. Para poder tener desde el primer año una utilidad positiva más grande.

5.11.1 Estado de Resultados sin Financiación.

Cuadro 39 Estado de resultados sin financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Ventas	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	120.102.754	123.946.042	127.912.316	132.005.510	136.295.689
Costos	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	65.763.910	67.868.356	70.040.143	72.281.428	74.630.574
UTILIDAD BRUTA	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**54.338.844**	**56.077.687**	**57.872.173**	**59.724.082**	**61.665.115**
EGRESOS																	
Nómima	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	27.850.775	28.742.000	29.661.744	30.610.920	31.605.775
Gastos de administración	1.222.459	888.468	914.252	928.858	1.055.852	901.381	985.219	903.121	1.055.852	927.206	927.164	890.121	11.599.952	11.971.150	12.354.227	12.749.562	13.163.923
Gastos de ventas	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	433.860	2.758.110	2.046.828	2.112.326	2.179.920	2.250.768
Depreciación	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	3.331.333	3.331.333	3.331.333	1.238.000	1.238.000
Diferidos	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	5.941.850	0	0	0	0
ICA	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	1.056.904	1.090.725	1.125.628	1.161.648	1.199.402
TOTAL EGRESOS	**4.838.057**	**4.070.207**	**4.436.880**	**4.110.597**	**4.671.450**	**4.083.119**	**4.507.847**	**4.084.859**	**4.671.450**	**4.108.944**	**4.449.793**	**4.505.719**	**52.538.925**	**47.182.037**	**48.585.259**	**47.940.051**	**49.457.868**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(309.820)**	**458.030**	**91.357**	**417.640**	**(143.213)**	**445.118**	**20.390**	**443.378**	**(143.213)**	**419.293**	**78.444**	**22.518**	**1.799.919**	**8.895.650**	**9.286.914**	**11.784.031**	**12.207.247**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**(309.820)**	**458.030**	**91.357**	**417.640**	**(143.213)**	**445.118**	**20.390**	**443.378**	**(143.213)**	**419.293**	**78.444**	**22.518**	**1.799.919**	**8.895.650**	**9.286.914**	**11.784.031**	**12.207.247**
Impuesto de Renta	0	114.508	22.839	104.410	0	111.279	5.097	110.844	0	104.823	19.611	5.629	599.042	2.223.913	2.321.728	2.946.008	3.051.812
CREE	0	41.223	8.222	37.588	0	40.061	1.835	39.904	0	37.736	7.060	2.027	215.655	800.609	835.822	1.060.563	1.098.652
UTILIDAD NETA	**(309.820)**	**302.300**	**60.295**	**275.642**	**(143.213)**	**293.778**	**13.457**	**292.629**	**(143.213)**	**276.733**	**51.773**	**14.862**	**985.222**	**5.871.129**	**6.129.363**	**7.777.460**	**8.056.783**
Reserva Legal	0	30.230	6.030	27.564	0	29.378	1.346	29.263	0	27.673	5.177	1.486	158.147	587.113	612.936	777.746	805.678
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(309.820)**	**272.070**	**54.266**	**248.078**	**(143.213)**	**264.400**	**12.111**	**263.366**	**(143.213)**	**249.060**	**46.596**	**13.375**	**827.076**	**5.284.016**	**5.516.427**	**6.999.714**	**7.251.105**

Utilidad Acumulada	827.076	6.111.092	11.627.519	18.627.233	25.878.338
Reserva Legal Acumulada	158.147	745.260	1.358.196	2.135.942	2.941.621

Fuente:Los Autores

5.11.2 Estado de Resultados Con Financiación.

Cuadro 40 Estado de resultados con financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Ventas	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	10.008.563	120.102.754	123.946.042	127.912.316	132.005.510	136.295.689
Costos	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	5.480.326	65.763.910	67.868.356	70.040.143	72.281.428	74.630.574
UTILIDAD BRUTA	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**4.528.237**	**54.338.844**	**56.077.687**	**57.872.173**	**59.724.082**	**61.665.115**
EGRESOS																	
Nómima	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	2.320.898	27.850.775	28.742.000	29.661.744	30.610.920	31.605.775
Gastos de administración	1.222.459	888.468	914.252	928.858	1.055.852	901.381	985.219	903.121	1.055.852	927.206	927.164	890.121	11.599.952	11.971.150	12.354.227	12.749.562	13.163.923
Gastos de ventas	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	433.860	2.758.110	2.046.828	2.112.326	2.179.920	2.250.768
Depreciación	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	277.611	3.331.333	3.331.333	3.331.333	1.238.000	1.238.000
Diferidos	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	495.154	5.941.850	0	0	0	0
ICA	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	88.075	1.056.904	1.090.725	1.125.628	1.161.648	1.199.402
TOTAL EGRESOS	**4.838.057**	**4.070.207**	**4.436.880**	**4.110.597**	**4.671.450**	**4.083.119**	**4.507.847**	**4.084.859**	**4.671.450**	**4.108.944**	**4.449.793**	**4.505.719**	**52.538.925**	**47.182.037**	**48.585.259**	**47.940.051**	**49.457.868**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(309.820)**	**458.030**	**91.357**	**417.640**	**(143.213)**	**445.118**	**20.390**	**443.378**	**(143.213)**	**419.293**	**78.444**	**22.518**	**1.799.919**	**8.895.650**	**9.286.914**	**11.784.031**	**12.207.247**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros Préstamo	173.046	169.543	165.980	162.355	158.668	154.916	151.100	147.217	143.267	139.248	135.160	131.001	1.831.501	1.220.075	468.633	3.520.209	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**173.046**	**169.543**	**165.980**	**162.355**	**158.668**	**154.916**	**151.100**	**147.217**	**143.267**	**139.248**	**135.160**	**131.001**	**1.831.501**	**1.220.075**	**468.633**	**3.520.209**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**(482.866)**	**288.487**	**(74.624)**	**255.285**	**(301.881)**	**290.202**	**(130.710)**	**296.161**	**(286.480)**	**280.045**	**(56.716)**	**(108.484)**	**(31.582)**	**7.675.575**	**8.818.281**	**8.263.822**	**12.207.247**
Impuesto de Renta	0	72.122	0	63.821	0	72.550	0	74.040	0	70.011	0	0	352.545	1.918.894	2.204.570	2.065.956	3.051.812
CREE	0	25.964	0	22.976	0	26.118	0	26.654	0	25.204	0	0	126.916	690.802	793.645	743.744	1.098.652
UTILIDAD NETA	**(482.866)**	**190.401**	**(74.624)**	**168.488**	**(301.881)**	**191.533**	**(130.710)**	**195.466**	**(286.480)**	**184.829**	**(56.716)**	**(108.484)**	**(511.043)**	**5.065.880**	**5.820.066**	**5.454.123**	**8.056.783**
Reserva Legal	0	19.040	0	16.849	0	19.153	0	19.547	0	18.483	0	0	93.072	506.588	582.007	545.412	805.678
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(482.866)**	**171.361**	**(74.624)**	**151.639**	**(301.881)**	**172.380**	**(130.710)**	**175.919**	**(286.480)**	**166.346**	**(56.716)**	**(108.484)**	**(604.115)**	**4.559.292**	**5.238.059**	**4.908.710**	**7.251.105**

Utilidad Acumulada	(604.115)	3.955.177	9.193.236	14.101.947	21.353.051
Reserva Legal Acumulada	93.072	599.660	1.181.666	1.727.079	2.532.757

Fuente:Los Autores

5.12 FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN

El flujo de caja sin y con financiación expresa las entradas y las salidas de dinero en ventas, mostrando la liquides de la empresa en algún periodo determinado, muestra cómo se encuentran los ingresos por ventas mensuales frente a los egresos cómo la nómina, gastos de administración, gastos de ventas, costos, IVA pagado y el IVa total pagado al flujo de caja. Al saber cuál es el flujo de aja operacional se evaluara según el apalancamiento financiero respectivo para poder asi llegar a tener un flujo de caja neto.

Sabiendo que el flujo de caja neto de caja mes es el inicial para el otro. Es decir, el saldo inicial de cada periodo más el flujo de caja neto me da el saldo inicial para el próximo mes respectivo.

5.12.1 Flujo de Caja Sin Financiación en Pesos

Cuadro 41 Flujo de Caja Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	121.121.017	124.996.889	128.996.790	133.124.687	137.451.239
IVA Cobrado	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	19.379.363	19.999.502	20.639.486	21.299.950	21.992.198
TOTAL INGRESOS	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**140.500.379**	**144.996.391**	**149.636.276**	**154.424.637**	**159.443.438**
EGRESOS																	
Nómina	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	3.193.573	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	3.193.573	25.947.077	28.681.082	29.598.877	30.546.041	31.537.773
Gastos de administración	1.242.486	921.408	947.191	961.798	1.088.791	921.408	1.018.158	936.060	1.088.791	960.145	947.191	923.060	11.956.488	12.339.096	12.733.947	13.141.433	13.568.530
Gastos de ventas	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	433.860	2.758.110	2.046.828	2.112.326	2.179.920	2.250.768
Costos	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	66.309.734	68.431.646	70.621.458	72.881.345	75.249.989
IVA Pagado	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	5.770.368	5.955.020	6.145.581	6.342.239	6.548.362
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	4.536.331	0	0	0	4.536.331	0	0	0	9.072.663	13.899.320	14.344.098	14.803.109	15.281.794
ICA													0	1.065.865	1.099.973	1.135.172	1.171.497
CREE													0	222.583	810.541	846.073	1.071.141
Impuesto de Renta													0	618.286	2.251.503	2.350.202	2.975.393
TOTAL EGRESOS	**9.639.014**	**8.884.076**	**9.250.749**	**8.924.466**	**14.021.651**	**10.121.656**	**9.321.717**	**8.898.729**	**14.021.651**	**8.922.813**	**9.250.749**	**10.557.169**	**121.814.441**	**133.259.725**	**139.718.304**	**144.225.534**	**149.655.247**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**2.069.351**	**2.824.289**	**2.457.615**	**2.783.899**	**(2.313.286)**	**1.586.709**	**2.386.648**	**2.809.636**	**(2.313.286)**	**2.785.552**	**2.457.615**	**1.151.196**	**18.685.939**	**11.736.667**	**9.917.972**	**10.199.102**	**9.788.190**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**2.069.351**	**2.824.289**	**2.457.615**	**2.783.899**	**(2.313.286)**	**1.586.709**	**2.386.648**	**2.809.636**	**(2.313.286)**	**2.785.552**	**2.457.615**	**1.151.196**	**18.685.939**	**11.736.667**	**9.917.972**	**10.199.102**	**9.788.190**
SALDO INICIAL DE CAJA	**6.568.784**	**8.638.135**	**11.462.424**	**13.920.039**	**16.703.938**	**14.390.652**	**15.977.361**	**18.364.009**	**21.173.646**	**18.860.360**	**21.645.911**	**24.103.527**	**6.568.784**	**25.254.723**	**36.991.389**	**46.909.362**	**57.108.464**
SALDO FINAL DE CAJA	**8.638.135**	**11.462.424**	**13.920.039**	**16.703.938**	**14.390.652**	**15.977.361**	**18.364.009**	**21.173.646**	**18.860.360**	**21.645.911**	**24.103.527**	**25.254.723**	**25.254.723**	**36.991.389**	**46.909.362**	**57.108.464**	**66.896.654**

EVALUACIÓN		**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
FLUJO DE CAJA NETO		(24.980.634)	18.685.939	11.736.667	9.917.972	10.199.102	9.788.190
DTF (%)	4,55%						
SPREAD (%)	6,75%						
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	11,61%						
VPN ($)	20.544.579						
TIR (%)	46,68%						
B/C (veces)	1,82						

Fuente:los Autores

5.12.2 Flujo de Caja Con Financiación en Pesos

Cuadro 42 Flujo de Caja Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	10.093.418	121.121.017	124.996.889	128.996.790	133.124.687	137.451.239
IVA Cobrado	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	1.614.947	19.379.363	19.999.502	20.639.486	21.299.950	21.992.198
TOTAL INGRESOS	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**11.708.365**	**140.500.379**	**144.996.391**	**149.636.276**	**154.424.637**	**159.443.438**
EGRESOS																	
Nómina	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	3.193.573	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	1.955.993	3.193.573	25.947.077	28.681.082	29.598.877	30.546.041	31.537.773
Gastos de administración	1.242.486	921.408	947.191	961.798	1.088.791	921.408	1.018.158	936.060	1.088.791	960.145	947.191	923.060	11.956.488	12.339.096	12.733.947	13.141.433	13.568.530
Gastos de ventas	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	0	433.860	0	340.890	433.860	2.758.110	2.046.828	2.112.326	2.179.920	2.250.768
Costos	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	5.525.811	66.309.734	68.431.646	70.621.458	72.881.345	75.249.989
IVA Pagado	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	480.864	5.770.368	5.955.020	6.145.581	6.342.239	6.548.362
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	4.536.331	0	0	0	4.536.331	0	0	0	9.072.663	13.899.320	14.344.098	14.803.109	15.281.794
ICA													0	1.065.865	1.099.973	1.135.172	1.171.497
CREE													0	130.580	700.646	803.862	754.068
Impuesto de Renta													0	362.722	1.946.240	2.232.950	2.094.634
TOTAL EGRESOS	**9.639.014**	**8.884.076**	**9.250.749**	**8.924.466**	**14.021.651**	**10.121.656**	**9.321.717**	**8.898.729**	**14.021.651**	**8.922.813**	**9.250.749**	**10.557.169**	**121.814.441**	**132.912.158**	**139.303.145**	**144.066.072**	**148.457.416**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**2.069.351**	**2.824.289**	**2.457.615**	**2.783.899**	**(2.313.286)**	**1.586.709**	**2.386.648**	**2.809.636**	**(2.313.286)**	**2.785.552**	**2.457.615**	**1.151.196**	**18.685.939**	**12.084.234**	**10.333.131**	**10.358.565**	**10.986.021**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Préstamo	173.185	169.679	166.113	162.486	158.795	155.040	151.221	147.335	143.382	139.360	135.268	131.106	1.832.971	1.221.054	469.009	3.523.033	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Préstamo	202.240	205.745	209.311	212.939	216.630	220.384	224.204	228.090	232.043	236.065	240.156	244.318	2.672.125	3.284.042	4.036.087	9.992.254	0
Amortización Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**375.425**	**4.505.096**	**4.505.096**	**4.505.096**	**13.515.287**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**1.693.926**	**2.448.865**	**2.082.191**	**2.408.474**	**(2.688.711)**	**1.211.284**	**2.011.224**	**2.434.212**	**(2.688.711)**	**2.410.127**	**2.082.191**	**775.771**	**14.180.843**	**7.579.138**	**5.828.035**	**(3.156.722)**	**10.986.021**
SALDO INICIAL DE CAJA	**6.568.784**	**8.262.710**	**10.711.575**	**12.793.766**	**15.202.240**	**12.513.529**	**13.724.813**	**15.736.037**	**18.170.249**	**15.481.538**	**17.891.665**	**19.973.856**	**6.568.784**	**20.749.627**	**28.328.765**	**34.156.800**	**31.000.078**
SALDO FINAL DE CAJA	**8.262.710**	**10.711.575**	**12.793.766**	**15.202.240**	**12.513.529**	**13.724.813**	**15.736.037**	**18.170.249**	**15.481.538**	**17.891.665**	**19.973.856**	**20.749.627**	**20.749.627**	**28.328.765**	**34.156.800**	**31.000.078**	**41.986.100**

EVALUACIÓN	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
FLUJO DE CAJA NETO	(14.988.380)	14.180.843	7.579.138	5.828.035	(3.156.722)	10.986.021

DTF (%)	4,55%
SPREAD (%)	6,75%
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	11,61%
VPN ($)	12.304.262
TIR (%)	52,26%
B/C (veces)	1,82

Fuente:Los Autores

5.13 BALANCES GENERALES SIN Y CON FINANCIACIÓN

El balance general sin y con financiación muestra anualmente como está el activo frente al pasivo y patrimonio en la utilidad de los socios.

Balance General Sin Financiación en Pesos. El balance general en pesos muestra cada uno de nuestros activos corrientes y no corrientes con los diferidos para un total de capital de 22.282.634, en los pasivos muestra los valores a pagar de salarios e impuestos sin ningún apalancamiento financiero. Con el patrimonio nos da a conocer la utilidad ganada por los socios es sus respectivos años.

Balance General Con Financiación en Pesos. El balance general en pesos muestra cada uno de nuestros activos corrientes y no corrientes con los diferidos para un total de capital de 22.282.634, en los pasivos muestra los valores a pagar de salarios e impuestos con un apalancamiento financiero hasta el 3 año respecto a l amortización del préstamo, nos muestra que el balance con financiación tiene una utilidad más pequeña que el de sin respecto a las obligaciones financieras presentada en este proyecto.

5.13.1 Balance General Sin Financiación en Pesos

Cuadro 43 Balance General Proyectado Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	6.568.784	25.254.723	36.991.389	46.909.362	57.108.464	66.896.654
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	**25.254.723**	**36.991.389**	**46.909.362**	**57.108.464**	**66.896.654**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	6.280.000	6.280.000	6.280.000	6.280.000	6.280.000	6.280.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	3.492.000	3.492.000	3.492.000	3.492.000	3.492.000	3.492.000
Maquinaria y equipos	2.698.000	2.698.000	2.698.000	2.698.000	2.698.000	2.698.000
(-) Depreciación Acumulada		3.331.333	6.662.667	9.994.000	11.232.000	12.470.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**9.772.000**	**6.440.667**	**3.109.333**	**-222.000**	**-1.460.000**	**-2.698.000**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	5.941.850	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.713.850**	**6.440.667**	**3.109.333**	**-222.000**	**-1.460.000**	**-2.698.000**
TOTAL ACTIVOS	**22.282.634**	**31.695.389**	**40.100.723**	**46.687.362**	**55.648.464**	**64.198.654**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	1.699.731	1.754.122	1.810.254	1.868.182	1.928.898
Interés a las cesantías x pagar	0	203.968	210.495	217.231	224.182	231.468
Impuesto de Renta x pagar	0	618.286	2.251.503	2.350.202	2.975.393	3.082.152
IVA x pagar	0	4.536.331	4.681.494	4.831.302	4.985.904	5.147.945
CREE x pagar	0	222.583	810.541	846.073	1.071.141	1.109.575
ICA x pagar	0	1.065.865	1.099.973	1.135.172	1.171.497	1.209.571
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**8.346.764**	**10.808.128**	**11.190.233**	**12.296.299**	**12.709.609**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**8.346.764**	**10.808.128**	**11.190.233**	**12.296.299**	**12.709.609**
PATRIMONIO						
Capital Social	22.282.634	22.282.634	22.282.634	22.282.634	22.282.634	22.282.634
Utilidad Acumulada	0	902.764	6.252.336	11.836.416	18.905.949	26.229.142
Reserva Legal Acumulada	0	163.228	757.624	1.378.078	2.163.581	2.977.270
TOTAL PATRIMONIO	**22.282.634**	**23.348.625**	**29.292.594**	**35.497.128**	**43.352.165**	**51.489.045**
PASIVOS + PATRIMONIO	**22.282.634**	**31.695.389**	**40.100.723**	**46.687.362**	**55.648.464**	**64.198.654**

Fuente:Los Autores

5.13.2 Balance General Con Financiación en Pesos

Cuadro 44 Balance Proyectado General Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	6.568.784	20.749.627	28.328.765	34.156.800	31.000.078	41.986.100
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	**20.749.627**	**28.328.765**	**34.156.800**	**31.000.078**	**41.986.100**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	6.280.000	6.280.000	6.280.000	6.280.000	6.280.000	6.280.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	3.492.000	3.492.000	3.492.000	3.492.000	3.492.000	3.492.000
Maquinaria y equipos	2.698.000	2.698.000	2.698.000	2.698.000	2.698.000	2.698.000
(-) Depreciación Acumulada		3.331.333	6.662.667	9.994.000	11.232.000	12.470.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**9.772.000**	**6.440.667**	**3.109.333**	**-222.000**	**-1.460.000**	**-2.698.000**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	5.941.850	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.713.850**	**6.440.667**	**3.109.333**	**-222.000**	**-1.460.000**	**-2.698.000**
TOTAL ACTIVOS	**22.282.634**	**27.190.294**	**31.438.098**	**33.934.800**	**29.540.078**	**39.288.100**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	1.699.731	1.754.122	1.810.254	1.868.182	1.928.898
Interés a las cesantías x pagar	0	203.968	210.495	217.231	224.182	231.468
Impuesto de Renta x pagar	0	362.722	1.946.240	2.232.950	2.094.634	3.082.152
IVA x pagar	0	4.536.331	4.681.494	4.831.302	4.985.904	5.147.945
CREE x pagar	0	130.580	700.646	803.862	754.068	1.109.575
ICA x pagar	0	1.065.865	1.099.973	1.135.172	1.171.497	1.209.571
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**7.999.197**	**10.392.970**	**11.030.770**	**11.098.468**	**12.709.609**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	9.992.254	7.320.129	4.036.087	0	-9.992.254	-9.992.254
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**9.992.254**	**7.320.129**	**4.036.087**	**0**	**-9.992.254**	**-9.992.254**
TOTAL PASIVOS	**9.992.254**	**15.319.326**	**14.429.057**	**11.030.770**	**1.106.214**	**2.717.355**
PATRIMONIO						
Capital Social	12.290.380	12.290.380	12.290.380	12.290.380	12.290.380	12.290.380
Utilidad Acumulada	0	(515.171)	4.109.095	9.414.584	14.391.436	21.714.628
Reserva Legal Acumulada	0	95.759	609.566	1.199.065	1.752.048	2.565.736
TOTAL PATRIMONIO	**12.290.380**	**11.870.968**	**17.009.041**	**22.904.030**	**28.433.864**	**36.570.745**
PASIVOS + PATRIMONIO	**22.282.634**	**27.190.294**	**31.438.098**	**33.934.800**	**29.540.078**	**39.288.100**

Fuente:Los Autores

5.14 ANALISIS VPN, TIR Y B/C DE LOS ESTADOS DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN

Análisis de Resultados de VPN, TIR y B/C Sin Financiación. Para poder entender cada uno de nuestros flujos de caja hay que saber nuestro valor presente Neto **VPN** con una proyección a 5 años, 24.980.634 mostrado así la viabilidad del proyecto, pero al evaluarla con a tasa interna de retorno **TIR** es de 46.68% diciendo así que la relación beneficio costo B/C nos mostrara que por cada peso invertido tendremos una contribución de retorno de 1.82

Análisis de Resultados de VPN, TIR y B/C Con Financiación. Para poder entender cada uno de nuestros flujos de caja hay que saber nuestro valor presente Neto **VPN** con una proyección a 5 años, 14.988.380 mostrado así la viabilidad del proyecto, pero al evaluarla con a tasa interna de retorno **TIR** es de 52.26% diciendo así que la relación beneficio costo B/C nos mostrara que por cada peso invertido tendremos una contribución de retorno de 1.82

Cuadro 45 Flujo de Caja Sin Financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN

EVALUACIÓN		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA NETO		(24.980.634)	18.685.939	11.736.667	9.917.972	10.199.102	9.788.190
DTF (%)	4,55%						
SPREAD (%)	6,75%						
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	11,61%						
VPN ($)	20.544.579						
TIR (%)	46,68%						
B/C (veces)	1,82						

Fuente:los Autores

Cuadro 46 Flujo de Caja Con Financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN

EVALUACIÓN		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA NETO		(14.988.380)	14.180.843	7.579.138	5.828.035	(3.156.722)	10.986.021
DTF (%)	4,55%						
SPREAD (%)	6,75%						
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	11,61%						
VPN ($)	12.304.262						
TIR (%)	52,26%						
B/C (veces)	1,82						

Fuente:Los Autores

5.15 ANALISIS VERTICALES Y HORIZONTALES

Análisis Vertical del balance general proyectado sin y con financiación. Se realiza un análisis vertical para evaluar la participación de una cuenta sobre otra esto se puede realizar de un periodo a otro y mirar sus crecimientos o perdidas de estas cuentas, en este caso el balance sin financiación del año 0 al año 1 tuvo un incremento porcentual de un 50,2% en los activos corrientes. En el caso del balance con financiación nos interesamos más por el porcentaje de utilidad acumulada de los accionistas con incrementos o perdidas representadas porcentualmente.

Análisis Vertical del Estado de Resultados proyectado sin y con financiación. Se comparan las participaciones de una cuenta a otra en incrementos o déficit, para este caso evaluaremos la participación de las ventas y los costos de un periodo a otro, la participación del apalancamiento financiero en el estados de resultados con financiación y podemos ver incremento porcentual de la utilidad del ejercicio, respecto a cada año.

Análisis Horizontal del balance general proyectado sin y con financiación. Se este análisis se mira la variación porcentual de una actividad económica de un periodo a otro, esta variaciones pueden ser positivas como negativas. Por ejemplo, para el caso de los activos corrientes del año 1 al año 2 vemos en la variación absoluta que el el valor en pesos en incremento o perdida respecto al año anterior y su variación relativa es el valor porcentual respecto a la ariacion absoluta.

Análisis Horizontal del Estado de Resultados proyectado sin y con financiación. Se mide la variación de cada una de nuestras actividades económicas en pesos (variación absoluta) y porcentual (variación relativa) y asi

podemos evaluar el incremento y perdidas de cada una de las actividades hasta las utilidades de los ejercicios respectivos de cada año o periodo.

5.15.1 Análisis Verticales del Balance General Proyectado Sin Financiación

Cuadro 47 Análisis Vertical Balance General Proyectado Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	AÑO 0	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja Bancos	6.568.784	29,48%	25.254.723	79,68%	36.991.389	92,25%	46.909.362	100,48%	57.108.464	102,62%	66.896.654	104,20%
C x C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	**29,48%**	**25.254.723**	**79,68%**	**36.991.389**	**92,25%**	**46.909.362**	**100,48%**	**57.108.464**	**102,62%**	**66.896.654**	**104,20%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
Muebles y Enseres	6.280.000	28,18%	6.280.000	19,81%	6.280.000	15,66%	6.280.000	13,45%	6.280.000	11,29%	6.280.000	9,78%
Equipos de Cómputo y Comunicación	3.492.000	15,67%	3.492.000	11,02%	3.492.000	8,71%	3.492.000	7,48%	3.492.000	6,28%	3.492.000	5,44%
Maquinaria y Equipos	2.698.000	12,11%	2.698.000	8,51%	2.698.000	6,73%	2.698.000	5,78%	2.698.000	4,85%	2.698.000	4,20%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,00%	3.331.333	10,51%	6.662.667	16,61%	9.994.000	21,41%	11.232.000	20,18%	12.470.000	19,42%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**9.772.000**	**43,85%**	**6.440.667**	**20,32%**	**3.109.333**	**7,75%**	**-222.000**	**-0,48%**	**-1.460.000**	**-2,62%**	**-2.698.000**	**-4,20%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	5.941.850	26,67%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**26,67%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.713.850**	**70,52%**	**6.440.667**	**20,32%**	**3.109.333**	**7,75%**	**-222.000**	**-0,48%**	**-1.460.000**	**-2,62%**	**-2.698.000**	**-4,20%**
TOTAL ACTIVOS	**22.282.634**	**100,00%**	**31.695.389**	**100,00%**	**40.100.723**	**100,00%**	**46.687.362**	**100,00%**	**55.648.464**	**100,00%**	**64.198.654**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
C x P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	0,00%	1.699.731	5,36%	1.754.122	4,37%	1.810.254	3,88%	1.868.182	3,36%	1.928.898	3,00%
Interés a las cesantías x pagar	0	0,00%	203.968	0,64%	210.495	0,52%	217.231	0,47%	224.182	0,40%	231.468	0,36%
Impuesto de Renta x pagar	0	0,00%	618.286	1,95%	2.251.503	5,61%	2.350.202	5,03%	2.975.393	5,35%	3.082.152	4,80%
IVA x pagar	0	0,00%	4.536.331	14,31%	4.681.494	11,67%	4.831.302	10,35%	4.985.904	8,96%	5.147.945	8,02%
CREE x pagar	0	0,00%	222.583	0,70%	810.541	2,02%	846.073	1,81%	1.071.141	1,92%	1.109.575	1,73%
ICA x pagar	0	0,00%	1.065.865	3,36%	1.099.973	2,74%	1.135.172	2,43%	1.171.497	2,11%	1.209.571	1,88%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**8.346.764**	**26,33%**	**10.808.128**	**26,95%**	**11.190.233**	**23,97%**	**12.296.299**	**22,10%**	**12.709.609**	**19,80%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones Financieras	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**0,00%**	**8.346.764**	**26,33%**	**10.808.128**	**26,95%**	**11.190.233**	**23,97%**	**12.296.299**	**22,10%**	**12.709.609**	**19,80%**
PATRIMONIO												
Capital Social	22.282.634	100,00%	22.282.634	70,30%	22.282.634	55,57%	22.282.634	47,73%	22.282.634	40,04%	22.282.634	34,71%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	902.764	(2,85%)	6.252.336	(15,59%)	11.836.416	25,35%	18.905.949	33,97%	26.229.142	40,86%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	163.228	0,51%	757.624	1,89%	1.378.078	2,95%	2.163.581	3,89%	2.977.270	4,64%
TOTAL PATRIMONIO	**22.282.634**	**100,00%**	**23.348.625**	**73,67%**	**29.292.594**	**73,05%**	**35.497.128**	**76,03%**	**43.352.165**	**77,90%**	**51.489.045**	**80,20%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**22.282.634**	**100,00%**	**31.695.389**	**100,00%**	**40.100.723**	**100,00%**	**46.687.362**	**100,00%**	**55.648.464**	**100,00%**	**64.198.654**	**100,00%**

Fuente:Los Autores

5.15.2 Análisis Verticales del Balance General Proyectado Con Financiación

Cuadro 48 Análisis Vertical Balance General Proyectado Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS

	AÑO 0	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja Bancos	6.568.784	29,48%	20.749.627	76,31%	28.328.765	90,11%	34.156.800	100,65%	31.000.078	104,94%	41.986.100	106,87%
C x C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	**29,48%**	**20.749.627**	**76,31%**	**28.328.765**	**90,11%**	**34.156.800**	**100,65%**	**31.000.078**	**104,94%**	**41.986.100**	**106,87%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
Muebles y Enseres	6.280.000	28,18%	6.280.000	23,10%	6.280.000	19,98%	6.280.000	18,51%	6.280.000	21,26%	6.280.000	15,98%
Equipos de Cómputo y Comunicación	3.492.000	15,67%	3.492.000	12,84%	3.492.000	11,11%	3.492.000	10,29%	3.492.000	11,82%	3.492.000	8,89%
Mauinaria y equipos	2.698.000	12,11%	2.698.000	9,92%	2.698.000	8,58%	2.698.000	7,95%	2.698.000	9,13%	2.698.000	6,87%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,00%	3.331.333	12,25%	6.662.667	21,19%	9.994.000	29,45%	11.232.000	38,02%	12.470.000	31,74%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**9.772.000**	**43,85%**	**6.440.667**	**23,69%**	**3.109.333**	**9,89%**	**-222.000**	**-0,65%**	**-1.460.000**	**-4,94%**	**-2.698.000**	**-6,87%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	5.941.850	26,67%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**26,67%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.713.850**	**70,52%**	**6.440.667**	**23,69%**	**3.109.333**	**9,89%**	**-222.000**	**-0,65%**	**-1.460.000**	**-4,94%**	**-2.698.000**	**-6,87%**
TOTAL ACTIVOS	**22.282.634**	**100,00%**	**27.190.294**	**100,00%**	**31.438.098**	**100,00%**	**33.934.800**	**100,00%**	**29.540.078**	**100,00%**	**39.288.100**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
C x P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	0,00%	1.699.731	6,25%	1.754.122	5,58%	1.810.254	5,33%	1.868.182	6,32%	1.928.898	4,91%
Interés a las cesantías x pagar	0	0,00%	203.968	0,75%	210.495	0,67%	217.231	0,64%	224.182	0,76%	231.468	0,59%
Impuesto de Renta x pagar	0	0,00%	362.722	1,33%	1.946.240	6,19%	2.232.950	6,58%	2.094.634	7,09%	3.082.152	7,85%
IVA x pagar	0	0,00%	4.536.331	16,68%	4.681.494	14,89%	4.831.302	14,24%	4.985.904	16,88%	5.147.945	13,10%
CREE x pagar	0	0,00%	130.580	0,48%	700.646	2,23%	803.862	2,37%	754.068	2,55%	1.109.575	2,82%
ICA x pagar	0	0,00%	1.065.865	3,92%	1.099.973	3,50%	1.135.172	3,35%	1.171.497	3,97%	1.209.571	3,08%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**7.999.197**	**29,42%**	**10.392.970**	**33,06%**	**11.030.770**	**32,51%**	**11.098.468**	**37,57%**	**12.709.609**	**32,35%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones Financieras	9.992.254	100,00%	7.320.129	26,92%	4.036.087	12,84%	0	0,00%	-9.992.254	-33,83%	-9.992.254	-25,43%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**9.992.254**	**100,00%**	**7.320.129**	**26,92%**	**4.036.087**	**12,84%**	**0**	**0,00%**	**-9.992.254**	**-33,83%**	**-9.992.254**	**-25,43%**
TOTAL PASIVOS	**9.992.254**	**100,00%**	**15.319.326**	**56,34%**	**14.429.057**	**45,90%**	**11.030.770**	**32,51%**	**1.106.214**	**3,74%**	**2.717.355**	**6,92%**
PATRIMONIO												
Capital Social	12.290.380	100,00%	12.290.380	45,20%	12.290.380	39,09%	12.290.380	36,22%	12.290.380	41,61%	12.290.380	31,28%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	(515.171)	(1,89%)	4.109.095	(13,07%)	9.414.584	27,74%	14.391.436	48,72%	21.714.628	55,27%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	95.759	0,35%	609.566	1,94%	1.199.065	3,53%	1.752.048	5,93%	2.565.736	6,53%
TOTAL PATRIMONIO	**12.290.380**	**100,00%**	**11.870.968**	**43,66%**	**17.009.041**	**54,10%**	**22.904.030**	**67,49%**	**28.433.864**	**96,26%**	**36.570.745**	**93,08%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**22.282.634**	**100,00%**	**27.190.294**	**100,00%**	**31.438.098**	**100,00%**	**33.934.800**	**100,00%**	**29.540.078**	**100,00%**	**39.288.100**	**100,00%**

Fuente:Los Autores

5.15.3 Análisis Vertical del Estado de Resultados Sin Financiación en Pesos

Cuadro 49 Análisis Vertical Estado Resultados Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS										
	AÑO 1	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANÁLISIS VERTICAL**
INGRESOS										
Ventas	121.121.017	100,00%	124.996.889	100,00%	128.996.790	100,00%	133.124.687	100,00%	137.451.239	100,00%
Costos	66.309.734	54,75%	68.431.646	54,75%	70.621.458	54,75%	72.881.345	54,75%	75.249.989	54,75%
UTILIDAD BRUTA	**54.811.282**	**45,25%**	**56.565.243**	**45,25%**	**58.375.331**	**45,25%**	**60.243.342**	**45,25%**	**62.201.250**	**45,25%**
EGRESOS										
Nómima	27.850.775	22,99%	28.742.000	22,99%	29.661.744	22,99%	30.610.920	22,99%	31.605.775	22,99%
Gastos de administración	11.956.488	9,87%	12.339.096	9,87%	12.733.947	9,87%	13.141.433	9,87%	13.568.530	9,87%
Gastos de ventas	2.758.110	2,28%	2.046.828	1,64%	2.112.326	1,64%	2.179.920	1,64%	2.250.768	1,64%
Depreciación	3.331.333	2,75%	3.331.333	2,67%	3.331.333	2,58%	1.238.000	0,93%	1.238.000	0,90%
Diferidos	5.941.850	4,91%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	1.065.865	0,88%	1.099.973	0,88%	1.135.172	0,88%	1.171.497	0,88%	1.209.571	0,88%
TOTAL EGRESOS	**52.904.422**	**43,68%**	**47.559.230**	**38,05%**	**48.974.522**	**37,97%**	**48.341.771**	**36,31%**	**49.872.644**	**36,28%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**1.906.860**	**1,57%**	**9.006.014**	**7,20%**	**9.400.809**	**7,29%**	**11.901.571**	**8,94%**	**12.328.607**	**8,97%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros Préstamo	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**1.906.860**	**1,57%**	**9.006.014**	**7,20%**	**9.400.809**	**7,29%**	**11.901.571**	**8,94%**	**12.328.607**	**8,97%**
Impuesto de Renta	618.286	0,51%	2.251.503	1,80%	2.350.202	1,82%	2.975.393	2,24%	3.082.152	2,24%
CREE	222.583	0,18%	810.541	0,65%	846.073	0,66%	1.071.141	0,80%	1.109.575	0,81%
UTILIDAD NETA	**1.065.991**	**0,88%**	**5.943.969**	**4,76%**	**6.204.534**	**4,81%**	**7.855.037**	**5,90%**	**8.136.880**	**5,92%**
Reserva Legal	163.228	0,13%	594.397	0,48%	620.453	0,48%	785.504	0,59%	813.688	0,59%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**902.764**	**0,75%**	**5.349.572**	**4,28%**	**5.584.080**	**4,33%**	**7.069.533**	**5,31%**	**7.323.192**	**5,33%**

Fuente:Los Autores

5.15.4 Análisis Vertical del Estado de Resultados Con Financiación en Pesos

Cuadro 50 Análisis Vertical Estado Resultados Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS										
	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
INGRESOS										
Ventas	121.121.017	100,00%	124.996.889	100,00%	128.996.790	100,00%	133.124.687	100,00%	137.451.239	100,00%
Costos	66.309.734	54,75%	68.431.646	54,75%	70.621.458	54,75%	72.881.345	54,75%	75.249.989	54,75%
UTILIDAD BRUTA	**54.811.282**	**45,25%**	**56.565.243**	**45,25%**	**58.375.331**	**45,25%**	**60.243.342**	**45,25%**	**62.201.250**	**45,25%**
EGRESOS										
Nómima	27.850.775	22,99%	28.742.000	22,99%	29.661.744	22,99%	30.610.920	22,99%	31.605.775	22,99%
Gastos de administración	11.956.488	9,87%	12.339.096	9,87%	12.733.947	9,87%	13.141.433	9,87%	13.568.530	9,87%
Gastos de ventas	2.758.110	2,28%	2.046.828	1,64%	2.112.326	1,64%	2.179.920	1,64%	2.250.768	1,64%
Depreciación	3.331.333	2,75%	3.331.333	2,67%	3.331.333	2,58%	1.238.000	0,93%	1.238.000	0,90%
Diferidos	5.941.850	4,91%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	1.065.865	0,88%	1.099.973	0,88%	1.135.172	0,88%	1.171.497	0,88%	1.209.571	0,88%
TOTAL EGRESOS	**52.904.422**	**43,68%**	**47.559.230**	**38,05%**	**48.974.522**	**37,97%**	**48.341.771**	**36,31%**	**49.872.644**	**36,28%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**1.906.860**	**1,57%**	**9.006.014**	**7,20%**	**9.400.809**	**7,29%**	**11.901.571**	**8,94%**	**12.328.607**	**8,97%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros Préstamo	1.832.971	1,51%	1.221.054	0,98%	469.009	0,36%	3.523.033	2,65%	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**1.832.971**	**1,51%**	**1.221.054**	**0,98%**	**469.009**	**0,36%**	**3.523.033**	**2,65%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**73.890**	**0,06%**	**7.784.960**	**6,23%**	**8.931.800**	**6,92%**	**8.378.538**	**6,29%**	**12.328.607**	**8,97%**
Impuesto de Renta	362.722	0,30%	1.946.240	1,56%	2.232.950	1,73%	2.094.634	1,57%	3.082.152	2,24%
CREE	130.580	0,11%	700.646	0,56%	803.862	0,62%	754.068	0,57%	1.109.575	0,81%
UTILIDAD NETA	**(419.412)**	**(0,35%)**	**5.138.073**	**4,11%**	**5.894.988**	**4,57%**	**5.529.835**	**4,15%**	**8.136.880**	**5,92%**
Reserva Legal	95.759	0,08%	513.807	0,41%	589.499	0,46%	552.983	0,42%	813.688	0,59%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(515.171)**	**(0,43%)**	**4.624.266**	**3,70%**	**5.305.489**	**4,11%**	**4.976.851**	**3,74%**	**7.323.192**	**5,33%**

Fuente:Los Autores

5.15.5 Análisis Horizontal del Balance General Sin Financiación

Cuadro 51 Análisis Horizontal del Balance General Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM
ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	AÑO 0	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja Bancos	6.568.784	25.254.723	18.685.939	284,47%	36.991.389	11.736.667	46,47%	46.909.362	9.917.972	26,81%	57.108.464	10.199.102	21,74%	66.896.654	9.788.190	17,14%
C x C	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventario	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	**25.254.723**	**18.685.939**	**284,47%**	**36.991.389**	**11.736.667**	**46,47%**	**46.909.362**	**9.917.972**	**26,81%**	**57.108.464**	**10.199.102**	**21,74%**	**66.896.654**	**9.788.190**	**17,14%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
Muebles y Enseres	6.280.000	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%
Equipos de Cómputo y Comunicación	3.492.000	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%
Maquinaria y equipo	2.698.000	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	0	3.331.333	3.331.333	0,00%	6.662.667	3.331.333	100,00%	9.994.000	3.331.333	50,00%	11.232.000	1.238.000	12,39%	12.470.000	1.238.000	11,02%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**9.772.000**	**6.440.667**	**(3.331.333)**	**(34,09%)**	**3.109.333**	**(3.331.333)**	**(51,72%)**	**-222.000**	**(3.331.333)**	**(107,14%)**	**-1.460.000**	**(1.238.000)**	**(557,66%)**	**-2.698.000**	**(1.238.000)**	**(84,79%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	5.941.850	0	(5.941.850)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**0**	**(5.941.850)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.713.850**	**6.440.667**	**(9.273.183)**	**(59,01%)**	**3.109.333**	**(3.331.333)**	**(51,72%)**	**-222.000**	**(3.331.333)**	**(107,14%)**	**-1.460.000**	**(1.238.000)**	**(557,66%)**	**-2.698.000**	**(1.238.000)**	**(84,79%)**
TOTAL ACTIVOS	**22.282.634**	**31.695.389**	**9.412.755**	**42,24%**	**40.100.723**	**8.405.333**	**26,52%**	**46.687.362**	**6.586.639**	**16,43%**	**55.648.464**	**8.961.102**	**19,19%**	**64.198.654**	**8.550.190**	**15,36%**
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
C x P	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	1.699.731	1.699.731	0,00%	1.754.122	54.391	3,20%	1.810.254	56.132	3,20%	1.868.182	57.928	3,20%	1.928.898	60.716	3,25%
Interés a las cesantías x pagar	0	203.968	203.968	0,00%	210.495	6.527	3,20%	217.231	6.736	3,20%	224.182	6.951	3,20%	231.468	7.286	3,25%
Impuesto de Renta x pagar	0	618.286	618.286	0,00%	2.251.503	1.633.217	264,15%	2.350.202	98.699	4,38%	2.975.393	625.190	26,60%	3.082.152	106.759	3,59%
IVA x pagar	0	4.536.331	4.536.331	0,00%	4.681.494	145.163	3,20%	4.831.302	149.808	3,20%	4.985.904	154.602	3,20%	5.147.945	162.042	3,25%
CREE x pagar	0	222.583	222.583	0,00%	810.541	587.958	264,15%	846.073	35.532	4,38%	1.071.141	225.069	26,60%	1.109.575	38.433	3,59%
ICA x pagar	0	1.065.865	1.065.865	0,00%	1.099.973	34.108	3,20%	1.135.172	35.199	3,20%	1.171.497	36.325	3,20%	1.209.571	38.074	3,25%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**8.346.764**	**8.346.764**	**0,00%**	**10.808.128**	**2.461.364**	**29,49%**	**11.190.233**	**382.105**	**3,54%**	**12.296.299**	**1.106.066**	**9,88%**	**12.709.609**	**413.310**	**3,36%**
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones Financieras	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**8.346.764**	**8.346.764**	**0,00%**	**10.808.128**	**2.461.364**	**29,49%**	**11.190.233**	**382.105**	**3,54%**	**12.296.299**	**1.106.066**	**9,88%**	**12.709.609**	**413.310**	**3,36%**
PATRIMONIO																
Capital Social	22.282.634	22.282.634	0	0,00%	22.282.634	0	0,00%	22.282.634	0	0,00%	22.282.634	0	0,00%	22.282.634	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	902.764	902.764	0,00%	6.252.336	5.349.572	592,58%	11.836.416	5.584.080	89,31%	18.905.949	7.069.533	59,73%	26.229.142	7.323.192	38,73%
Reserva Legal Acumulada	0	163.228	163.228	0,00%	757.624	594.397	364,15%	1.378.078	620.453	81,89%	2.163.581	785.504	57,00%	2.977.270	813.688	37,61%
TOTAL PATRIMONIO	**22.282.634**	**23.348.625**	**1.065.991**	**4,78%**	**29.292.594**	**5.943.969**	**25,46%**	**35.497.128**	**6.204.534**	**21,18%**	**43.352.165**	**7.855.037**	**22,13%**	**51.489.045**	**8.136.880**	**18,77%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**22.282.634**	**31.695.389**	**9.412.755**	**42,24%**	**40.100.723**	**8.405.333**	**26,52%**	**46.687.362**	**6.586.639**	**16,43%**	**55.648.464**	**8.961.102**	**19,19%**	**64.198.654**	**8.550.190**	**15,36%**

Fuente:Los Autores

5.15.6 Análisis Horizontal del Balance General Con Financiación

Cuadro 52 Análisis Horizontal del Balance General Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM

CUADRO 28. ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS

	AÑO 0	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja Bancos	6.568.784	20.749.627	14.180.843	215,88%	28.328.765	7.579.138	36,53%	34.156.800	5.828.035	20,57%	31.000.078	(3.156.722)	-9,24%	41.986.100	10.986.021	35,44%
C x C	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventario	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.568.784**	**20.749.627**	**14.180.843**	**215,88%**	**28.328.765**	**7.579.138**	**36,53%**	**34.156.800**	**5.828.035**	**20,57%**	**31.000.078**	**(3.156.722)**	**-9,24%**	**41.986.100**	**10.986.021**	**35,44%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
Muebles y Enseres	6.280.000	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%	6.280.000	0	0,00%
Equipos de Cómputo y Comunicación	3.492.000	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%	3.492.000	0	0,00%
Maquinaria y equipo	2.698.000	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%	2.698.000	0	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	0	3.331.333	3.331.333	0,00%	6.662.667	3.331.333	100,00%	9.994.000	3.331.333	50,00%	11.232.000	1.238.000	12,39%	12.470.000	1.238.000	11,02%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**9.772.000**	**6.440.667**	**(3.331.333)**	**(34,09%)**	**3.109.333**	**(3.331.333)**	**(51,72%)**	**-222.000**	**(3.331.333)**	**(107,14%)**	**-1.460.000**	**(1.238.000)**	**(557,66%)**	**-2.698.000**	**(1.238.000)**	**(84,79%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	5.941.850	0	(5.941.850)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.941.850**	**0**	**(5.941.850)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.713.850**	**6.440.667**	**(9.273.183)**	**(59,01%)**	**3.109.333**	**(3.331.333)**	**(51,72%)**	**-222.000**	**(3.331.333)**	**(107,14%)**	**-1.460.000**	**(1.238.000)**	**(557,66%)**	**-2.698.000**	**(1.238.000)**	**(84,79%)**
TOTAL ACTIVOS	**22.282.634**	**27.190.294**	**4.907.660**	**22,02%**	**31.438.098**	**4.247.805**	**15,62%**	**33.934.800**	**2.496.702**	**7,94%**	**29.540.078**	**(4.394.722)**	**-12,95%**	**39.288.100**	**9.748.021**	**33,00%**
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
C x P	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	1.699.731	1.699.731	0,00%	1.754.122	54.391	3,20%	1.810.254	56.132	3,20%	1.868.182	57.928	3,20%	1.928.898	60.716	3,25%
Interés a las cesantías x pagar	0	203.968	203.968	0,00%	210.495	6.527	3,20%	217.231	6.736	3,20%	224.182	6.951	3,20%	231.468	7.286	3,25%
Impuesto de Renta x pagar	0	362.722	362.722	0,00%	1.946.240	1.583.518	436,56%	2.232.950	286.710	0,00%	2.094.634	(138.316)	0,00%	3.082.152	987.517	0,00%
IVA x pagar	0	4.536.331	4.536.331	0,00%	4.681.494	145.163	(3,20%)	4.831.302	149.808	3,20%	4.985.904	154.602	3,20%	5.147.945	162.042	3,25%
CREE x pagar	0	130.580	130.580	0,00%	700.646	570.066	436,56%	803.862	103.216	0,00%	754.068	(49.794)	0,00%	1.109.575	355.506	0,00%
ICA x pagar	0	1.065.865	1.065.865	0,00%	1.099.973	34.108	3,20%	1.135.172	35.199	3,20%	1.171.497	36.325	3,20%	1.209.571	38.074	3,25%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**7.999.197**	**7.999.197**	**0,00%**	**10.392.970**	**2.393.773**	**29,93%**	**11.030.770**	**637.800**	**6,14%**	**11.098.468**	**67.697**	**0,61%**	**12.709.609**	**1.611.141**	**14,52%**
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones Financieras	9.992.254	7.320.129	(2.672.125)	(26,74%)	4.036.087	(3.284.042)	(44,86%)	0	(4.036.087)	(100,00%)	-9.992.254	(9.992.254)	##########	-9.992.254	0	(0,00%)
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**9.992.254**	**7.320.129**	**(2.672.125)**	**(26,74%)**	**4.036.087**	**(3.284.042)**	**(44,86%)**	**0**	**(4.036.087)**	**(100,00%)**	**-9.992.254**	**(9.992.254)**	**##########**	**-9.992.254**	**0**	**(0,00%)**
TOTAL PASIVOS	**9.992.254**	**15.319.326**	**5.327.072**	**53,31%**	**14.429.057**	**(890.269)**	**(5,81%)**	**11.030.770**	**(3.398.287)**	**(23,55%)**	**1.106.214**	**(9.924.556)**	**(89,97%)**	**2.717.355**	**1.611.141**	**(145,64%)**
PATRIMONIO																
Capital Social	12.290.380	12.290.380	0	0,00%	12.290.380	0	0,00%	12.290.380	0	0,00%	12.290.380	0	0,00%	12.290.380	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	(515.171)	(515.171)	0,00%	4.109.095	4.624.266	(897,62%)	9.414.584	5.305.489	(129,12%)	14.391.436	4.976.851	52,86%	21.714.628	7.323.192	50,89%
Reserva Legal Acumulada	0	95.759	95.759	0,00%	609.566	513.807	536,56%	1.199.065	589.499	96,71%	1.752.048	552.983	46,12%	2.565.736	813.688	46,44%
TOTAL PATRIMONIO	**12.290.380**	**11.870.968**	**(419.412)**	**(3,41%)**	**17.009.041**	**5.138.073**	**43,28%**	**22.904.030**	**5.894.988**	**34,66%**	**28.433.864**	**5.529.835**	**24,14%**	**36.570.745**	**8.136.880**	**28,62%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**22.282.634**	**27.190.294**	**4.907.660**	**22,02%**	**31.438.098**	**4.247.805**	**15,62%**	**33.934.800**	**2.496.702**	**7,94%**	**29.540.078**	**(4.394.722)**	**-12,95%**	**39.288.100**	**9.748.021**	**33,00%**

Fuente:Los Autores

5.15.7 Análisis Horizontal Estado de Resultados Sin Financiación

Cuadro 53 Análisis Horizontal Estado Resultado Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
INGRESOS													
Ventas	121.121.017	124.996.889	3.875.873	3,20%	128.996.790	3.999.900	3,20%	133.124.687	4.127.897	3,20%	137.451.239	4.326.552	3,25%
Costos	66.309.734	68.431.646	2.121.911	3,20%	70.621.458	2.189.813	3,20%	72.881.345	2.259.887	3,20%	75.249.989	2.368.644	3,25%
UTILIDAD BRUTA	**54.811.282**	**56.565.243**	**1.753.961**	**3,20%**	**58.375.331**	**1.810.088**	**3,20%**	**60.243.342**	**1.868.011**	**3,20%**	**62.201.250**	**1.957.909**	**3,25%**
EGRESOS													
Nómima	27.850.775	28.742.000	891.225	3,20%	29.661.744	919.744	3,20%	30.610.920	949.176	3,20%	31.605.775	994.855	3,25%
Gastos de administración	11.956.488	12.339.096	382.608	3,20%	12.733.947	394.851	3,20%	13.141.433	407.486	3,20%	13.568.530	427.097	3,25%
Gastos de ventas	2.758.110	2.046.828	-711.282	(25,79%)	2.112.326	65.498	3,20%	2.179.920	67.594	3,20%	2.250.768	70.847	3,25%
Depreciación	3.331.333	3.331.333	0	0,00%	3.331.333	0	0,00%	1.238.000	(2.093.333)	(62,84%)	1.238.000	0	0,00%
Diferidos	5.941.850	0	-5.941.850	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	1.065.865	1.099.973	34.108	3,20%	1.135.172	35.199	3,20%	1.171.497	36.325	3,20%	1.209.571	38.074	3,25%
TOTAL EGRESOS	**52.904.422**	**47.559.230**	**-5.345.192**	**(10,10%)**	**48.974.522**	**1.415.293**	**2,98%**	**48.341.771**	**-632.751**	**(1,29%)**	**49.872.644**	**1.530.873**	**3,17%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**1.906.860**	**9.006.014**	**7.099.153**	**(372,30%)**	**9.400.809**	**394.795**	**4,38%**	**11.901.571**	**2.500.762**	**26,60%**	**12.328.607**	**427.036**	**3,59%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros Préstamo	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**1.906.860**	**9.006.014**	**7.099.153**	**(372,30%)**	**9.400.809**	**394.795**	**4,38%**	**11.901.571**	**2.500.762**	**26,60%**	**12.328.607**	**427.036**	**3,59%**
Impuesto de Renta	618.286	2.251.503	1.633.217	264,15%	2.350.202	98.699	4,38%	2.975.393	625.190	0,00%	3.082.152	106.759	0,00%
CREE	222.583	810.541	587.958	264,15%	846.073	35.532	4,38%	1.071.141	225.069	0,00%	1.109.575	38.433	0,00%
UTILIDAD NETA	**1.065.991**	**5.943.969**	**4.877.978**	**(457,60%)**	**6.204.534**	**260.565**	**4,38%**	**7.855.037**	**1.650.503**	**26,60%**	**8.136.880**	**281.844**	**3,59%**
Reserva Legal	163.228	594.397	431.169	264,15%	620.453	26.056	4,38%	785.504	165.050	0,00%	813.688	28.184	0,00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**902.764**	**5.349.572**	**4.446.808**	**(492,58%)**	**5.584.080**	**234.508**	**4,38%**	**7.069.533**	**1.485.453**	**26,60%**	**7.323.192**	**253.659**	**3,59%**

Fuente:Los Autores

5.15.8 Análisis Horizontal Estado de Resultados Con Financiación

Cuadro 54 Análisis Horizontal Estado Resultado Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS													
	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
INGRESOS													
Ventas	121.121.017	124.996.889	3.875.873	3,20%	128.996.790	3.999.900	3,20%	133.124.687	4.127.897	3,20%	137.451.239	4.326.552	3,25%
Costos	66.309.734	68.431.646	2.121.911	3,20%	70.621.458	2.189.813	3,20%	72.881.345	2.259.887	3,20%	75.249.989	2.368.644	3,25%
UTILIDAD BRUTA	**54.811.282**	**56.565.243**	**1.753.961**	**3,20%**	**58.375.331**	**1.810.088**	**3,20%**	**60.243.342**	**1.868.011**	**3,20%**	**62.201.250**	**1.957.909**	**3,25%**
EGRESOS													
Nómima	27.850.775	28.742.000	891.225	3,20%	29.661.744	919.744	3,20%	30.610.920	949.176	3,20%	31.605.775	994.855	3,25%
Gastos de administración	11.956.488	12.339.096	382.608	3,20%	12.733.947	394.851	3,20%	13.141.433	407.486	3,20%	13.568.530	427.097	3,25%
Gastos de ventas	2.758.110	2.046.828	(711.282)	(25,79%)	2.112.326	65.498	3,20%	2.179.920	67.594	3,20%	2.250.768	70.847	3,25%
Depreciación	3.331.333	3.331.333	0	0,00%	3.331.333	0	0,00%	1.238.000	(2.093.333)	(62,84%)	1.238.000	0	0,00%
Diferidos	5.941.850	0	(5.941.850)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	1.065.865	1.099.973	34.108	3,20%	1.135.172	35.199	3,20%	1.171.497	36.325	3,20%	1.209.571	38.074	3,25%
TOTAL EGRESOS	**52.904.422**	**47.559.230**	**(5.345.192)**	**(10,10%)**	**48.974.522**	**1.415.293**	**2,98%**	**48.341.771**	**-632.751**	**-1,29%**	**49.872.644**	**1.530.873**	**3,17%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**1.906.860**	**9.006.014**	**7.099.153**	**(372,30%)**	**9.400.809**	**394.795**	**4,38%**	**11.901.571**	**2.500.762**	**26,60%**	**12.328.607**	**427.036**	**3,59%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros Préstamo	1.832.971	1.221.054	(611.917)	(33,38%)	469.009	(752.046)	(61,59%)	3.523.033	3.054.025	(651,17%)	0	(3.523.033)	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**1.832.971**	**1.221.054**	**-611.917**	**(33,38%)**	**469.009**	**(752.046)**	**(61,59%)**	**3.523.033**	**3.054.025**	**(651,17%)**	**0**	**(3.523.033)**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**73.890**	**7.784.960**	**7.711.070**	**(10435,92%)**	**8.931.800**	**1.146.841**	**14,73%**	**8.378.538**	**-553.263**	**-6,19%**	**12.328.607**	**3.950.069**	**47,15%**
Impuesto de Renta	362.722	1.946.240	1.583.518	436,56%	2.232.950	286.710	0,00%	2.094.634	-138.316	0,00%	3.082.152	987.517	0,00%
CREE	130.580	700.646	570.066	436,56%	803.862	103.216	0,00%	754.068	-49.794	0,00%	1.109.575	355.506	0,00%
UTILIDAD NETA	**(419.412)**	**5.138.073**	**5.557.486**	**(1325,06%)**	**5.894.988**	**756.915**	**14,73%**	**5.529.835**	**-365.153**	**-6,19%**	**8.136.880**	**2.607.046**	**47,15%**
Reserva Legal	95.759	513.807	418.049	436,56%	589.499	75.691	0,00%	552.983	-36.515	0,00%	813.688	260.705	0,00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(515.171)**	**4.624.266**	**5.139.437**	**(997,62%)**	**5.305.489**	**681.223**	**14,73%**	**4.976.851**	**-328.638**	**-6,19%**	**7.323.192**	**2.346.341**	**47,15%**

Fuente:Los Autores

5.16 RAZONES FINANCIERA

Evalúa la capacidad a cumplir de la obligaciones a corto y largo plazo según el balance general proyecto y el estado de resultados.

5.16.1 Razones Financieras Sin Financiación

Cuadro 55 Razones Financieras Sin Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Capital de Trabajo Neto	16.907.959	26.183.261	35.719.128	44.812.165	54.187.045
Razón Corriente	3,03	3,42	4,19	4,64	5,26
Prueba Ácida	3,03	3,42	4,19	4,64	5,26
Endeudamiento	26,33%	26,95%	23,97%	22,10%	19,80%
Rendimiento sobre Activos	(2,85%)	13,34%	11,96%	12,70%	11,41%
Rendimiento sobre Patrimonio	(3,87%)	18,26%	15,73%	16,31%	14,22%
Margen Bruto	45,25%	45,25%	45,25%	45,25%	45,25%
Margen Operacional	(1,57%)	7,20%	7,29%	8,94%	8,97%
Margen Neto	(0,88%)	4,76%	4,81%	5,90%	5,92%

Fuente:Los Autores

Cuadro 56 Razones Financieras Con Financiación

HELADOS VEGAN ICE CREAM RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN EN PESOS					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Capital de Trabajo Neto	12.750.430	17.935.795	23.126.030	19.901.611	29.276.491
Razón Corriente	2,59	2,73	3,10	2,79	3,30
Prueba Ácida	2,59	2,73	3,10	2,79	3,30
Endeudamiento	56,34%	45,90%	32,51%	3,74%	6,92%
Rendimiento sobre Activos	(1,89%)	14,71%	15,63%	16,85%	18,64%
Rendimiento sobre Patrimonio	(4,34%)	27,19%	23,16%	17,50%	20,02%
Margen Bruto	45,25%	45,25%	45,25%	45,25%	45,25%
Margen Operacional	(1,57%)	7,20%	7,29%	8,94%	8,97%
Margen Neto	(0,35%)	4,11%	4,57%	4,15%	5,92%

Fuente:Los Autores

Razón Corriente. Mostramos que por cada peso que la empresa Vegan Ice Cream debe, tenemos para respaldar las obligaciones en el sin y con financiación respecto a los periodos determinados.

Razón de Endeudamiento. Es la participación de los de los terceros u obligaciones financieras frente a nuestras participaciones esto se refleja en el sin y con financiación.

Rentabilidad Patrimonio. Es el valor aportado por los accionistas, es decir por cada peso invertido por los accionistas en el primer año hay una pérdida de (3.87% y 4.34%) respectivos pero a partir del 2 año la rentabilidad empieza a dar positivo.

Rentabilidad de los Activos. Son el incremento o perdida de los activos durante un año en este caso damos perdida en el primer año y a partir del segundo se incrementan los activos en su participación.

Margen Neto. Son el porcentaje de los ingresos frente a los gastos e impuestos. En el primer año sin y con financiación se da en pérdidas (0.88%) (0.35%) pero a partir de los próximos años empieza a dar una utilidad positiva.

Margen Bruto. Ayuda a evaluar las eficiencias de la producción y bienes vendidos, por sus ganancias en ventas frente a los costos de producción.

5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 57 Punto de Equilibrio

HELADOS VEGAN ICE CREAM PUNTO DE EQUILIBRIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio ERSF	1.389	1.186	1.268	1.195	1.337	1.186	1.284	1.189	1.337	1.195	1.268	1.284	1.260	1.340	1.384	1.449	1.497
Punto de equilibrio ERCF	1.448	1.224	1.314	1.232	1.391	1.221	1.333	1.223	1.386	1.226	1.303	1.325	1.302	1.363	1.393	1.515	1.497

Fuente:Los Autores

El punto de equilibrio es el medio para expresar que las ventas cubren todos los gastos e impuestos, se puede presentar en pesos y unidades. La tabla anterior nos muestra la cantidad de unidades a vender para poder tener un margen de utilidad sin pérdidas ni ganancias.

5.18 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Cuadro 58 Análisis de Sensibilidad

HELADOS VEGAN ICE CREAM ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
	FLUJO DE CAJA SIN FIN.		**FLUJO CAJA CON FIN.**	
	VALOR ORIGINAL	VALOR MODIFICADO	VALOR ORIGINAL	VALOR MODIFICADO
VP ($)	20.544.579	(2.946.561)	12.304.262	(11.465.912)
TIR (%)	46,68%	5,82%	52,26%	NEGATIVA
B/C (Veces)	1,82	0,88	1,82	0,24
DISMINUCION DEL MARGEN BRUTO EN 12%				

Fuente:Los Autores

El análisis de sensibilidad nos muestra que en el flujo de caja con financiación por cada peso invertido vamos a recuperar 1.82 pesos. Cuando se realiza una

reducción del margen de utilidad de nuestro portafolio de productos en un **12%** tenemos un reporto de dinero de 0.24 y la TIR nos daría negativa.

6 CONCLUSIONES

- Sabiendo que la demanda de los helados según el consumo per-capital anual es de 1.5 litros, diciendo esto que el consumo frente a otros países es demasiado bajo, y facilitando así el ingreso de nuevos competidores al mercado.

- La materia por ser orgánica brinda una prevención en enfermedades cardiovasculares y coronarias, así aportaremos una disminución en el área de salud y brindaremos nuevas tendencias de alimentación orgánica.

- Mostraremos en el capítulo técnico que la preparación de estés productos es demasiado fácil y está al alcance de cualquier mercado y estrato socio-económico.

- Con el tamaño del mercado se puede determinar la cantidad de productos a ofrecer, con calidad, responsabilidad, creatividad y buen servicio al cliente, para antes de vender un producto se da a conocer una experiencia.

- Se da a mostrar una empresa competitiva al mercado con márgenes de rentabilidad y constituida legalmente frente a la cámara de comercio y la sociedad, contribuyendo asi con organizaciones legal y fomentadora de empleo.

7 RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un estudio para brindar mayor oportunidad a las propiedades de las frutas orgánicas que se vean representadas en los nuevos productos del portafolio.

- Se necesitara una mayor publicidad para dar a conocer la nueva tendencia vegana, capacitaciones y mostrar beneficios de estos alimentos.

- Se necesitara una gran inversión en accionistas para ampliar la idea de negocio a diferentes puntos de la ciudad y así poder realizar una contribución mayor a este sociedad y a la cultura vegana.

8 BIBLIOGRAFÍA

Aboglio, A. M. (2009). *Veganismo: práctica de justicia e igualdad*. De los Cuatro Vientos.

Adame, C. J. C., Lara, A. A. G., & Miguel, R. A. (s. f.). *Introducción a los indicadores económicos y sociales de México*. UNAM.

Alborough, J. (1990). *Los helados del oso*. Anaya.

Alemany, C. (2014). *El Blog del sucio*. V&R Editoras.

Amaru Maximiano, A. C. (2008). *Administración para emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Prentice Hall.

Anderson, M. del R. P., & Pascual, V. C. y. (1999). *Microbiología Alimentaria: Metodología Analítica para Alimentos y Bebidas*. Ediciones Díaz de Santos.

Barber, R. (1999). *Manejo integrado de cultivos y tierras en zonas de ladera de América Central. Conceptos, estrategias y opciones técnicas*. Food & Agriculture Org.

Berkoff, N. (2010). *Vegans Know how to Party: Over 465 Vegan Recipes Including Desserts, Appetizers, Main Dishes, and More*. The Vegetarian Resource Group.

Biomanantial. (2014). Leche de Almendras. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://www.biomanantial.com/leche-almendras-a-38-es.html

Blanco, C. de P. y F. J., Jiménez, F. J. B., & Heredero, C. de P. (2013). *Los cien errores del emprendimiento*. ESIC Editorial.

Boe. (s. f.). *Convenio Colectivo de fabricación de helados*. Editorial Liber Factory.

Calambas Delgado, H. (2013). *Proyecto de viabilidad de un servicio de radiología básica*. Santiago de Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Calderón Millán, L. F. (2013). *Estudio de viabilidad para la creación de un centro de acondicionamiento físico integral ubicado en la comuna 11 de la ciudad de Santiago de Cali*. Santiago de Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Calneggia, A. (s. f.). *Futuro Emprendimiento Habitacional Para Adultos Mayores*. Editorial Dunken.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2010). Registro Mercantil. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=790&conID=244

Caracas Zuñiga, J. (2013). *Fundación Técnico para personas con discapacidad cognitiva «FUSENFU».* Santiago de Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Castells Oliván, M., & Vilaseca Requena, J. (Eds.). (2007). *Entorno innovador, iniciativa emprendedora y desarrollo local*. Barcelona: Ediciones Octaedro.

Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.

Chicharro, J. L., & Vaquero, A. F. (2006). *Fisiologa del ejercicio / Physiology of Exercise*. Ed. Médica Panamericana.

Coates, W. (2013). *CHIA: El incrreíble supernutriente*. EDAF.

Colombia. (1985). *Constitución política de Colombia: textos oficiales compilados*. (P. Cárdenas Pérez, Ed.). Colombia: Legis.

Colombia. (1991). *Constitución política de Colombia 1991*.

Colombia. (2008). *Ley general de educación: ley 115 de febrero 8 de 1994*. Colombia: Unión.

Congreso de la Republica, & Republica De Colombia. (2008). *Constitución política de Colombia*. Bogotá: Momo.

Cotelo, S. (2011). *Veganismo: de la teoría a la acción*. Asociación Cultural Derramando Tinta.

Dankers, C., & Liu, P. (2004a). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Food & Agriculture Org.

Dankers, C., & Liu, P. (2004b). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Food & Agriculture Org.

Dreamstime. (2014). Ensalada de frutas en tazón de fuente del melón. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://es.dreamstime.com/im%C3%A1genes-de-archivo-libres-de-regal%C3%ADas-ensalada-de-frutas-en-taz%C3%B3n-de-fuente-del-mel%C3%B3n-image9937439

El Congreso de la Republica. Por la cual se crea una tasa, se fijan unas tarifas y se autoriza al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, «Invima», su cobro, Pub. L. No. 399 (1997).

El Congreso de la Republica. Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales, Pub. L. No. 232 (2008). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=316

El Presidente de la Republica de Colombia. Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones, Pub. L. No. 3075 (1997). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337

Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson Educación.

Esteban, B. M., Fernández, M. G., & Casares, M. L. de la T. (1997). *Diagnóstico y tratamiento en enfermedades metabólicas*. Ediciones Díaz de Santos.

Fida, & Iica. (s. f.). *Misión de Identificación General de Proyectos Costa Rica*. IICA Biblioteca Venezuela.

Food and Agriculture Organization of the United Nations, Scialabba, N. E.-H., & Hattam, C. (2003). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria*. Roma: FAO.

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender de la idea a la cruda realidad*. Colombia: Norma.

García, D. B. (s. f.). *Mejores prácticas de emprendimiento innovador en España*. EOI Esc.Organiz.Industrial.

G., C. G. (2013). La guerra fría: Nutresa y Colombina luchan por la venta de helados. *eltiempo.com*. Recuperado a partir de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13173685

Gitman, L. J., & Ramos, E. N. (2003). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación.

Hackett, J., & Bull, L. N. (2010). *The Everything Vegan Cookbook*. Adams Media.

Harvard Business Review. (2004). *Iniciativa emprendedora*. España: Deusto.

Hasson, J. (2011). *Vegan Diner: Classic Comfort Food for the Body and Soul*. Running Press.

Hitt, M. A. (2008). *Administración estratégica competitividad y globalización, conceptos y casos* (7a. Ed.). México: Cengage Learning.

Holford, P. (2007). *La nueva dieta glucémica*. Ediciones Robinbook.

Home Rojas, S. M. (2012). *El mejor ejemplo de emprendimiento empresarial a nivel mundial basado en la norma ISO 9001:2008*. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Iglesia, P. M. y P. de la. (2014). *¡Detené la diabetes!: Alimentación consciente para mejorar la calidad de vida*. Penguin Random House Grupo Editorial Argentina.

Iica. (s. f.). *Manual de Capacitacion para Emprendimientos Rurales*. IICA.

Iica, & Gtz. (s. f.). *La certificación de productos orgánicos en el Perú*. IICA Biblioteca Venezuela.

Infovegetariana. (2012). Postres veganos rápidos. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://infovegetariana.com/postres-veganos-rapidos/

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, & Diego, B. (2013). Producción orgánica y rentable. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://inta.gob.ar/noticias/produccion-organica-y-rentable

Juan, M. J. (2011). *Diccionario práctico de gastronomía y salud: Con más de 5.000 entradas, recetario, refranero y dichos populares del autor*. Ediciones Díaz de Santos.

Kushell, J. (2001). *Sólo para emprendedores aproveche su juventud, ambición e independencia para crear un negocio exitoso*. Bogotá: Norma.

Lado, M. M. C., Ruiz, E. C., Pérez, Á. N., & Aragonés, E. O. (2011). *Estudios de Viabilidad Inmobiliaria. Problemas Básicos*. Editorial Club Universitario.

La prensa Gráfica. (2014, octubre 31). Los beneficios de la soya para la salud. *La prensa Gráfica*. Salvador. Recuperado a partir de http://www.laprensagrafica.com/2014/09/20/los-beneficios-de-la-soya-para-la-salud

Levy, L. H. (s. f.). *El Arrendamiento Financiero*. Ediciones Fiscales ISEF.

Llerena, M. J. V. (1995). *Nuevos métodos fotométricos y electroquímicos de determinación de colorantes amarillos en alimentos [Microforma]*. Univ de Castilla La Mancha.

Long, S. S., Carreira, M., Velasco, S. M., & Swanson, K. (2012). *Nexos*. Cengage Learning.

Long, S. S., Velasco, S. M., Swanson, K., & Carreira, M. (2012). *Cuadros Student Text, Volume 2: Introductory Spanish*. Cengage Learning.

López López, M. (2013). *Estudio de viabilidad para la creación de una fundación dedicada al asesoramiento y al emprendimiento de artistas de la ciudad de Santiago de Cali*. Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Mangas, S. (2014). *Polos y Helados*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Martin, A. (2013). *Comer para ser mejores: Claves para la alimentación saludable de toda la familia*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Martínez, I. G., Hurtado, M. T. M., & Hurtado, A. M. (2012). *Veganismo y dietas veganas: variedades y tendencias*. Amarantos.

Martínez, J. G. (2013). *Elaboración y presentación de helados. HOTR0509*. IC Editorial.

Matamoros, E. M., & Flores, A. V. (1985). *Comercialización de productos agropecuarios*. EUNED.

Megías, S. M. (2008). *La Dieta Con Helados*. Editorial AMAT.

Mendez, R. (2008). *Cultivos organicos: su control biologico en plantas medicinales y aromaticas*. ECOE Ediciones.

Millán, J. A. (2013). *La guerra total en España (1936-1939)*. Jesus Alonso Millan.

Ministerio de Salud. Por la cual se establecen las actividades y los procedimientos para el desarrollo de las acciones de promoción y prevención en el Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS)., 3997 Resolución (1996). Recuperado a partir de http://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/RESOLUCI%C3%93N%203997%20DE%201996.pdf

Mondragon, L. J. (2013). *Estudio de viabilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de pruebas poligráficas para el sector de empresas privadas y públicas de la ciudad de Santiago de Cali y municipios aledaños*. Santiago de Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Moreno, D. X. S. rez. (2003). *Guía de procesos para la elaboración de néctares, mermeladas, uvas pasas y vinos*. Siglo Del Hombre Editores S.A.

Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía: versión para latinoamérica*. Pearson Educación.

OECD. (2013a). *Panorama del emprendimiento 2012*. OECD Publishing.

OECD. (2013b). *Temas y políticas clave sobre PYMEs y emprendimiento en México*. OECD Publishing.

Olson, C. (2009). *Lick It!: Creamy, Dreamy Vegan Ice Creams Your Mouth Will Love*. Book Publishing Company.

otros, L. S. y. (s. f.). *100 Maneras de Fracasar en Un Emprendimiento Y Como Evitar Que Vuelva a Ocurrir*. Paraguas Club.

Papamija Astudillo, K. (2013). *Estudio de viabilidad de una comercializadora de productos derivados de la pesca para el municipio de Miranda Cauca*. Santiago de Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Parkin, M. (2004). *Economics (Spanish Translation)*. Pearson Educación.

Peters, K. H. (2014). *Vegan Ice Cream Sandwiches: Cool Recipes for Delicious Dairy-Free Ice Creams and Cookies*. Ulysses Press.

Pino, M. B.-L., J. A. (2014). *Microencapsulación de saborizantes mediante secado por atomización*. Revista ReCiTeIA.

Portafolio. (2013). Helados, el mercado del billón de pesos. *Portafolio.com.co*. Recuperado a partir de http://www.portafolio.co/negocios/helados-el-mercado-del-billon-pesos

Puchol, L. (2011). *El libro del emprendedor: cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe* (4a. Ed.). España: Diaz de Santos.

Pulido, D. U., & Garrido, N. T. (2011). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC.

Ramírez B, M. Y. (2013). *Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de arte floral, en la comuna dos del municipio de Yumbo Valle del Cauca*. Santiago de Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Ramírez Vargas, Y. (2012). *Cátedra de emprendimiento: nivel E* (Editora Nelsy Carolina Sepúlveda Jiménez.). Colombia: Editorial Santillana.

Recetasgratis. (1999). Receta de Raviolis manzanas verdes con jugo helado de coco y granizado de ron. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://www.recetasgratis.net/Receta-de-Raviolis-manzanas-verdes-jugo-helado-coco-granizado-ron-receta-24807.html

Render, B. (2004). *Principios de administración de operaciones*. Pearson Educación.

Revista la Barra. (2008). El mito vegetariano. *Rvista la Barra*, *27*. Recuperado a partir de http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2008/edicion-27/Especial-Vegetarianos/el-mito-vegetariano-2.htm

Robbins, S. P. (2005). *Administración*. Pearson Educación.

Rodriguez Mosquera, M. (2008). *Formulación de un estudio de factibilidad para la creación de una fundación que ofrezca capacitación en emprendimiento a madres desplazadas del barrio Comuneros*. Cali: Fundacion Universitaria Catolica Lumen Gentium.

Rogers, J. (2011). *Vice Cream: Over 70 Sinfully Delicious Dairy-Free Delights*. Ten Speed Press.

Rogers, J. (2014). *Vegan Ice Cream: Over 90 Sinfully Delicious Dairy-Free Delights*. Ten Speed Press.

Román, D., Mattei, G., & Vilaplana, E. (2002). *La diética ética: ética y diétetica del veganismo*. Grupo Editorial el Vegetariano.

Román, D., & Vilaplana, E. (2002). *La dieta ética: ética y dietética del veganismo*. D. Román.

Sánchez-Lafuente, A. C., & Maza, M. Á. S. (2014). *Manipulador de alimentos para la venta en quioscos de chucherías, helados, fritos y vending*. IC Editorial.

Scialabba, N. E.-H., & Hattam, C. (2003a). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria*. Food & Agriculture Org.

Scialabba, N. E.-H., & Hattam, C. (2003b). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria*. Food & Agriculture Org.

Sellens, J. T. i. (2012). *Emprendimiento innovador y microempresas en red : diez ideas para salir de la crisis*. Editorial UOC.

Smallwood, V. (2010). *El libro de los helados y sorbetes*. Ediciones Robinbook.

Sobretodosalud. (2013). Prueba los zumos naturales para adelgazar. Recuperado a partir de http://www.sobretodosalud.com/zumos-naturales-adelgazar/

Sommerville, I. (2005). *Ingeniería del software*. Pearson Educación.

Tecnologica, C. de I. (2000). *Informacion Tecnologica*. Centro de Informacion Tecnologica.

Timm, F. (1989). *Fabricación de helados*. Acribia.

Torres, B., & Torres, J. (2009). *Vegan Freak: Being Vegan in a Non-Vegan World*. PM Press.

Torro, W. del. (2009). *The Vegan Scoop: 150 Recipes for Dairy-Free Ice Cream that Tastes Better Than the «Real» Thing*. Fair Winds Press.

Tropicales, F. I. de A. de F., & Agriculture, I.-A. I. for C. on. (s. f.). *Memoria*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Varela V., R. (2008). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas* (3a. ed.). Bogotá: Pearson Educación.

Vega Luna, O. de la, Chicano, A., & Pascual, J. (Eds.). (2011). *Emprendeducador: profesores para emprender*. Valparaíso: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

VeganWIZ. (2011). Helados | Recetas Vegan. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://www.veganwiz.es/category/postres/helados/

Vicente, A. M., & Castillo, I. C. del. (2003). *Helados: elaboración, análisis y control de calidad*. Antonio Madrid Vicente.

Viena, O. de las N. U. para el D. I. (1987). *Manual para la preparación de estudios de viabilidad industrial*. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial.

Viguera, M. G. (2008). *Aplicación del nuevo PGC y de las NIIF a las empresas constructoras e inmobiliarias*. CISS.

Viloria, J. R. (2012). *Estudios de viabilidad de instalaciones solares. Determinación del potencial solar*. Editorial Paraninfo.

Whetze, S. (2012). *The Everything Ice Cream, Gelato, and Frozen Desserts Cookbook: Includes Fresh Peach Ice Cream, Ginger Pear Sorbet, Hazelnut Nutella Swirl Gelato, Kiwi Granita, Lavender Honey Ice Cream...and hundreds more!*. F+W Media, Inc.

Wikipedia, F. (2013). *Derechos de Los Animales: Veganismo, Antitauromaquia, Peter Singer, the Cove, Las Cuatro Etapas de Crueldad, Frente de Liberación Animal, Jesús Moster*. Books LLC.

Zudaire, M. (2009). Sirope de agave como alternativa al azúcar. Recuperado 31 de octubre de 2014, a partir de http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2009/03/20/184099.php