ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS AUTÓCTONAS DEL PACIFICO COLOMBIANO, EN LA COMUNA 15 DE LA CIUDAD DE CALI.

SUANNY YICELA CORTES URBANO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS AUTÓCTONAS DEL PACIFICO COLOMBIANO, EN LA COMUNA 15 DE LA CIUDAD DE CALI.

SUANNY YICELA CORTES URBANO

Proyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor de trabajo de grado:

Damaris Cruz Medina

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico primero que nada a Dios, por brindarme la oportunidad de vivir y por apoyarme en mi proceso académico durante estos 4 años, también por vigorizar mi corazón y por haber puesto en mi camino a muchas personas que han sido mi aval y mi compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi madre le quiero dedicar este trabajo infinitamente por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en todas sus enseñanzas, tanto académicas como de la vida por su incondicional apoyo estrictamente establecido a través del tiempo y en especial por su esfuerzo. Todo mi proceso académico ha sido gracias a ella.

AGRADECIMIENTOS

Hoy doy gracias a Dios por permitirme culminar satisfactoriamente otra etapa de mi vida y dar inicio a un nuevo reto en el campo laboral, a mi familia, a todos los docentes que durante la carrera me han guiado y han trasmitido sus conocimientos formándome no sólo como profesional sino contribuyendo para mi crecimiento como persona.

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 15
1.1 TITULO DEL PROYECTO 15
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 15
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN 15
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 18
1.5 JUSTIFICACIÓN 19
1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS 25
2. ESTUDIO DE MERCADO 27
2.1 ANÁLISIS DE SECTOR 27
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 29
2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO 42
2.4 ESTRATEGIA DE PRECIO 48
2.5 PROVEDORES 50
3. ESTUDIO TÉCNICO 52
3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO 52
3.2 PRODUCTO 52
3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 70
3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO 74

4. ORGANIZACIÓN Y LEGAL 76
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 76
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 77
4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL 82
4.4 PROCESO DE SELECCION DE PERSONAL 82
4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN 83
4.6 PROCESO DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL 84
4.7 ASPECTOS LEGALES EN EL PROYECTO DE GRADO 84
5. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO 88
5.1 INVERSIÓN INICIAL 88
5.2 DEPRECIACIÓN 90
5.3 BALANCE INICIAL 90
5.4 AMORTIZACIÓN EN PESOS 93
5.5 LEASING FINANCIERO 94
5.6 PARÁMETROS ECONÓMICOS 95
5.7 PROYECCIÓN DE GASTOS Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS 97
5.8 COSTOS 102
5.9 IVA, RECAUDOS Y PAGO EN PESOS 105
5.10 ESTADO DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIACIÓN 106
5.11 FLUJO DE CAJA CON Y SIN FINANCIACIÓN 109

5.12 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACION..113

5.13 DEMANDA VENTAS Y COSTOS 116

5.14 INDICADORES FINANCIEROS 117

5.15 ANALISIS VERTICAL Y HORIZONTAL 118

5.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 123

5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO 123

6. CONCLUSIONES 124

7. RECOMENDACIONES 126

8. BIBLIOGRAFIA 127

9. REFERENCIAS 129

LISTA DE TABLA

Pág.

Tabla 1. Competencia 47
Tabla 2. Precio unitario 48
Tabla 3. Gastos de ventas 49
Tabla 4. Costos de equipo y maquinaria 57
Tabla 5. Adecuaciones de planta 58
Tabla 6. Diagrama de flujo del proceso de producción del Arrechon 61
Tabla 7. Diagrama de flujo de operación del arrechon 62
Tabla 8. Diagrama de flujo de la crema de viche 65
Tabla 9. Diagrama de flujo de operación de la crema de viche 66
Tabla 10. Tecnología 67
Tabla 11. Maquinaria y equipo 67
Tabla 12. Materia prima por unidad 68
Tabla 13. Parámetros de gastos 69
Tabla 14. Cargos y Salarios 69
Tabla 15. Resumen de requerimientos para la producción 70
Tabla 16. Capacidad instalada 75
Tabla 17. Gastos de constitución 85
Tabla 18. Parámetros económicos 86
Tabla 19. Parámetros laborales 87
Tabla 20. Inversión inicial 89
Tabla 21. Depreciación 90
Tabla 22. Balance inicial sin financiación 91
Tabla 23. Balance inicial con financiación 92
Tabla 24. Amortización en pesos 93
Tabla 25. Leasing financiero 94
Tabla 26. Parámetros económicos 95

Tabla 27. Parámetros laborales 95
Tabla 28. Cargos y salarios 96
Tabla 29. Recaudos 96
Tabla 30. Pagos 96
Tabla 31. Registro mercantil 96
Tabla 32. Márgenes Brutos 97
Tabla 33. Gasto en pesos 99
Tabla 34. Nomina de administración 100
Tabla 35. Nomina de producción 101
Tabla 36. Costos 103
Tabla 37. Proyección de ventas y costos en pesos 104
Tabla 38. IVA, Recaudo y Pago en pesos 105
Tabla 39. Estado de resultado sin financiación 107
Tabla 40. Estado de resultado con financiación 108
Tabla 41. flujo de caja sin financiación 110
Tabla 42. Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. Sin financiación 111
Tabla 43. Flujo de caja con financiación 112
Tabla 44. Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. Con financiación 113
Tabla 45. Balance general sin financiación 114
Tabla 46. Balance general con financiación 115
Tabla 47. Demanda 116
Tabla 48. Razones financieras sin financiación 118
Tabla 49. Análisis vertical BG proyectado con financiación 120
Tabla 50. Análisis vertical del estado de resultado con financiación 122
Tabla 51. Análisis de sensibilidad 123
Tabla 52. Punto de equilibrio 123

LISTA DE GRAFICO

Pág.

Grafico 1. Ha probado el arrechon y crema de viche 36
Grafico 2. Genero 37
Grafico 3. Rango de edad.....37
Grafico 4. Barrio 38
Grafico 5. Consumo de Arrechon y Crema de viche 38
Grafico 6. Frecuencia de consumo de las bebidas 39
Grafico 7. Presentación de las bebidas.....39
Grafico 8. Fácil acceso en la ciudad para adquirir las bebidas.....40
Grafico 9. Eventos para adquirir las bebidas.....40
Grafico 10. Lugar para adquirir las bebidas 41
Grafico 11. Organigrama 78

LISTA DE FOTO

Pág.

Foto 1. Presentación de la bebida 44
Foto 2. Presentación de la bebida 45
Foto 3. Etiqueta 45
Foto 4. Plano de la planta de producción de la empresa Bebí Pacifico S.a.s 73

RESUMEN

El proyecto tiene como fin estudiar las viabilidad para la creación de una empresa que produzca y comercialice bebidas autóctonas del pacifico colombiano en la ciudad de Cali. Cabe resaltar que en la riqueza cultural del pacifico colombiano se destacan las bebidas autóctonas entre ellas está el destilado del pacifico conocido como viche, bebida elaborada artesanalmente a base de la trasformación de la caña de azúcar que realizan las poblaciones de esta región y de ella se derivan otras bebidas como el arrechón, y la crema de viche.

De esta manera, se realizó el estudio por 5 etapas: estudio del mercado, estudio técnico, estructura organizacional, marco legal y por último, estudio económico y financiero.

El estudio concluye sobre la viabilidad de la creación de la empresa productora y comercializadora de bebidas autóctonas del pacifico colombiano.

Palabras Clave: Bebidas autóctonas, Destilado, Caña de azúcar, Pacifico Colombiano.

ABSTRACT

The project aims to study the feasibility of creating a company that produces and markets local drinks the Colombian Pacific in the city of Cali, it should be noted that the local drinks are highlighted in the cultural richness of the Colombian Pacific among them is the distillate Pacific known as Viche, drink handcrafted based on the transformation of sugar cane that made the populations of this region and it arrechón other beverages such as stem, and Viche cream.

Thus, the study was conducted by five stages: market research, technical study, organizational structure, legal framework and finally economic and financial study.

The study concludes on the feasibility of the creation of the producer and marketer of native Colombian Pacific drinks company.

Keywords: native Beverage, Distilled, Sugar Cane, Colombian Pacific.

INTRODUCCIÓN

El pacifico colombiano es una región en el que prevalece la idiosincrasia de sus pueblos donde la cultura, lenguas, vivencias, valores, historias, sonidos y raíces de sus pueblos es lo más valioso y significativo para sus habitantes. La propuesta de investigación de este proyecto es reconocer y aprovechar los gustos y costumbres de los habitantes de esta región, para analizar la viabilidad de la creación de una empresa en la ciudad de Cali que produzca y comercialice bebidas derivadas del destilado del pacifico ‘’viche’’ tales como arrechón y crema de viche.

El destilado del pacifico es conocido como viche y nace a partir de la elaboración de la caña de azúcar y es hecho principalmente en las zona pacifica colombiano. Es una bebida que en su proceso de producción y distribución ha ido teniendo reconocimiento siendo un medio económico para las personas que lo producen, aunque sigue siendo un licor estigmatizado por su proceso artesanal.

Las bebidas autóctonas del pacifico se convierten en un elemento importante de la gastronomía de esta región ya que son bebidas ancestrales cargadas de historia, tradiciones y costumbres. Por tanto, en los últimos años ha ido teniendo reconocimiento con la apertura de eventos folclóricos que se convierten en lugares de mercado, posicionándola como un mundo mágico paradisiaco por ser una comunidad alegre con sabor a mar.

Para lograr incursionar estos productos en el mercado de la ciudad de Cali, se pretende crear la imagen corporativa de la empresa permitiendo innovar en la comercialización desde cambios en el diseño, marca, empaque, etiqueta, hasta la promoción del producto mediante nuevas políticas de precios y servicios.

El propósito final, mediante la investigación será el de realizar un estudio de viabilidad para crear una empresa productora y comercializadora del arrechon y la crema, en la ciudad de Cali.

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TITULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BEBIDAS AUTÓCTONAS DEL PACIFICO COLOMBIANO, EN LA COMUNA 15 DE LA CIUDAD DE CALI.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

La UNESCO como organismo especializado de las Naciones Unidas tomo en cuenta beneficiar a los sectores culturales de los países tercermundista como Colombia, que opto por diseñar políticas y estrategias por parte del gobierno y los actores del sector, dándole vida al crecimiento y fortalecimiento del ecosistema cultural en el país.

Las industrias culturales en los últimos años en el país se le han dado trascendencia por el aporte al desarrollo económico y los procedimientos de identidad y cultura. Tanto que, en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena y San Andrés las entidades encargadas como la Cámara de Comercio han generado por sector de audiovisual, cine, música, el desarrollo de las mismas.

De la misma manera, en la ciudad de Cali el interés se basa en el motor de desarrollo económico que representa porque éstas, generan empleo y le dan un aporte económico al PIB per cápita de la ciudad. Según el DANE *"representa alrededor del 1 % del valor agregado y las industrias culturales generaban alrededor*

de 6,600 empleos el 2.7 % de los empleos de la ciudad para ese periodo" (Universidad Icesi, 2011, p. 1).

Con respecto a lo anterior, los ecosistemas culturales en Cali deben de seguir evolucionando y crecer en diferentes sentidos, desde lo económico lo social y lo cultural. Para ello, se requiere del desarrollo de nuevos nichos de mercado dado que, hasta el momento se destacan los de la música, cinematografía y los de artes escénicas o visuales. Sin embargo, existe el proyecto cultural MMP que fue creado por un grupo de gestores y productores de Mi Casa Bar, en alianza con el Proyecto de Industrias Culturales de Cali y con el apoyo de la alcaldía de Cali a través del Festival Petronio Álvarez.

En ese orden de ideas, para fortalecer los ecosistemas culturales del subsector del patrimonio inmaterial en gastronomía y musical del pacifico, se debe dar respuesta a la necesidad latente de satisfacer a las personas afro que les ha tocado abandonar sus lugares de orígenes ya sea por problemas sociales, económicos y han emigrado a la ciudad de Cali por su cercanía a la costa pacífica, por la oportunidad de mejorar la calidad de vida acentuándose en el distrito de agua blanca ubicado en la zona oriente de la ciudad. Pero, al ser desplazados y al llegar a una ciudad totalmente desconocida sin ningún referente urbano pierden su espacio vital, su pasado en los ríos y en las selvas de su infancia, la comida, las fiestas organizadas en grupos, la música que cantaban, bailaban, el toque de la marimba el tambor son costumbres que tienden a desaparecer. Y como consecuencia de la pérdida de una identidad socio-espacial requiere encontrar una nueva identidad, una nueva forma de sobrevivir en una sociedad que ya no tiene el trabajo de la tierra o la pesca. De esta manera los afros comienzan a aumentar la economía informal de la ciudad con la venta ambulante de productos como chontaduro, jugo, frutas, pescado, marisco, coco, plátano etc. Lo cual se convierte en la forma de generar ingresos para su supervivencia.

Es por ello que se requiere de la creación de una empresa que produzca y comercialice las bebidas autóctonas del pacifico Colombiano como el arrechon y la crema de viche dado que son bebidas ancestrales cargadas de historia, identidad, costumbres y tradiciones que se convierten en un elemento importante de la gastronomía. Permitiendo mantener en la memoria de los afro su pasado, lo que han aprendido, lo que han vivido, para no perder su identidad en medio de lo urbano y poder recrear, manifestar y mantener sus tradiciones, hábitos e identidad cultural.

La situación actual de las bebidas autóctonas del pacifico como el arrechon y la crema de viche son ofertadas legalmente solo en el festival de Petronio Álvarez dado que están respaldas por la entidades encargadas como la alcaldía, secretaria de cultura y turismo entre otras. Pero, la realidad de estas bebidas es que se denominan artesanales o bebidas ilegales porque en el proceso de elaboración no cuenta con la maquinaria idónea, no tiene registró invima, la presentación del producto es desagradable porque utilizan botellas de plásticos para re envasar la bebida, todo esto ocasiona que tanto los ingredientes, las instalaciones, el personal y las herramientas que se emplean para el proceso de transformación no cumplan con los parámetros establecidos por la ley, generando que se estigmaticen como productos no aptos para el consumo humano y que no pueda comercializarse legalmente como otras bebidas alcohólicas del sector.

En resumen, el registro sanitario constituye una parte esencial para el posicionamiento de dichos productos y es muy importante que la empresa tome en cuenta la ley planteada por el invima sobre las buenas prácticas de manufactura que rigen a este tipo de empresa como Bebí pacifico.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Es viable crear una empresa que produzca y comercialice bebidas autóctonas del pacifico colombiano, en la comuna 15 de la ciudad de Cali?

1.3.3 Sistematización del problema.

- ¿Cómo determinar la existencia real de clientes mediante un estudio de mercado?
- ¿Cuáles son los elementos que se requieren para la ingeniería básica del producto que se desea implementar?
- ¿Cómo definir la estructura organizacional de la empresa?
- ¿Cuáles son las regulaciones a nivel nacional, regional o local que tienen injerencia en el objeto de la investigación del proyecto de grado?
- ¿Cuáles son las variables de un estudio financiero económico que determinen la rentabilidad de la inversión del proyecto?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Realizar un análisis de viabilidad para crear una empresa productora y comercializadora de bebidas autóctonas del pacifico colombiano, en la comuna 15 de ciudad de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Determinar la existencia real de clientes mediante un estudio de mercado.
- Definir los elementos de ingeniería básica de las bebidas del pacifico colombiano.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa de bebidas del pacifico colombiano.
- Identificar el marco legal que regula la actividad de la empresa de bebidas del pacifico colombiano.
- Calcular los recursos económicos financieros para la creación de la empresa bebidas del pacifico colombiano.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La razón de ser de la investigación es enaltecer y darle reconocimiento a la cultura del pacifico que a causa de la migración de las familias afro a la ciudad de Cali, les ha tocado dejar de lado algunas tradiciones y costumbres que se practicaban en sus lugares de origen. Sin embargo, comienzan a establecer la cultura por medio de manifestaciones materiales, espirituales e ideológicas que les posibilita no perder la identidad y esencia.

Es por ello, que la importancia de realizar la investigación de este proyecto es reconocer uno de los elementos importantes de la gastronomía de la región del pacifico que hacen parte de la riqueza cultural como lo son las bebidas autóctonas que se derivan del viche ya sea arrechon y crema de viche, para producirla y comercializarla entre los habitantes de la región pacifica que residen en Cali específicamente en la comuna 15 dado a los niveles de asentamiento de personas afro en esta zona. De tal manera que la cultura, tradiciones y los saberes ancestrales de la región pacífica estén aún presentes y vigentes.

Por otro lado, se quiere lograr cambiar el paradigma de bebidas netamente artesanales a bebidas legales por medio de la innovación en los procesos, presentación, comercialización y producción. Es decir, ofrecer productos de calidad, a partir de la implementación de óptimos estándares de calidad en los procesos productivos, además mejorar la presentación del producto creándole la marca corporativa, que cuente con los permisos establecidos por los entes encargados como el registro invima, también tenga la maquinaria industrializada para su producción, el personal capacitado.

Con respecto a lo anterior, se daría fortalecimiento a los ecosistemas culturales emergente tanto en el país como en la ciudad de Cali, ya que se estarían ofertando productos con un valor agregado de calidad para estar a la vanguardia de la

competencia en el subsector de las bebidas.

En resumen, se identifica una gran oportunidad de negocio que permite llegar a diferentes segmentos de mercados no solo en ocasiones especiales sino para el consumo habitual de los caleños. También atraer y mantener aquellos que son conocedores y consumidores de este tipo de bebidas. Por eso, al trabajar con las bebidas típicas del pacifico colombiano se pretende lograr un nivel de diferenciación frente a la competencia y así fomentar esta nueva cultura de bebidas.

1.5.1 Estado del arte. El Instituto Colombiano de Antropología e Historia y la Universidad del Pacífico, a través del grupo de investigación de Antropología Social del ICANH y del grupo Identidades de la Universidad del Pacífico desarrollo la investigación de "Alambiques prohibidos y destilación proscrita'' el cual fue financiada por Colciencias.

El estudio consistio en el análisis comparativo a partir de los procesos de elaboración, comercialización y consumo de licor casero en las poblaciones del Pacífico colombiano y la cordillera oriental de los Andes. Lo cual se determino la existencia de redes de familia en torno a esta actividad doméstica predominantemente en los lugares de producción o destilación donde las relaciones de parentesco superan el 90%. Por su parte en los lugares de comercialización como Buenaventura y Cali estas relaciones se reducen significativamente, hallándose mayormente relaciones de paisanaje.

Otro elemento importante indica que en el caso de Cali, ciudad en la que se ha incrementado en el último tiempo la comercialización e ingesta del Viche, en buena medida gracias al auge del Festival Petronio Álvarez, su consumo tiene otras connotaciones muy distintas a las de las poblaciones productoras. En resumen, fue un estudio muy valioso pues es el primero de orden regional que aborda el tema de la producción de licores artesanales en el Pacífico colombiano lo cual permitirán la apertura de nuevas líneas de trabajo en torno a distintas dinámicas socioculturales

que se dan en la región y que están asociadas a la producción de este licor artesanal.

Por otro lado, se realizo una investigacion en la universidad de San Buenaventura de Cali el cual plantea la realizacion de un plan de marketing para la produccion, comercializacion y distribuccion de Eros pasion Pacifico, bebida afrodiciaca tipica del Pacifico Colombiano determinando que el sector licores en que se desenvolveria el producto es un sector que esta en pleno auge, que crece cada dia y que tiene mucho por ofrecer hacia el futuro, ya que en la actualidad las opciones de este tipo de licores tradicionales estan muy limitadas puesto que ofrecen de manera rustica sin ningun tipo de higiene y presentacion adecuada, ademas no contariamos con un competidor directo que ofrezca este tipo de producto; y eso seria la innovacion que tendria el proyecto.

Con respecto a lo anterior, se identifica que son estudios que ayudan a entender la importancia que tiene las bebidas del pacifico y la oportunidad de crear una empresa que contribuya a disminuir el monopolio de la región en el sector industrial de licores y el reconocimiento de la identidad de la cultura afro.

1.5.2 Referente teórico. La finalidad de una empresa es satisfacer a los consumidores y, al hacerlo, obtener ganancia. Es por ello, que en el mundo actual que es cambiante y se evidencia el consumismo deben desarrollar nuevos productos que satisfagan las necesidades de los clientes. Se requiere que las empresas desarrollen este tipo de estrategias con coordinación, planificación, seguimiento y control.

Abraham Maslow desarrolla la Teoría de la Motivación Humana y propone una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía se modela identificando cinco categorías de necesidades las cuales son: fisiológicas, de seguridad, sociales, de reconocimiento y de auto-realización; cada una se construye considerando un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su

importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo a este modelo, a media que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad (Maslow, 1991, p. 21).

De acuerdo a la jerarquía de las necesidades fisiológicas en la empresa Bebí pacifico se puede efectuar por medio de la adecuación de buenos espacios para los trabajadores, de una planta de producción que cuente con la maquinaria e implementos para la realización del trabajo. En segunda instancia, la necesidad de seguridad estará dada por el desarrollo de planes de contingencia con respecto a los riesgos que se tienen dentro de la planta de producción para preservar la salud de los colaboradores, además se les brindara la seguridad laboral a partir de los planes de contratación y buenos salarios. Luego, las necesidades sociales es suma importancia puesto que es la forma de mantener buenas relaciones comerciales con proveedores y clientes. Después, se habla de las necesidades de reconocimiento las cuales se deben desarrollar al mantener de la empresa una buena reputación comercial para lograr fidelizar a los clientes y sean ellos los encargados para que la empresa crezca en el mercado. En último lugar, están las necesidades de autorrealización se llega cuando la empresa cumpla su objetivo principal que es incursionar las bebidas del pacifico legalmente en el sector de licores y pueda dar le valor a la cultura afro.

Cuando se habla de calidad se destacan autores o gurús como Kaoru Ishikawa el cual plantea que el control de calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor. Además dice que la implantación del control de calidad en una empresa debe ser tarea para todas las personas que hacen parte de la organización, desde los niveles jerárquicos, los departamentos, las etapas de diseño, compras, producción, recurso humano, relaciones laborales y en general

(Ishikawa, 1986, p. 1).

Con esta teoría de la calidad se identifica que es la base para el crecimiento y posicionamiento de la empresa de las bebidas autóctonas del pacifico y es por ello que debe optar por desarrollarla como cultura puesto que permite que en cada uno de los procesos que se requieren para la producción de las bebidas se identifiquen defectos, fallas, antes de que se convierta en un desastre. Proporcionando así, que los cambios se ajusten de manera eficiente y precisa a los gustos de los consumidores.

Porter dice que "*La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten"* (Pereira , 2003, p. 1).

Es por ello que desarrollo la teoría de las 5 fuerzas, las cuales determinan las características de un mercado y por ende su atractivo el cual produce altos rendimientos económicos. Las 5 fuerzas planteadas son la amenaza de productos sustitutos, la amenaza de rivales, la amenaza de nuevos competidores, la capacidad de negociación de los proveedores, la capacidad de negociación de los clientes. Se toma en cuenta esta herramienta para la empresa bebidas del pacifico con el fin de identificar la rentabilidad del negocio por medio del análisis de estas variables del entorno externo donde se ubicara la empresa, permitiendo tener claro acerca de todas las fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades.

Según Henry Fayol con su teoría clásica de la administración dice que se aumenta la eficiencia de la empresa mediante la forma y disposición de los órganos componentes de la organización (departamentos) y de sus interrelaciones estructurales. De allí el énfasis en la anatomía (estructura) y en la fisiología (funcionamiento) de la organización. La corriente anatómica y fisióloga se desarrolla

de arriba hacia abajo (de la dirección hacia la ejecución) y del todo (organización) hacia las partes (departamentos). La atención se fija en la estructura organizacional, en los elementos de la administración, en los principios generales de ésta y en la departamentalización. Esa orientación hacia la síntesis y la visión global permitía subdividir mejor la empresa, centralizando la dirección en un jefe principal (Chiavenato, 2006, p. 70).

En relación con la teoría de Fayol aplica en la empresa Bebí pacifico de tal manera que en ella se define la estructura organizacional y el organigrama el cual presenta claramente la jerarquía de la empresa, desde el cargo administrativo como el gerente hasta los cargos operativos como los operarios y el contador. También, se logra la división interna, lo cual ayuda a agilizar el proceso de producción, comercialización o distribución de las bebidas debido a que cada operario ya sabe que función, tarea y actividad debe realizar para cumplir con el cargo asignado. Además se ve reflejada en la empresa porque la comunicación es de manera vertical es decir, desde el más alto nivel jerárquico hacia el más bajo. Así mismo, la disciplina y el orden son aspectos relevantes dentro de la organización al igual que la estabilidad en el personal posibilitando tener un excelente clima organizacional y por ende cumplir con el objetivo de la empresa.

1.5.3 Referente legal. La empresa Bebí pacifico por su actividad económica netamente de comercialización de productos de consumo humano se opta por crear una S.A.S siendo el tipo de empresa que actualmente en el país ha promovido desarrollo económico. Y al surgir como un emprendimiento permite garantizar el crecimiento del mismo puesto que para el proceso de constitución se puede realizar sin necesidad de pagar ninguna suma de dinero al momento de crearla. También, ofrece facilidad y flexibilidad puesto que simplifica los trámites de constitución, disminuye costos de transacción, elimina el requisito que exige un mínimo de dos personas para conformar una sociedad, limita la responsabilidad.

Se toma en cuenta lo planteado en la Constitución de 1991 con respecto a la ley 70 que permite el reconocimiento de la etnicidad y territorialidad de las comunidades afrodecendiente. Posibilitando que estas comunidades tengan reconocimiento. Y eso con el fin de poder resaltar la actividad económica que plantea la empresa Bebí pacifico para su proceso de producción en la ciudad de Cali y respaldar en caso de que el monopolio existente no lo deje incursionar en el mercado de la industrias licoreras del valle.

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.6.1 Tipo de estudio. La investigación se realiza en forma mixta, es decir se utiliza el tipo de estudio cuantitativo y cualitativo. Dado que se planteó el problema, descripción de datos estadísticos proponiendo una tentativa de aplicación clara y precisa con la realidad. Por otro lado, se describieron las características que abarcaban esta investigación, explicando la naturaleza del proyecto, gustos y preferencias del mercado fijado, posibles consumidores, entre otros.

1.6.2 Método de investigación. Dentro de las alternativas existentes el tipo de investigación del proyecto será tanto descriptiva como exploratoria, ya que con esta investigación se pretende obtener información desconocida sobre el entorno tanto macro y micro donde desarrollara la actividad económica la empresa de bebidas autóctonas del pacifico colombiano permitiendo conocer las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas.

1.6.3 Método de recolección de información. La técnica de recolección de datos se realiza a través de la encuesta que se construye mediante el planteamiento de una serie de preguntas para obtener información sobre la percepción de los posibles clientes potenciales con respecto a la introducción e innovación de las bebidas tanto en su producción como comercialización.

La encuesta se sometió a las observaciones de docentes que dictan clases guiadas a este mismo concepto quienes hicieron sus respectivos aportes para mejorar la estructura de las preguntas y, en términos generales, de la encuesta.

El procedimiento de aplicación de la encuesta se realiza de manera presencial teniendo la posibilidad de estar cara a cara con las personas a las que se entrevistaron.

1.6.4 Fuentes de información. La recolección de información para realizar el trabajo de campo de este proyecto, son las fuentes de información primarias y secundarias, siendo necesarias para obtener datos informativos que fueron recolectados mediante la técnica de la encuesta.

1.6.4.1 Fuentes primarias. Las fuentes primarias se recopilan a través del cuestionario aplicado a la muestra escogida y a la observación realizada.

1.6.4.2 Fuentes secundarias. Las fuentes secundarias fueron datos, estadísticas publicadas que sirven como guía o base para el desarrollo de la investigación como textos, investigaciones, DANE, cámara de comercio, Cali en cifras, revistas tales como: dinero, el tiempo, portafolio, semana, y entidades especializadas en información de internet entre otros.

1.6.5 Tratamiento de la información. Para la parte del análisis de esta encuesta se necesita un computador y también un programa informático como Excel. La información se tratara con el análisis de los resultados de cada pregunta a partir de la tabulación y gráficas.

1.6.6 Presentación de los resultados. Para la presentación se utilizaran cuadros y gráficos donde se le realizaran el respectivo análisis a cada variable o pregunta realizada dentro de la encuesta.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DE SECTOR

De acuerdo al código CIIU el cual clasifica las actividades económicas de los empresarios del país, la empresa Bebí Pacifico se ubica en el grupo 159 el cual hace referencia a elaboración de bebidas y el código que le corresponde es 1101 Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas.

Con respecto a lo anterior, la actividad económica desarrollada por la empresa se ubica en el sector industrial o secundario de la economía siendo el encargado de desarrollar actividades de transformación de materias primas a través de procesos productivos. En este sector se encuentra el subsector alimentario y a su vez el sector de las bebidas el cual se compone de 2 categorías: bebidas con alcohol y bebidas sin alcohol la cual incluye licores destilados, vino y cerveza.

El sector de alimentos y bebidas en Colombia es un sector que contribuye al crecimiento de la producción manufacturera del país, ha ido evolucionando gracias a los factores de mayor producción, un buen clima, las inversiones de los empresarios y un consumo de los hogares que crece cada vez más. Es por ello que ha venido creciendo gracias al buen comportamiento de la economía contando con establecimientos en todos los departamentos del país.

2.1.1 Diamante de Porter. Para analizar el entorno externo de la empresa Bebí pacifico s.a.s se plantea la descripción de la herramienta de las 5 fuerzas de Porter para identificar la rentabilidad del negocio por medio del análisis de estas 5 variables del entorno donde se ubicara la empresa las cuales son: poder de negociación de los clientes, amenazas de productos sustitutos, tendencias futuras del mercado, amenazas de nuevos entrantes y poder de negociación de proveedores.

Poder de negociación de los clientes: Gracias al mundo cambiante los

consumidores de diferentes productos o servicios no se conforman únicamente por la adquisición de ellos, sino que, actualmente están informados y tienden a ser más exigentes para satisfacer gustos ya sea por valor agregado, precio, variedad y presentación etc. Por esa razón, impulsa que cada día se fidelicen o se aparten de ciertas empresas que no cumplen sus expectativas, y para ello realizan comparaciones con respecto a calidad y precio. En efecto, el poder de negociación de los clientes potenciales de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano por un lado se considera que es alto dado que el consumo de alcohol en el país cada vez más va en aumento, y el poder adquisitivo de los colombianos mejora y las bebidas alcohólicas hacen parte de la cultura del colombiano. Por otro lado se considera bajo puesto que las bebidas son productos que no se encuentran con facilidad en la ciudad de Cali, solo en eventos especiales como el Petronio Álvarez y hasta toca desplazarse hacia otros lugares como la costa pacífica para poder adquirir estos productos, dado que en la ciudad aún no existe una empresa formalmente establecida para producir y comercializarlos.

Teniendo en cuenta que las bebidas autóctonas del pacifico como el arrechon y la crema de viche se va a comercializar en la ciudad de Cali, al nicho de personas afro descendientes que podrían interesarse en comprar este producto se agrupan en las comunas que cuenta con mayor presencia tales como la 10, 11, 14, 15 y 21.

Tendencias futuras del mercado: Las preferencias del consumidor actual cambia tanto que buscan licores menos fuertes para evitar el guayabo, licores light, bajos en azúcar, y esto varía según hábitos, estrato socioeconómico, gustos y expectativas. Es por ello que se idéntica un gran mercado para descubrir e incursionar con bebidas Premium que deleiten el paladar de sus consumidores con diferentes texturas y sabores.

Amenazas de nuevos entrantes: Para el sector de bebidas alcohólicas al cual pertenece la empresa bebí pacifico s.a.s presenta un panorama difícil por la

existencia estricta de regulaciones, leyes gubernamentales y un monopolio que afecta directamente a la empresa. Es por eso que al ser un país descentralizado le ha otorgado la facultad de autonomía a cada departamento en el libre manejo de sus riquezas, ganancias e impuestos que van a la administración y tienden a convertirse en fronteras por el alto cobro de impuestos evitando así, que la empresa pueda competir con este fenómeno.

Poder de negociación de los proveedores: El ingredientes principal de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano ya sea arrechon y crema de viche, es el Borojo y existe variedad en la oferta de productores y comercializadores ubicados en Cali, permitiendo que el producto que se adquiere sea de calidad y desarrolle cadenas de valor sustentable.

Los proveedores que cumplen con los estándares de calidad de acuerdo a los requisitos exigidos desde el momento del traslado de la materia prima hasta la entrega de la misma para satisfacer la necesidad de nuestra demanda son los siguientes: C.I. Borojo de Colombia, Pulpa de Borojo el pionero Ltda. Y Comercializadora Internacional C.I. Sabe Ltda.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de la demanda. El pacifico colombiano es una de las 6 regiones naturales de Colombia, que está conformado por Choco, Valle del cauca, Cauca y Nariño. Es una zona que ha sido golpeado por el flagelo del desplazamiento ya sea por amenazas de muerte, maltrato psicológico, enfrentamiento armado, robos etc. Son algunas de las razones por la que sus habitantes han emigrado a otros lugares como Cali. *"Señalando que la población afro descendiente en el municipio es de 26,2 % correspondiente a 605.845 personas. De esta manera, se sitúa como la ciudad con mayor población de raza negra del territorio nacional y la segunda de América Latina"* (Alcaldia de Santiago de Cali, 2013, p. 1).

Cali se ha caracterizado socio demográficamente en 5 conglomerados para identificar la participación de la población afro en la ciudad, divididas por comunas siendo el *“44,6% de la población del oriente, el 28,6% del centro oriente, el 19,1% del centro norte, el 12,9% de ladera, el 9,6% del conglomerado corredor norte-sur, y el 19,9% de la zona rural”* (DANE , 2011, p. 20-22).

Con respecto a los datos mencionados anteriormente en el oriente de la ciudad de Cali específicamente en la comuna 15 que está compuesta por 4 barrios, 3 urbanizaciones y sectores, se identifica que en ella se acentúa la demanda potencial del mercado para la empresa Bebí pacifico cuenta con una población de 126.496 habitantes y se determina que son personas que ya han consumido la bebida del arrechon y la crema de viche por el solo hecho de ser afrodecendiente del pacifico.

Según la característica por género el 47,2% son hombres (59.715) quienes tienden a tener mayor consumo de bebidas alcohólicas en este caso de la bebida del arrechon puesto que por tendencia consumen productos fuertes. En cambio el 52,8% restante son mujeres (66.781) que por tendencia consumen bebidas Premium que son más suaves al paladar lo cual sería la crema de viche la ideal.

De acuerdo a la demografía de la comuna 15 el 74,3%, de la población está en las edades productivas entre el rango de 10 a 64 años de edad mientras que la población mayor representa el 3.6%. Lo cual permite determinar que la edad para el consumo de las bebidas este entre el rango de 18 a 60 y cumple con la ley 124 de 1994 la cual prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad. Además por el rango de edad son personas laboralmente activas y por ende tiene poder adquisitivo de acuerdo a la labor o profesión que desarrollen.

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, el estrato más común es el 1, 2 y 3. Los aspectos Económicos de acuerdo con el censo de 2005, 3,6% de las unidades económicas de la ciudad se encontraba en esta comuna, de las cuales 69,9% pertenecen al sector comercio, 19,8% al sector servicios y 10,3% a industria.

De esas unidades económicas, el 98,3% corresponde a micro empresas, 1,4% a pequeñas, 0,3% a medianas y tan solo el 0,1% a empresas se encuentra que en esta comuna el 11,4% de las unidades económicas son informales. (Universidad Icesi, 2007, p. 80-83).

Finalmente es un sector vulnerado por la violencia da un gran aporte a la industria cultural de la ciudad, dado que de este sector sale un gran porcentaje de niños, jóvenes y adultos que representan la ciudad y el país, en eventos locales, nacionales e internacionales, en ámbitos como salsa, el folclor, las artes plásticas y demás actividades artísticas y culturales que se desarrollan en este sector.

Proyección de la demanda

La demanda está representada por un mercado global conformado por el total de la población de la comuna 15, un mercado potencial conformado por los habitantes de la comuna de los 18 a los 64 años y un mercado objetivo correspondiente a la población económicamente activa ocupada en este rango de edad.

El producto se oferta a todos los estratos de la comuna ya que al ser un producto del cual no se tienen registro de la venta, es prematuro mostrar un pronóstico en la demanda por estrato. La empresa Bebí Pacifico S.A.S. se enfocará en producir comercializar e incursionar en el mercado los productos mayormente en personas descendientes del pacifico aunque, se tiene en cuenta conquistar nuevos mercados con personas que sin provenir de esta zona quieran consumirlo y lo desconocen.

2.2.2 Análisis de la oferta. La industria licorera del país esta segmentada por departamentos donde cada uno maneja su propio monopolio de productos, ganancias e impuestos, y se destaca la Industria de Licores de Cundinamarca, Caldas, Cauca, Valle y Boyacá.

La Industria de Licores del Valle es una empresa industrial comercial del estado, especializada en la producción y comercialización de alcoholes y licores, se

encuentra establecida desde 1921, utilizando en la actualidad tecnologías de avanzada garantizando que los productos realizados son de alta calidad; complementado con un equipo de trabajo caracterizado por el compromiso diario y permanente.

Los productos ofertados por la empresa están el aguardiente y el ron el cual son hechos de la caña de azúcar, se cosechan en la tierra vallecaucana lo cual hace parte de la idiosincrasia y cultura. Se destaca el Aguardiente Blanco Sin Azúcar, Aguardiente Blanco Tradicional, Aguardiente Origen, Ron Marqués 5 años, Ron Marqués 8 Años.

Aguardiente blanco sin azúcar: un licor muy valle-caucano porque lleva por dentro toda la alegría de la región y la gente. El Aguardiente contiene 85% menos de azúcar y 100% puro y con sabor anisado, su certificación de origen y los mejores ingredientes así lo certifican contenido neto: 700ml Alk. 29% vol.

Aguardiente blanco tradicional: El Aguardiente Blanco del Valle Tradicional, es un licor anisado, incoloro, de olor dulce, que contiene un volumen de alcohol de 30°. Presentación de 750 ml. Contiene tapa con sello de seguridad.

Aguardiente origen: “El nuevo “Origen" su nombre evoca los sabores más agradables de la caña de azúcar, es un aguardiente más denso, doblemente filtrado que va a cautivar a los sectores femeninos y a la juventud. Contiene 29 grado de alcohol y su presentación es una botella de 750 cm3.

Ron marques 5 años: es elaborado con una cuidadosa selección y mezcla de finas tafias añejadas en barriles de roble, que les trasmiten características sensoriales de color, sabor y aroma. 5 años de almacenamiento, contiene 35 grados de alcohol y tiene presentación de 750 cm3.

Ron marques 8 años: cumple las mismas características que el ron marques 5 años solo que el tiempo de almacenamiento es de 8 años.

De las bebidas ofertadas en el Petronio se destaca el arrechon, la crema de viche, Toma seca, Vinete, Tumba catre, Viche y Crema de Viche. Cabe resaltar que cada una de estas bebidas tienen nombres que representan la cultura del pacifico.

Es necesario recalcar por qué en la costa pacífica o en la ciudad de Cali, que es donde se produce el arrechon no cuentan con la capacidad económica, los conocimientos técnicos, ni el apoyo de las entidades gubernamentales locales, para impulsar este tipo de emprendimientos. Es probable que, la influencia del entorno político y legal sea tanto que las bebidas autóctonas del pacifico como el arrechon y la crema de viche solo se ofertan legalmente en festivales culturales como el Petronio Álvarez festival lo cual, se identifica que existe un monopolio de licores que protege las ventas y producción de la industria licorera colombiana. Además de la importación de licores al país dado la reducción de impuestos y las preferencias de las personas que pertenecen a los estratos socioeconómicos medio-bajo, medio, medio-alto prefieren consumir licor extranjero permitiendo el ingreso al país con facilidad y conseguirlo a mejores precios.

2.2.3 Diseño de la investigación. De acuerdo al tamaño total de la población de la comuna 15, que corresponde a 126.496 habitantes se determina el tamaño de la muestra por medio del uso de la calculadora para la obtención del tamaño de la muestra para la aplicación del instrumento, donde dio como resultado 96 encuestas.

Objetivo de la encuesta

Evaluar la aceptación del producto bebidas autóctonas del pacifico colombiano de los consumidores en la comuna 15 de la ciudad de Cali.

Objetivos específicos:

- Conocer si las personas encuestadas ha consumido arrechon y crema de viche.
- Identificar género y edades de personas que consumen arrechon y crema

de viche.

- Conocer el por qué, las personas consumen las bebidas autóctonas del pacifico.
- Conocer en que ocasiones las personas consumen las bebidas autóctonas del pacifico colombiano.
- identificar la frecuencia con que las personas consumen estas bebidas del pacifico si lo encontraran con mayor facilidad en Cali.
- Determinar la presentación más adecuada para adquirir el producto.
- Definir si le gustaría poder adquirir el arrechon y crema de viche con más facilidad en la ciudad de Cali.
- Identificar en qué lugares les gustaría encontrar estos productos.
- Especificar a través de qué medios les gustaría recibir información de las bebidas autóctonas del pacifico.
- Conocer en qué puntos de ventas les gustaría adquirir el arrechon y la crema de viche.

Instrucciones para la Encuesta

Hombres y mujeres mayores de 18 años que sean descendientes de la costa pacífica y que residan en la ciudad de Cali, específicamente los barrios de la comuna 15 tales como ciudad córdoba, Mojica y vallado. Además las personas deben conocer y haber consumido el arrechon y la crema de viche.

Muestra

La muestra es aleatoria simple donde de acuerdo a la calculadora dio como resultado una muestra de 96 personas a la que se le aplicara la encuesta y precisamente deben vivir en los barrios anteriormente mencionados para conocer su opinión sobre la producción y comercialización del arrechon y la crema de viche en la ciudad de Cali.

Encuesta

Se realizando una investigación sobre la creación de una empresa que produzca y comercialice las bebidas autóctona del pacifico colombiano en la ciudad de Cali. Nos gustaría saber su respuesta con respecto a las preguntas planteadas. Esto nos ayudara a conocer su perfección con respecto a la introducción al mercado de bebidas del pacifico como lo son el arrechon y la crema de viche. La encuesta solo le tomará 10 minutos y sus respuestas son totalmente anónimas donde sus datos y opiniones se manejaran con la mayor discreción generando confiabilidad en el proceso.

1. ¿Ha probado usted el Arrechon y crema de viche?

Sí____ No_____

2. ¿Género?

Femenino_____ Masculino_____

3. Edad: _____
4. ¿En qué barrio vive? _____
5. ¿Por qué consume el Arrechon y crema de viche?

Por ser una bebida afrodisíaca _____Por su sabor_____

Por considerarse un licor_____ otro_____

6. ¿En qué ocasiones consume usted el arrechon y la crema de viche?

Fiestas Familiares_____ Eventos culturales_____

Fiestas patronales_____ Eventos laborales_____

7. ¿Con qué frecuencia consume el Arrechon y la crema de viche?

Semanal____ Diario____ Quincenal _____mensual_____

8. ¿En cuál de las siguientes presentaciones le gustaría adquirir el

arrechón?

Garrafa_____ botella_____ caneca_____ 250cc personal_____

9. ¿Le gustaría poder adquirir el Arrechon y la crema de viche más fácilmente en Cali?

Sí_____ No_____

10. ¿En qué lugares les gustaría encontrar el arrechon y la crema de viche?

Supermercados____ Tiendas de Barrio_____ Bares _____Restaurantes____

11. ¿A través de qué medios les gustaría recibir información de las bebidas autóctonas del pacifico?

Radio_____ Prensa____ redes sociales_____ volantes_____

Resultados de la encuesta.

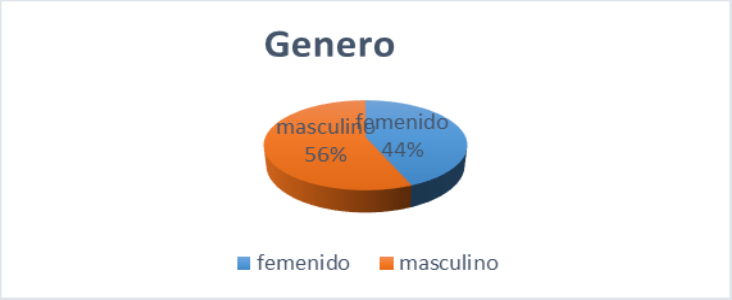
Grafico 1. Ha probado el arrechon y crema de viche

Fuente: Autor

En el gráfico 1, se puede observar el número de personas que fueron encuestados, la cantidad de personas que dijeron que si han probado el arrechon y la crema de viche fue de 86 personas siendo el 90% de la muestra total, mientras que las

personas que dijeron que no lo han probado fueron 10 siendo el 10% del total de la muestra, para un total de 96 encuestas realizadas. Igualmente se tomó en cuenta el género y las edades de las personas, por ende se realizó los siguientes gráficos**:**

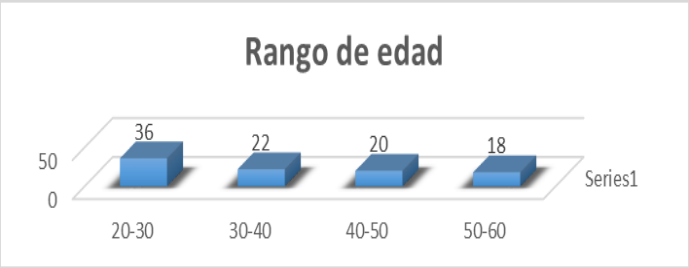
Grafico 2. Genero



Fuente: Autor

En el gráfico 2, se puede observar el número de hombres y mujeres que fueron encuestados, la cantidad de hombres encuestados fue de 54 siendo el 56% de la muestra total, mientras que las mujeres encuestadas fueron 42 siendo el 44% del total de la muestra, para un total de 96 encuestas realizadas.

Grafico 3. Rango de edad

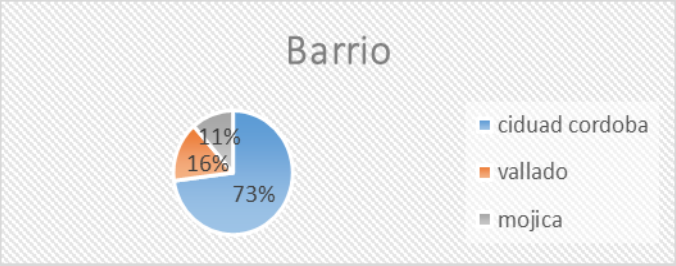


Fuente: Autor

En el gráfico 3 se puede observar los rangos edades de las personas encuestadas,

ya que se quería evaluar la edad promedio de los consumidores del arrechon y la crema de viche, donde se identifica que todos cumplen con las exigencias de ser mayor de edad hasta 60 años, siendo el rango más representativo las personas entre 20 y 30 años y de los 30 a 40 años.

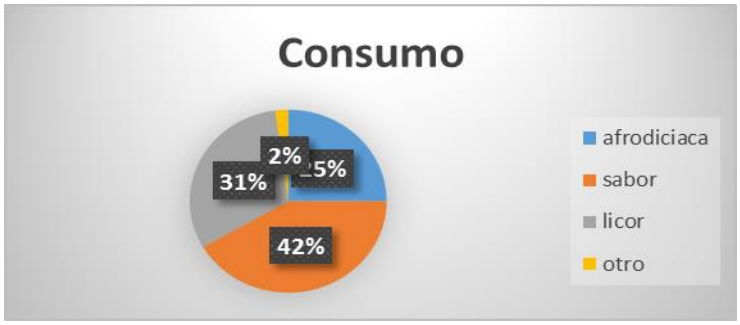
Grafico 4. Barrio



Fuente: Autor

En el gráfico 4 se puede observar los barrios de la comuna 15 a los cuales se seleccionaron para aplicar la encuesta, donde la muestra más representativa está en el barrio ciudad córdoba con 70 personas siendo el 73% de la muestra total, mientras que el vallado y Mojica fueron encuestadas 15 y 11 personas siendo el 16% y 11% respectivamente.

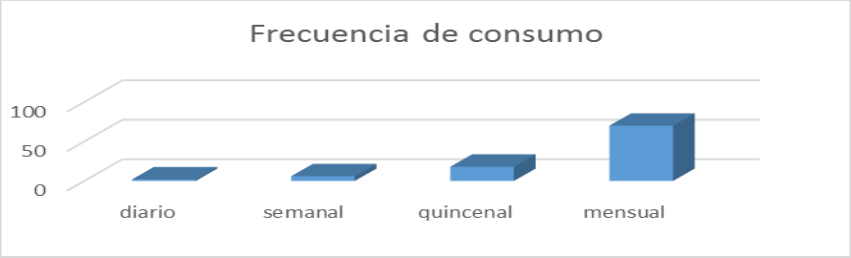
Grafico 5. Consumo de Arrechon y Crema de viche



Fuente: Autor

En el gráfico 5, se puede observar que las personas encuestadas 40 dicen consumir el arrechon y la crema de viche por su sabor siendo el 42% de la muestra total, mientras que 30 personas dicen consumirlo por ser un licor.

Grafico 6. Frecuencia de consumo de las bebidas



Fuente: Autor

En el gráfico 6, se puede observar el número de personas que fueron encuestados, donde 70 personas contestaron consumirlo cada mes debido a que no existe empresa que lo comercialice en la ciudad de Cali generando el no fácil acceso del mismo.

Grafico 7. Presentación de bebida

Fuente: Autor

En el gráfico 7, se puede observar el número de personas que fueron encuestados, 45 personas dijeron que la presentación más adecuada según sus gustos era la

botella siendo el 47% de la muestra total, mientras que 26 personas dijeron que caneca siendo el 27% y 25 garrafa siendo el 26%, para un total de 96 encuestas realizadas.

Grafico 8. Fácil acceso en la ciudad para adquirir las bebidas

Fuente: Autor

En el gráfico 8, se puede observar el número de personas que fueron encuestados, la cantidad de personas que dijeron que si les gustaría adquirir con más facilidad el arrechon y la crema de viche fue de 86 personas siendo el 90% de la muestra total, mientras que las personas que dijeron que no fueron 10 siendo el 10% del total de la muestra, para un total de 96 encuestas realizadas.

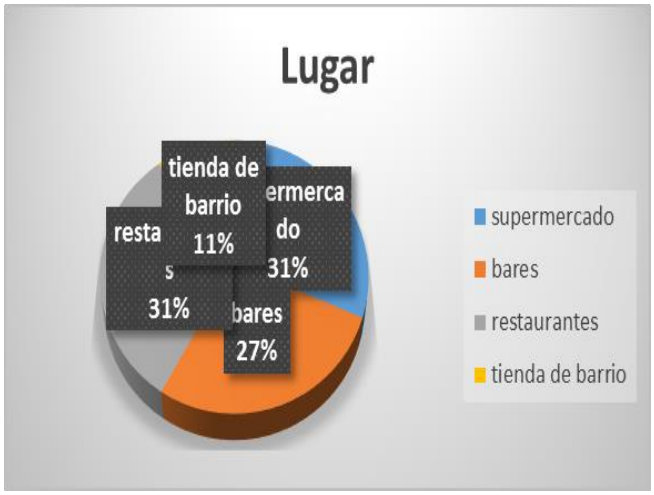
Grafico 9. Eventos para adquirir las bebidas

Fuente: Autor

En el gráfico 9 se puede observar el lugar donde consumen el arrechon y la crema de viche, donde prevalecen los eventos culturales y patronales con 46 personas

siendo el 48% y 26 lo cual equivale al 27% del total de la población.

Grafico 10. Lugar para adquirir las bebidas



Fuente: Autor

En la grafico 10, se puede observar que de los encuestados 30 personas dijeron querer comprar estos productos en lugares como supermercados siendo el 31% al igual que en los restaurantes permitiendo definir alternativas de distribución en la ciudad de Cali.

CONCLUSIÓN:

De acuerdo con los resultados de la investigación de mercados por medio de la aplicación del instrumento la encuesta se puede determinar diferentes alternativas para la comercialización y distribución de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano como lo son el arrechon y la crema de viche.

Las bebidas del arrechon y la crema de viche son un elemento importante de la gastronomía y riqueza cultural del pacifico colombiano por lo tanto, son productos que hacen parte del hábitos de consumo, y que sin importar el desplazamiento hacia

otras ciudades no dejan que mueran esa tradición de mantenerla viva.

Son productos reconocidos y de frecuente consumo por las personas descendientes del pacifico donde se hace en fechas especiales como eventos culturales y patronales, que es donde se le da reconocimiento y ovación a sus riquezas culturales.

Por otro lado, la población afro descendiente radicada en Cali les gustaría la idea de que exista una empresa que pueda producir y comercializar estas bebidas de manera legal en el que se pueda tener fácil acceso ya sea en supermercados, restaurantes, bar, discotecas etc.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

El producto generado por la empresa productora y comercializadora de bebidas autóctonas del pacifico como el arrechon y la crema de viche son bebidas lácteas, considerada aperitivos como fuente alimenticia.

El Arrechon es una bebida que forma parte de la herencia cultural del Pacifico Colombiano sus ingredientes son naturales, elaborado a base de viche, Borojo, leche líquida, leche en polvo, leche condensada, crema de leche, canela, clavos, vino. Contiene conservante que logra la durabilidad máxima de 3 meses para el consumo. Es un producto que puede ser consumido por cualquier persona sin provocar ninguna alteración a su cuerpo y es libre de contraindicaciones.

El arrechon está preparados con una medida de cada uno de los ingredientes y se mezclan de acuerdo al paso a paso de elaboración. Todas las presentaciones se elaboran en una botella de vidrio liso que permite ver la calidad del producto, color y a su vez garantiza homogeneidad y excelencia de este. Cada botella contiene 750ml y la caneca contiene 375ml.

Puede ser consumido en cualquier fecha del año ya sea cumpleaños, matrimonio, reuniones sociales, aunque se hace más en ocasiones especiales como el festival más conocido Petronio Alvares. Este es un producto de buena calidad a un precio asequible y bajo costo y su exquisitez en el sabor de la fruta exótica del Borojo que es el ingrediente principal del arrechon.

También contara con los sellos de calidad y registro como lo es el registro invima marcando la diferencia con las bebidas que se comercializan en el momento, garantizando la satisfacción de los clientes en cuanto al consumo de bebidas de calidad que respaldan la salud de los consumidores y proporciona ventaja competitiva para la empresa al poder comercializar las bebidas en la ciudad.

La característica más importante de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano arrechon y crema de viche es realizado con ingredientes 100% naturales, sin ningún tipo de químicos permitiendo conservar el sabor autentico de sus ingredientes, que marca la diferencia en su composición ya que la base de la preparación del arrechon es el Borojo es una fuente de energía por su alto contenido de aminoácido.

Crema de viche

Es elaborado a base de viche, leche líquida, leche en polvo, leche condensada, crema de leche, canela, clavos, melado de panela, maicena en una mezcla homogénea. La textura es espesa, suave, cremosa y de color amarillo.

Contiene conservante que logra la durabilidad máxima de 3 meses para el consumo. Es un producto que puede ser consumido por cualquier persona sin provocar ninguna alteración a su cuerpo y es libre de contraindicaciones.

Está preparados con una medida de cada uno de los ingredientes y se mezclan de acuerdo al paso a paso de elaboración. Todas las presentaciones se elaboran en una botella o caneca de vidrio liso que permite ver la calidad del producto.

Puede ser consumido en cualquier fecha del año ya sea cumpleaños, matrimonio, reuniones sociales, aunque se hace más en ocasiones especiales como el festival más conocido Petronio Alvares. Este es un producto de buena calidad a un precio asequible y bajo costo.

También contara con los sellos de calidad y registro como lo es el registro invima marcando la diferencia con las bebidas que se comercializan en el momento, garantizando la satisfacción de los clientes en cuanto al consumo de bebidas de calidad que respaldan la salud de los consumidores y proporciona ventaja competitiva para la empresa al poder comercializar las bebidas en la ciudad.

Los envases para el arrechon y la crema de viche es de vidrio el cual le proporciona una adecuada conservación desde el proceso de recepción, almacenamiento, refrigeración y distribución de las bebidas. Además el material de vidrio le garantiza la inocuidad del producto, la conservación del olor y a su vez garantiza homogeneidad y excelencia de este. Cada botella contiene 750ml y la caneca contiene 375ml. En la ilustración 1 se muestra el diseño de la botella de vidrio.

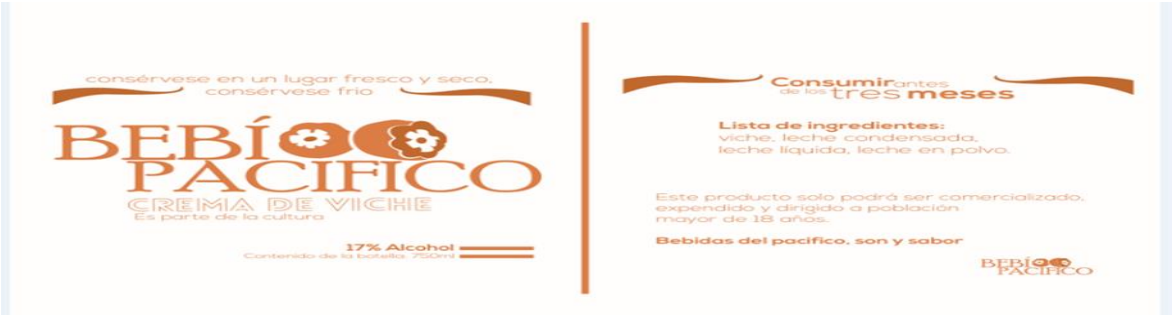
Foto 1. Presentación de la bebida

Fuente: Autor

Foto 2. Presentación de la bebida

Fuente: Autor

Foto 3. Etiqueta



Fuente: Autor

Con respecto a las anteriores fotos tanto del diseño del envase como de la etiqueta para la representación de la marca de la empresa Bebí Pacifico se realizó la selección tipográfica, con serifa pero esta es bastante orgánica ya que retoma las ondas del mar pacifico, los bailes con sus trajes típicos, y el movimiento general de esta región. La segunda tipografía se escogió con líneas continuas, un poco más artística para generar continuidad en el sabor específico de cada bebida. El isotopo se representó con una síntesis del Borojo, ya que tiene un gran valor nutritivo y es uno de los productos vegetales más completos como alimento. También es uno de los más representativos de esta región.

Por otro lado, la foto 3 que muestra la etiqueta de las bebidas alcohólicas describe la presentación real en cuanto a la marca, numero del registro invima, contenido neto, grado de alcohol etc.

Competidores y sus características

Competidores Directos: bebidas autóctonas del pacifico donde sus ingredientes son naturales y su proceso de producción es de manera artesanal dado que no cuenta la tecnificación necesaria. Entre ellas están: Arrechón, Toma seca, Vinete, Tumba catre, Viche y Crema de Viche. Cabe resaltar que cada una de estas bebidas tienen nombres que representan la cultura del pacifico. También se destacan las bebidas producidas por la industria licorera del valle como lo son el aguardiente tradicional, aguardiente son azúcar, aguardiente origen, ron marques.

Atributos diferenciadores:

- Producto elaborado con ingredientes 100% natural que poseen beneficios nutricionales.
- Producto que cumple con los estándares de calidad y sea aprobado por los entes encargados.
- Realizar una excelente presentación del producto ya sea diseño de marca, logo, empaque para su comercialización y distribución.
- Uso de maquinaria industrial para el proceso de producción de las bebidas.
- Personal calificado.
- Precio accesible y competitivo.

2.3.1 Clientes. El tipo de cliente al que se dirigirá el producto es a hombres y mujeres de edades aproximadamente entre el rango de 18 a 64 años, son aquellos aptos para el consumo de vidas alcohólicas. Personas económicamente activa para trabajar.

Además personas descendentes del pacifico colombiano que estén radicados en

Cali específicamente en la comuna 15 ya sea en la zonas donde mayor presencia hay como en los barrios que pertenecen a la comuna 15 el retiro, comuneros, Ciudad Córdoba, Laureano Gómez, Vallado, Belisario Betancourt.

2.3.2 Competencia. En la tabla 1 se muestra la competencia delas bebidas del arrechon y la crema de viche que según el análisis de la oferta se identifica el aguardiente, el ron, la toma seca, en cada una de sus presentaciones ya sea, garrafa, botella, caneca, el grado de alcohol y precio.

En resumen, la competencia directa para la empresa Bebi pacifico es el aguardiente blanco sin azucar, origen y tradicional, porque son bebidas consumidas por los estratos populares en cualquier ocasión y tiene precio axequibles. Ademas tienen el proceso de produccion similar al del arrechon y la crema de viche en cuanto a la obtencion de sus principal insumo como es el viche. Tambien se encuentra en cualquier lugar ya sea bares, discotecas, supermercados y tiendas de barrio.

Tabla 1. Competencia

PRODUCTO	CARACTERISTICA	PRECIO GARRAFA	PRECIO BOTELLA	PRECIO CANECA	PRESENTACION GARRAFA	PRESENTACION BOTELLA	PRESENTACION CANECA	GRADO DE ALCOHOL	
Aguardiente blanco sin azucar	35% menos azucar, 100% puro con sabor anis	$ 55.400	$ 35.400	$ 17.800	1.500ML	750ML	375ML	29	
Aguardiente blanco tradicional	Olor dulce, anisado	$ 50.000	$ 35.000	$ 17.800	1.500ML	750ML	375ML	30	
Aguardiente origen	Denso, doblemente filtrado	$ 55.000	$ 35.400	$ 17.800	1.500ML	750ML	375ML	29	
Ron Marquez	Mezcla de finas tafias añejadas en barricas de roble.	X	$40.000	$ 23.000	1750ML	750ML	375ML	30	
Arrechon	Bebida a base de viche	x	$ 35.000	$ 17.000	x	750ML	375ML	17	
crema de viche	Cremoso, suave de color café.		$ 35.000	$ 19.000	x	750ML	375ML	17	
toma seca	Hierbas y viche.		$ 25.000	$ 12.500	x	X	375ML	20	

Fuente: Autor

2.3.3 Plan de mercadeo. Es un proceso el cual se aplica para el crecimiento del negocio ya que se analiza el mercado tanto interno como externo que es donde participa la empresa, y se toma en cuenta factores como clientes, competencia,

proveedores y los entornos ya sea económico, social, cultural. Finalmente se elaboran estrategias para mejorar y direccionar la empresa.

2.4 ESTRATEGIA DE PRECIO

El producto de las bebidas del pacifico se introducirá al mercado con un precio competitivo, basados en el análisis financiero en donde se busca la rentabilidad, pero que se ajuste al perfil del cliente potencial y a las necesidades del mercado según las conclusiones obtenidas del estudio de mercado.

Los precios planteados en el primer año para el arrechon y crema de viche se muestran en la tabla 2 el precio de venta tanto del arrechon como la crema de viche por botella es de 30.000$ cada una con un costo unitario de 12.760 y 10446 respectivamente. También el precio de venta del arrechon y la crema de viche en presentación de caneca de 15.000 pesos cada una con un costo unitario de 6.380 y 5.223 pesos respectivamente.

Tabla 2. Precio unitario

MARGENES BRUTOS			
PRODUCTOS	PRESENTACION	COSTO UNITARIO	PRECIO
Arrechon	Caneca	6.380	15.000
	Botella	12.760	30000
Crema de viche	Caneca	5.223	15000
	Botella	10.446	30000

Fuente: Autor

2.4.1 Estrategia de venta. Bebí Pacifico se centra en el buen servicio al cliente, la atención oportuna, trato rápido y eficaz en la pre-venta, venta y post-venta, fidelización de clientes y buena presentación de las personas que atienden.

Como canal de distribución o venta inicial se tendrá en cuenta el directo, el cual

permite tener un punto de venta que se ubica en el barrio ciudad córdoba de la comuna 15 de la ciudad de Cali, el cual está dispuesto a ofrecer a las personas que ingresan al punto de venta un trato y ambiente agradable que haga de su compra un buen momento. La estrategia de venta está basada en el servicio ofrecido por el personal exclusivo de Bebí Pacifico. La ambientación de un punto de venta el cual cree un ambiente familiar que haga que los clientes deseen volver.

2.4.2 Estrategia promocional. Para la estrategia promocional se requiere el uso de volante en la comuna 15 como estrategia de lanzamiento para brindar la información del producto y dónde puede ser adquirido. El producto se verá apoyado por publicidad ya sea internet, volante, radio en fechas que se planea tener un mayor flujo de clientes. También se realizaran pautas comerciales en las emisoras de Cali tales como Radio uno, La z, El sol, también avisos de prensa como el ADN, y publicidad a través de volantes, prensa, redes sociales y envío de correos electrónicos en el que se especifiquen las propiedades del producto. Además en cada volante y correo se anexará un tips saludable, con el fin de que la gente asocie el producto como un alimento saludable.

La publicidad por internet, correos y redes sociales se realiza a diario por el administrador quien se encarga de manejar estos medios. El perifoneo, volantes se realizara 2 veces al mes y lo hace el operario. En la tabla 3 se muestra los gastos de ventas de la estrategia promocional y el gasto total equivale a 340.000 pesos.

Tabla 3. Gastos de ventas

BEBIDAS DEL PACIFICO			
GASTOS DE VENTAS			
DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Volantes	100.000	1.000	100.000
Pautas en radio	120.000	1	120.000
Pauta en redes sociales	0	0	0
Evento	120.000	1	120.000
TOTAL GASTO DE VENTA			$40.000

Fuente: Autor

2.4.3 Estrategia de distribución. La empresa tendrá una distribución de forma directa al cliente a través del punto de venta, ubicado en el Barrio Ciudad Córdoba de la comuna 15, donde estará ubicado también el lugar de producción del arrechon y la crema de viche.

También, se buscaran estrategias de distribución minorista con relaciones comerciales de supermercados, restaurantes, tiendas de barrio, bares etc. Y crear la página web medio que los clientes, usuario podrán conocer la marca.

2.4.4 Políticas de servicio.

- Mantener altos niveles de calidad y servicio en la producción de las bebidas.
- Cumplir con los requisitos legales, con el fin de entregarle al cliente productos de la mejor calidad.
- Mejorar continuamente los procesos de elaboración.
- Disminuir los impactos ambientales que pueda provocar la producción de este tipo de producto.
- Fomentar la filosofía del servicio al cliente, entrenando al personal para asesorar e interactuar con el cliente de forma en que pueda comprender sus necesidades y expectativas hacia el producto.
- Hacer un riguroso seguimiento a la fecha de vencimiento de la materia prima, con el fin de brindar un producto de entera calidad.
- Mantener un Buzón de sugerencias en el punto de venta, para conocer las opiniones de los clientes.

2.5 PROVEDORES

El ingredientes principal de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano ya sea

arrechon y crema de viche, es el Borojo y existe variedad en la oferta de productores y comercializadores ubicados en Cali, permitiendo que el producto que se adquiere sea de calidad y desarrolle cadenas de valor sustentable.

Los proveedores que cumplen con los estándares de calidad de acuerdo a los requisitos exigidos desde el momento del traslado de las materia prima hasta la entrega de las misma para satisfacer la necesidad de nuestra demanda son los siguientes.

C.I. Borojo de Colombia

Pulpa de Borojo el pionero Ltda.

Comercializadora Internacional C.I. Sabe Ltda.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2 PRODUCTO

A continuación en el cuadro 3 y 4 se muestra la ficha técnica de las bebidas afro pacifico tal como el arrechon y la crema de viche.

Cuadro 1. Ficha técnica del arrechon

NOMBRE DEL PRODUCTO	Arrechon
DESCRIPCIÓN	Producto que representa la cultura del pacifico. Tiene una textura espesa y de color café.Su presentación es en caneca y botella.
INGREDIENTES	Viche: deriva de la transformación artesanal de la caña de azúcar que realizan las poblaciones rurales ribereñas y costeras de la región. Borojo: La fruta es verde a marrón. Pesa entre 740 y 1.000 gramos, de los cuales son con pulpa el 88%. Esta pulpa es ácida y densa; contiene principalmente fructosa y glucosa, y cantidades importantes de proteínas, fósforo y vitaminas B y C, así como aportes de calcio y hierro. Leche líquida: Entera tiene un contenido en grasa entre

	3,1 % Leche en polvo: se le extrae el 95 % del agua mediante procesos de atomización, y evaporación. Se presenta en un polvo color crema. Crema de leche: se le ha extraído parcialmente el agua y se presenta mucho más espesa que la leche fluida normal. Puede que contenga azúcar añadida. Kola granulada: suplemento nutricional de vitaminas y minerales, necesarios para el desarrollo de la actividad diaria y de los procesos metabólicos celulares. Vino blanco: Se produce por la fermentación alcohólica de la pulpa no coloreada de uvas que pueden tener una piel de color blanco o negro, a fin de mantener un color amarillo transparente en el producto final.
PRESENTACION Y CANTIDADES DE LOS INGREDIENTES PARA EL PROCESO DE PRODUCCION DEL ARRECHON.	

BEBIDAS DEL PACIFICO ARRECHON/

INSUMOS	CANTIDAD/UNIDADES	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANTIDAD POR UNIDAD/ MEDIDAS	VALOR	ARRECHON
Borojo	25.000	gramos	100.000	125	500	X
Crema de leche	7.000	mililitro	105.000	250	3.750	X
Viche	100.000	litros	400.000	100	400	X
Vino sanson	7.500	mililitro	110.000	65	953	X
Vino blanco	7.500	mililitro	50.000	65	433	X
Leche liquida	20.000	mililitro	40.000	450	900	X
Leche condensada	7.000	mililitro	56.000	250	2.000	X
Leche en polvo	10.000	gramos	100.000	200	2.000	X
Huevo codorniZ	9	unidades	6.000	1	667	X
Canela	1.800	gramos	20.000	10	111	X
Clavo	1.800	gramos	20.000	10	111	X
Cola granulada	1.960	gramos	60.000	33	1.010	X
Aniz estrellado	1.200	gramos	12.000	10	100	X
Azucar	12.000	gramos	35.000	100	292	X
Maizena	500	gramos	2.000	100	400	X
MOD					790	X
CIF					128	X
Etiquetas	100	unidades	50.000	1	500	X
Botellas platicos	100	unidades	40.000	1	400	X
						14.754

TEXTURA	Suave, espesa, cremosa.
COLOR	café

PRESENTACION FECHA DE DURACIÓN	750ml por botella y 375ml por caneca. 3 meses.
TIPO DE ENVASE	Botella de vidrio
MATERIAL DE BOTELLA	vidrio
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Manténgase a temperatura a 17 grados centígrados. Consérvese en un lugar fresco y seco. Evitar la luz. Consérvese frio.

Fuente: Autor

Cuadro 2. Ficha técnica de la Crema de Viche

NOMBRE DEL PRODUCTO	Crema de Viche
DESCRIPCIÓN	Producto que representa la cultura del pacifico. Tiene una textura espesa y de color amarilla. Su presentación es en caneca y botella.
INGREDIENTES	Viche: deriva de la transformación artesanal de la caña de azúcar que realizan las poblaciones rurales ribereñas y costeras de la región. Leche líquida: Entera tiene un contenido en grasa entre 3,1 % Leche en polvo: se le extrae el 95 % del agua mediante

	procesos de atomización, y evaporación. Se presenta en un polvo color crema. Crema de leche: se le ha extraído parcialmente el agua y se presenta mucho más espesa que la leche fluida normal. Puede que contenga azúcar añadida. Cola granulada: suplemento nutricional de vitaminas y minerales, necesarios para el desarrollo de la actividad diaria y de los procesos metabólicos celulares. Vino blanco: Se produce por la fermentación alcohólica de la pulpa no coloreada de uvas que pueden tener una piel de color blanco o negro, a fin de mantener un color amarillo transparente en el producto final. Maicena: es la fécula o almidón, se extrae de esa parte del grano y no del endospermo.
PRESENTACION Y CANTIDADES POR INGREDIENTE.	

BEBIDAS DEL PACIFICO CREMA DE VICHE

INSUMOS	CANTIDAD/UNIDADES	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANTIDAD POR UNIDAD/ MEDIDAS	VALOR	CREMA DE VICHE
Borojo	25.000	gramos	100.000	125	500	
Crema de leche	7.000	mililitro	105.000	250	3.750	X
Viche	100.000	litros	400.000	100	400	X
Vino sanson	7.500	mililitro	110.000	65	953	
Vino blanco	7.500	mililitro	50.000	65	433	
Leche liquida	20.000	mililitro	40.000	450	900	X
Leche condensada	7.000	mililitro	56.000	250	2.000	X
Leche en polvo	10.000	gramos	100.000	200	2.000	X
Huevo codorniZ	9	unidades	6.000	1	667	
Canela	1.800	gramos	20.000	10	111	X
Clavo	1.800	gramos	20.000	10	111	X
Cola granulada	1.960	gramos	60.000	33	1.010	
Aniz estrellado	1.200	gramos	12.000	10	100	
Azucar	12.000	gramos	35.000	100	292	X
Maizena	500	gramos	2.000	100	400	X
MOD					790	X
CIF					128	X
Etiquetas	100	unidades	50.000	1	500	x
Botellas platicos	100	unidades	40.000	1	400	X
						11.782

TEXTURA	Suave, espesa, cremosa.

COLOR	amarillo
PRESENTACION FECHA DE DURACIÓN	750ml por botella y 375ml por caneca. 3 meses.
TIPO DE ENVASE	Botella de vidrio
MATERIAL DE BOTELLA	vidrio
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Manténgase a temperatura a 17 grados centígrados.Consérvese en un lugar fresco y seco. Evitar la luz. Consérvese frio.

Fuente: Autor

3.2.1 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto.

- Definir el ámbito del proyecto

El presente proyecto tiene como fin mejorar las condiciones actual de las bebidas del pacifico por medio de la innovación comercial y de la distribución para promover el consumo de estas bebidas con una excelente marca corporativa y producto de calidad que cumplan con las exigencias de los entes encargados. Asimismo, elaborar un producto natural, el cual pueda ser consumido por cualquier persona sin preocupación de que vaya a perjudicar su salud, puesto que son bebidas a base de la futa del Borojo y el viche que es derivado de la caña de azúcar contiene hierro, calcio, vitamina c.

- Conocer el Tamaño del Proyecto

La comuna 15 de Cali es el lugar donde tendrá inicio los procesos de producción de la empresa, ya que es la comuna que cuenta con mayor presencia de personas descendientes del pacifico siendo 126.496 habitantes y hay alta concentración de personas en edad productiva entre el rango de edad 18-65 considerando que pueden generar ingresos para comprar los productos.

- Seleccionar la Maquinaria y Equipos Requeridos

La maquinaria requerida para el proceso de produccion de las bebidas autotonas del pacifico colombiano como el arrechon y la crema de viche se requiere de maquinaria indnustrializada elaborada de materiales no toxicos, de acero inoxidable y materiales lisos que permiten limpiar y desinfectar con facilidad. En la tabla 4 se detallan los costos de la maquinaria y equipo requeridos para el proceso de produccion.

Tabla 4. Costos de equipo y maquinaria

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Alambique	1	$ 900.000,00	$ 900.000,00
Licuadoras Industriales	3	$ 450.000,00	$ 1.350.000,00
trapicha	1	$ 350.000,00	$ 350.000,00
barril de roble	4	$ 236.000,00	$ 944.000,00
barril de acero	4	$ 250.000,00	$ 1.000.000,00
congelador industrial	1	$ 1.000.000,00	$ 1.000.000,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			$ 5.544.000,00

Fuente: Autor

- Definir los Edificios, Estructuras y Obras de Ingeniería Civil.

De acuerdo a la distribuccion de la planta de produccion el local cuenta con un area especifica para la atencion del cliente y en el se debe realizar una organización de su parte fisica donde debe contar con materiales resistentes, impermeables, no

absorbentes que permitan la limpieza mantenimiento y desinfeccion de las areas para llevar a cabo un proceso de produccion con calidad. Es por ello que en la tabla 5 se muestra los materiales requeridos para la planta.

Tabla 5. Adecuaciones de planta

	ADECUACIONES		
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pintura cuñetes	4	80.000	320.000
Rodillos	2	9.000	18.000
Estuco	1	16.000	16.000
Cemento	2	21.000	42.000
Mano de obra	1	15.000	15.000
TOTAL			411.000
Instalaciones y mejoras electricas			
Tubos pbc	6	8.000	48.000
Pegante de tubos	2	25.000	50.000
Mano de obra	1	60.000	60.000
Codos	3	1.500	4.500
segueta	1	5.000	5.000
Toma corriente	4	2.500	10.000
TOTAL			177.500

Fuente: Autor

3.2.2 Proceso de produccion del Arrechon. A continuación se va a describir el paso a paso que se lleva a cabo para la transformación de la materia prima y convertirla en un producto como tal, en este caso el de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano afro pacifico. La receta del arrechon y de la crema de viche es muy sencilla de preparar y permite elaborar bebidas afrodisiacas deliciosas. El proceso de elaboración del arrechon en orden cronológico comienza con:

Recepción y almacenamiento de materia prima e insumos: Inicia el proceso de descargue de materia prima debe realizarse en condiciones sanitarias, de manera que se evite el deterioro y la contaminación de la misma. La materia prima se almacena en cada una de las áreas establecidas ya sea el área de almacenamiento de la caña de azúcar, los productos que requieren de refrigeración como la leche, condimentos, vino sansón entre otros. Se requiere de dos operarios para el almacenamiento.

Extracción de jugo de la caña de azúcar: Es un proceso que se logra extraer el jugo

de la caña, que luego se transformara en alcohol. La caña se coloca en la máquina del trapiche lo cual el operario deberá darle vuelta a la manila que tiene la máquina y ese jugo caerá en los barriles de roble. Se requiere de un operario.

Fermentación: una vez obtenida el jugo de la caña el barril de roble se debe tapar durante 2 días para el proceso de fermentación. Se requiere de un operario.

Destilado: Es el proceso mediante el cual el sumo de la caña de azúcar ya fermentado llamado guarapo se vacía a los alambiques de acero en el cual se inicia el proceso de cocción por más de 2 horas, y al hervir el calor permite caer gotas de agua o sudor el cual se considera el viche. Se requiere de 2 operarios.

Organización de los ingredientes: es el proceso en donde se lava, y se tiene listo cada uno de las cantidades de los ingredientes de tal manera la fruta del Borojo, el viche, condimentos, y las leches, se trae al mesón para la mezcla. El gerente está dispuesto a realizar actividades operativas en apoyo a los operarios.

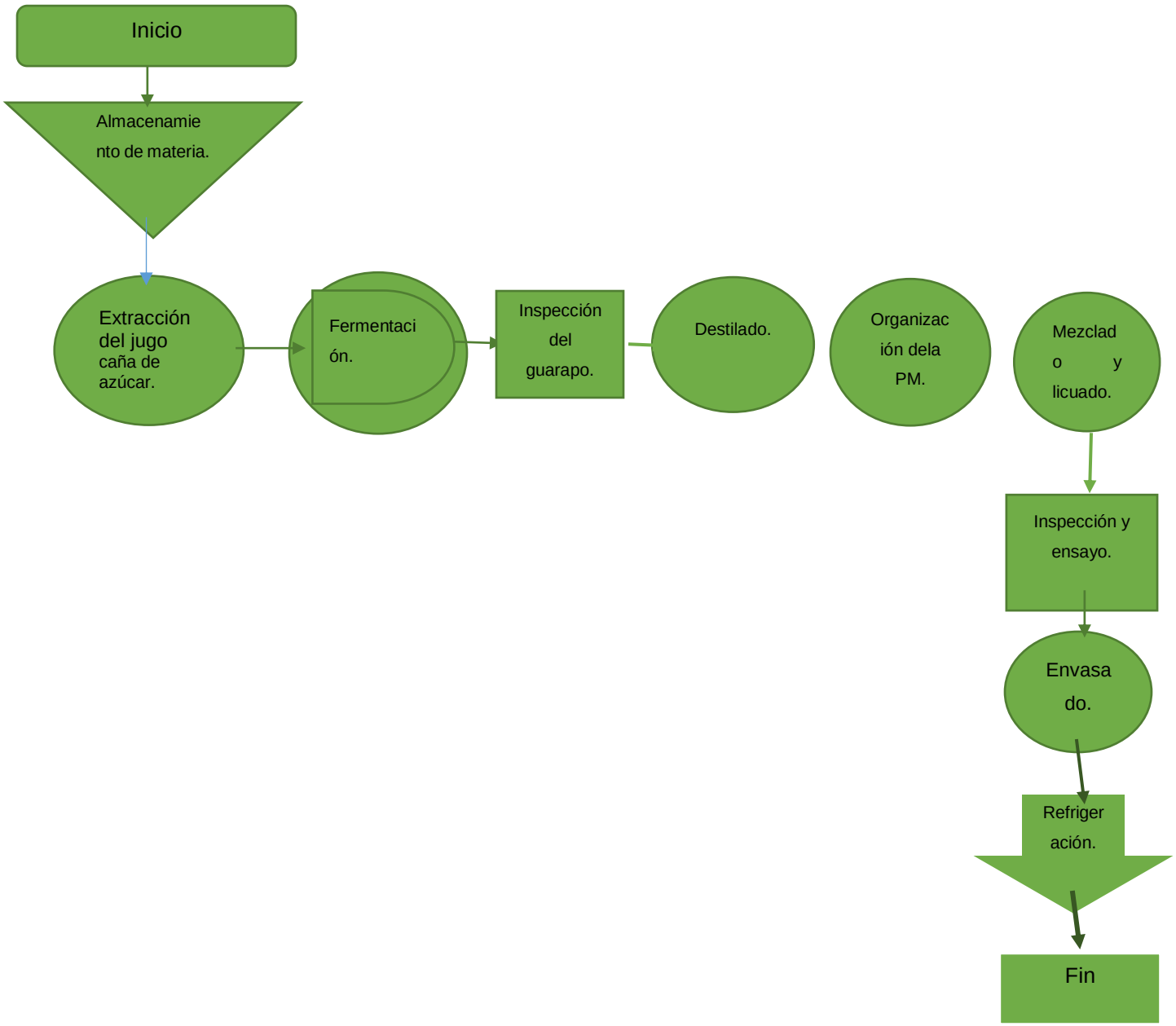
Mezclado y licuado: Una vez lista la materia prima se inicia con la mezcla del Borojo y el viche para obtener un líquido espeso el cual debe cernirse para separar los residuos de la fruta y se vacía en los barriles de acero. Luego de obtener esa mezcla en la licuadora se le adiciona los condimentos como canela, clavo, memos cada, anís, leche líquida, leche en polvo, cola granulada, vino sansón, vino blanco y se le agrega a la anterior mezcla de viche y Borojo. Actividad realizada por los 2 operarios y gerente.

Inspección y ensayo: A la mezcla homogénea se verifica que las características como sabor, olor y contextura, sean las estandarizadas y se realiza en un tiempo aproximado de 15 minutos. 1 operario se encarga de este paso.

Envasado: Una vez que se verifica de que la bebida esta perfecta en contextura y sabor se procede a envasarla en las botellas de vidrio. 1 operario supervisa que se lleve a cado bien el proceso y que la maquina embotelladora funcione.

Refrigeración: con el termina el proceso de producción ya que al estar envasado el producto terminado se transportan al congelador para ser almacenado.

Cuadro 3. Diagrama de flujo del arrechon



Fuente: Autor

3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo.

3.2.3.1 Diagrama de flujos de procesos del arrechon. En la tabla 6 se demuestra el diagrama del paso a paso para la producción del arrechon.

Tabla 6. Diagrama de flujo del proceso de producción del Arrechon

N	DETALLE DEL PROCESO	TIEMPO/MIN	DIAGRAMA
1	Recepción y almacenamiento de materia prima e insumos	12/min	
2	Extracción del jugo caña de azúcar.	45/min	
3	Fermentación.	24/horas	
4	Destilado.	2/horas	
5	Organización de la materi prima.	10/min	
6	Mezclado y licuado	20/min	
7	Inpeccion y ensayo	10/min	
8	Envasado	15/min	
9	Refrigeracion.		

Fuente: Autor

3.2.3.2 Diagrama de flujos de operación del arrechon. En la tabla 7 se muestra el diagrama de flujo de la empresa bebí pacifico el cual describe el paso a paso de las actividades requeridas para la producción del arrechon.

Con respecto a los datos de la tabla 7 se identifica que el proceso de producción del arrechon se demora 1687 minutos lo que equivale a la recepción de la caña de azúcar hasta convertirle en viche a un día y 5 horas. Pero hay que tener en cuenta que luego de obtener el viche desde el mezclado a la refrigeración del arrechon en litros el proceso solo dura 82 minutos lo que equivale a 1 hora y 22 minutos la preparación en litros pero tomando en cuenta que por el horario establecido para el

proceso de producción del arrechon de 8 horas laborales diarias.

Tabla 7. Diagrama de flujo de operación del arrechon

DESCRIPCION DEL EVENTO	TIEMPOS MINUTOS						DISTANCIA
Recepción y almacenamiento de MP	12 minutos						0Mts
Extracción del jugo caña de azúcar.	45 minutos						0,5Mts
Fermentación.	1440minutos						1Mts
Destilado	120minutos						1,5Mts
Organización de MP	10 minutos						1,5Mts
Mezclado y licuado MP	10 minutos						0,7Mts
Inspeccion y ensayo.	25 minutos						1,5Mts
Envasado	10 minutos						1,0Mts
Refrigeracion	15 minutos						1,0Mts
total	1687 minutos						

Fuente: Autor

3.2.3.3 Proceso de produccion de la crema de viche. A continuación se va a describir el paso a paso que se lleva a cabo para la transformación de la materia prima y convertirla en un producto como tal, en este caso el de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano afro pacifico. La receta del arrechon y de la crema de viche es muy sencilla de preparar y permite elaborar bebidas afrodisiacas deliciosas. El proceso de elaboración de la crema de viche en orden cronológico

comienza con:

Recepción y almacenamiento de materia prima e insumos: Inicia el proceso de descargue de materia prima debe realizarse en condiciones sanitarias, de manera que se evite el deterioro y la contaminación de la misma. La materia prima se almacena en cada una de las áreas establecidas ya sea el área de almacenamiento de la caña de azúcar, los productos que requieren de refrigeración como la leche, condimentos, vino sansón entre otros.

Extracción de jugo de la caña de azúcar: Es un proceso que se logra extraer el jugo de la caña, que luego se transformara en alcohol. La caña se coloca en la máquina del trapiche lo cual el operario deberá darle vuelta a la manila que tiene la máquina y ese jugo caerá en los barriles de roble.

Fermentación: una vez obtenida el jugo de la caña el barril de roble se debe tapar durante 2 días para el proceso de fermentación.

Destilado: Es el proceso mediante el cual el sumo de la caña de azúcar ya fermentado llamado guarapo se vacía a los alambiques de acero en el cual se inicia el proceso de cocción por más de 2 horas, y al hervir el calor permite caer gotas de agua o sudor el cual se considera el viche.

Organización de los ingredientes: es el proceso en donde se lava, y se tiene listo cada uno de las cantidades de los ingredientes de tal manera la fruta del Borojo, el viche, condimentos, y las leches, se trae al mesón para la mezcla.

Cocion: En una olla de acero se adiciona agua, canela y clavo dejar calentar, luego se le agrega maicena, se revuelve o mezcla dejando la hasta el punto de cocion.

Enfriamiento/Reposo: luego de obtener la mezcla homogenea se deja enfriar para adicionarle el viche, crema de leche y leche condensada.

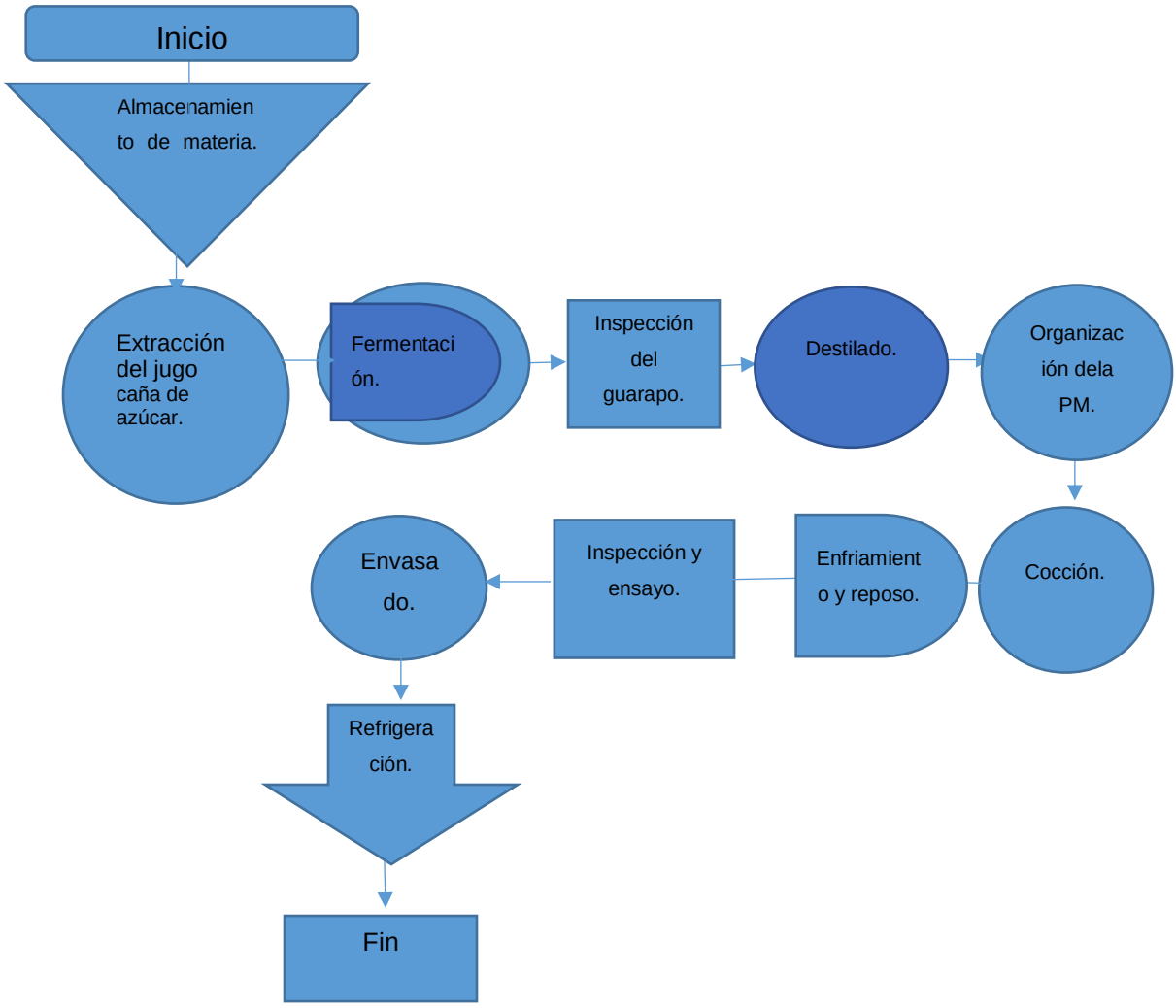
Inspección y ensayo: A la mezcla homogénea se verifica que las características

como sabor, olor y contextura, sean las estandarizadas y se realiza en un tiempo aproximado de 10 minutos.

Envasado: Una vez que se verifica de que la bebida esta perfecta en contextura y sabor se procede a envasarla en las botellas de vidrio según la presentacion caneca o botella.

Refrigeración: luego de envasado, el producto terminado es llevado a el congelador.

Cuadro 4. Diagrama de proceso de Crema de Viche



Fuente: Autor

3.2.3.4 Diagrama de flujo del proceso de producción de la crema de Viche. En la tabla 8 se muestra el diagrama del proceso general de producción de la crema de viche el cual incluye la actividad, el tiempo y el diseño gráfico que define el proceso.

Tabla 8. Diagrama de flujo de la crema de viche

N	DETALLE DEL PROCESO	TIEMPO/MIN	DIAGRAMA
1	Recepción y almacenamiento de materia prima e insumos	12/min	
2	Extracción del jugo caña de azúcar.	45/min	
3	Fermentación.	24/horas	
4	Destilado.	2/horas	
5	Organización de la materi prima.	10/min	
6	Cocion.	15/min	
	Enfriamiento.	20/min	
7	Inpeccion y ensayo.	10/min	
8	Envasado.	15/min	
9	Refrigeracion.		

Fuente: Autor

3.2.3.5 Diagrama de flujos de operaccion de la crema de viche. En la tabla 9 se muestra el diagrama de flujo de la empresa bebí pacifico el cual describe el paso a paso de las actividades y tiempo que se necesita para la producción de la crema de viche.

Tabla 9. Diagrama de flujo de operación de la crema de viche

DESCRIPCION DEL EVENTO	TIEMPOS MINUTOS						DISTANCIA
Recepción y almacenamiento de MP	12 minutos						0Mts
Extracción del jugo caña de azúcar.	45 minutos						0,5Mts
Fermentación.	1440minutos						1Mts
Destilado	120minutos						1,5Mts
Organización de MP	10 minutos						1,5Mts
Cocion.	15 minutos						0,7Mts
Enfriamiento.	20 minutos						
Inspeccion y ensayo.	25 minutos						1,5Mts
Envasado	10 minutos						1,0Mts
Refrigeracion	15 minutos						1,0Mts
total	1712 minutos						

Fuente: Autor

3.2.4 La tecnologia. La tecnología es un factor determinante dentro de un proyecto, ya que se requiere del uso de maquinaria para elaborar el producto con más eficiencia, eficacia aumentando las utilidades de la empresa. Dentro de las actividades de la empresa se utilizara diferentes maquinaria y equipo, de cómputo para el desarrollo de las mismas.

En la tabla 10 se plasma el equipo de cómputo y comunicación en la que se necesita de un computador que se ubicara en la sala y logra tomar el pedido de las personas. 1 caja registradora y la línea de internet que favorecen la prestación de un servicio de calidad.

Tabla 10. Tecnología

EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador	1	800.000	800.000
Caja registradora	1	200.000	200.000
Linea de internet	1	45.000	45.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			1.045.000

Fuente: Autor

3.2.5 Selección del equipo. Se toma en cuenta los requisitos planteados por la ley de invima para la empresa dado que al producir bebidas alcohólicas se requiere los equipos utilizados para el proceso de producción deben estar fabricados de material liso, no tóxicos e inertes. En la tabla 11se muestra la maquinaria y equipo, la cantidad y los costos que se reflejan en la inversión inicial de la empresa lo cual son necesarios para el procesos de producción de las bebidas.

Tabla 11. Maquinaria y equipo

INVERSION EN PESOS			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Mostrador de madera	1	$ 400.000,00	$ 400.000,00
Juego de mesas y sillas	2	$ 100.000,00	$ 200.000,00
Aire acondicionado	1	$ 700.000,00	$ 700.000,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			$ 1.400.000,00
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador	1	$ 800.000,00	$ 800.000,00
Caja registradora	1	$ 200.000,00	$ 200.000,00
Linea de internet	1	$ 45.000,00	$ 45.000,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			$ 1.045.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Alambique	1	$ 900.000,00	$ 900.000,00
Licuadoras industriales	2	$ 450.000,00	$ 1.350.000,00
trapiche	1	$ 350.000,00	$ 350.000,00
barril de roble	4	$ 236.000,00	$ 944.000,00
barril de acero	4	$ 250.000,00	$ 1.000.000,00
congelador industrial	1	$ 1.000.000,00	$ 1.000.000,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			$ 5.544.000,00

Fuente: Autor

3.2.6 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos.

3.2.6.1 Cálculo de cantidades de materiales productivos. En la tabla 12 se muestra los insumos, ingredientes, y cantidades de la materia prima requerida para la elaboración del arrechon y la crema de viche.

Tabla 12. Materia prima por unidad

BEBIDAS DEL PACIFICO ARRECHON/ CREMA DE VICHE							
INSUMOS	CANTIDAD/UNIDADES	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANTIDAD POR UNIDAD/ MEDIDAS	VALOR	ARRECHON	CREMA DE VICHE
Borojo	25.000	gramos	90.000	125	450	x	
Crema de leche	7.000	mlllitro	99.000	250	3.536	x	x
Viche	100.000	litros	300.000	100	300	x	x
Vino sanson	7.500	mlllitro	100.000	65	867	x	
Vino blanco	7.500	mlllitro	45.000	65	390	x	
Leche liquida	20.000	mlllitro	35.000	450	788	x	x
Leche condensada	7.000	mlllitro	50.000	250	1.786	x	x
Leche en polvo	10.000	gramos	70.000	200	1.400	x	x
Huevo codorniz	9	unidades	5.000	1	556	x	
Canela	1.800	gramos	16.000	10	89	x	x
Clavo	1.800	gramos	12.000	10	67	x	x
Cola granulada	1.960	gramos	38.000	33	640	x	
Aniz estrellado	1.200	gramos	9.000	10	75	x	
Azucar	12.000	gramos	34.000	100	283	x	x
Maizena	500	gramos	1.900	100	380		x
MOD					790	x	x
CIF					128	x	x
Etiquetas	100	unidades	50.000	1	500	x	x
Botellas platicos	100	unidades	40.000	1	400	x	x
						12.760	10.446

Fuente: Autor

Con respecto a la anterior tabla 11 se identifica cada uno de los ingredientes y se obtiene un costo por unidad de 12.760 del arrechon y 10.446 de la crema de viche en presentación de botella lo cual es necesario para conocer el negocio, e identificar la rentabilidad del negocio.

3.2.6.2 Calculo de otros materiales requeridos. En la tabla 13 se muestra los gastos de administración que tiene la empresa Bebí Pacifico pero no se relaciona

con la función de fabricación del producto dando como resultado gastos por 1.013.000.

Tabla 13. Parámetros de gastos

PARAMETROS DE GASTOS			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACION			
servicio de energia	1	80.000	80.000
Arriendo	1	500.000	500.000
Servicio de agua	1	60.000	60.000
Servcio de gas	1	25.000	25.000
servicio telefonico	1	55.000	55.000
linea de internet	1	50.000	50.000
transporte de materia prima	1	105.000	105.000
total gastos			**875.000**
Implementos de aseo			0
limpido	2	16.000	32.000
jabon liquido	2	17.000	34.000
jabon en barra	8	2.000	16.000
ambientador	2	9.000	18.000
Total implementos de aseo	14		**100.000**
Papeleria			
Block carta	1	26.000	26.000
Boligrafos	1	12.000	12.000
Total papeleria			**38.000**
Total gastos de administracion			1.013.000

Fuente: Autor

3.2.6.3 Personal. La empresa cuenta con 4 cargos 2 administrativos y 2 cargos operativos. Cada cargo establecido se logra cumplir con los procesos de producción que se requieren para la elaboración del arrechon y la crema de viche. El talento humano de la empresa deberá tener un excelente estado de salud para poder manipular los productos que se requieren en el proceso de producción. En la tabla 14 se muestra los cargos y salarios del personal que tiene la empresa para la elaboración de las bebidas.

Tabla 14. Cargos y Salarios

CARGOS Y SALARIOS	
Area administrativa	
Administrador	1.474.000
Contador	771.500
Derecho auxilio	2
Area operativa	771.500
Operario 1	771.500
Operario 2	2
Derecho auxilio	2

Fuente: Autor

En la tabla 15 se resume lo que se requiere para el proceso de producción tanto del Arrechon como la crema de viche. Se muestra el personal, el área, la cantidad y la maquinaria.

Tabla 15. Resumen de requerimientos para la producción

REFERENCIA	CANTIDAD	MEDIDA	AREA	ARRECHON	CREMA DE VICHE
borojo	$ 25.000	gramos	produccion	x	
crema de leche	$ 7.000	mililitro	produccion	x	x
viche	$ 100.000	litros	produccion	x	x
vino zanzon	$ 7.500	mililitro	produccion	x	
vino blanco	$ 7.500	mililitro	produccion	x	
leche liquida	$ 20.000	mililitro	produccion	x	
leche condensada	$ 7.000	mililitro	produccion	x	x
leche en polvo	$ 10.000	gramos	produccion	x	x
huevo de codorni	$ 9	unidades	produccion	x	
canela	$ 1.500	gramos	produccion	x	x
clavo	$ 1.500	gramos	produccion	x	x
cola granulada	$ 1.950	gramos	produccion	x	x
anis estrellado	$ 1.200	gramos	produccion	x	x
azucar	$ 12.000	gramos	produccion	x	
maicena	$ 500	gramos	produccion		x
MAQUINARIA					
tratiche	1		produccion	x	x
embotelladora	1		produccion	x	x
alambique	1		produccion	x	x
licuadora industrial	3		produccion	x	x
barril de roble	4		produccion	x	x
barril de acero	4		produccion	x	x
congelador industrial			produccion	x	x
EQUIPAMIENTOS					
mostrador de madera	1		admi/produccion	x	x
juego de macetas y sillas	3		admi/produccion	x	x
aire acondicionado	1		admi/produccion	x	x
caja registradora	1		admi/produccion	x	x
PERSÓNAL					
gerente	1		admi/produccion	x	x
operario 1	1		admi/produccion	x	x
operario 2	1		admi/produccion	x	x
contador	1		administracion	x	x

Fuente: Autor

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se planteó ubicar la empresa Bebí pacifico en la ciudad de Cali, en el sector de la comuna 15 específicamente en el barrio morichal contemplando que es un sector comercial, también se tuvo en cuenta vías de acceso para trabajadores, proveedores. Las generalidades del sector y la localidad de la comuna 15 el cual se evidencia que el estrato que prevalece en esa zona es el 1, que cuenta con una población aproximada de 126.496 habitantes, en el sector económico predomina la

actividad comercial por encima de la servicio e industrial.

3.3.1 Macro Localización. La ubicación geográfica de la empresa bebidas del pacifico colombiano será en la ciudad de Cali capital del valle que se ha convertido en el nodo y desarrollo para el suroccidente colombiano ya que se encuentra cerca de la ciudad de Buenaventura donde se forjan lazos para el desarrollo de la economía dado que por este puerto es donde se mueve casi el 80% de la producción del país.

También se ubicara en esta ciudad porque en ella prevalece la diversidad cultural de sus pueblos y es el acopio de los afrodecendiente convirtiéndose en la capital negra de país debido al alto porcentaje de afro en esta ciudad. Por esta razón es el lugar perfecto para la creación de una empresa que produzca estas bebidas del pacifico.

Cali es considerada como una de las ciudades más importantes del país por eso está en constante cambio y su urbanización permite su desarrollo y cuenta con todos los requerimiento mínimo.

3.3.2 Micro localización. Los determinantes para elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, donde se ubicará definitivamente el local comercial para la producción y comercialización de las bebidas del pacifico se tuvo en cuenta que las instalaciones debe cumplir con los requisitos de ubicarse en un lugar aislado de cualquier foco de insalubridad y contaminación. Con el fin de no poner en riesgo la salud y el bienestar de la comunidad.

Transporte: La direccion donde estará ubicada la planta de producción de la empresa Bebi es Cl. 54 #42-d-40, Cali. Es un sector que cuenta con vias y carreteras en buen estado entre ellas esta la avenida simon bolivar y la avenida ciudad de Cali. Ademas hay servicvico de transporte masivo y transita la ruta P52D la cual es petroncal y tiene recorrido desde el centro a ciudad cordoba. Tambien esta la ruta

del mio P12A y su recorrido es universidades-nuevo latir, andres sanin-centro empresa. La P14A es petroncal y va de universidades a Andres sanin. Igualmente funciona el tranporte de priratas, gipetos y taxi convirtiendose en una ventaja positiva brindandole la comodidad para el acceso tanto de clientes externos como internos en la utilizacion de cualquier medio de transporte.

Servicios públicos: Este es un factor muy importante puesto que en el sector donde se ubicara la empresa es un sector de estrato2-3, y por ende se convierte en una ventaja competitiva ya que nos permite tener un nivel de gastos moderado o asequible posibilitando llevar a cabo nuestros procesos de producción y no elevando los gastos frente a la utilidad esperada. También el barrio tiene acceso a todos los servicios públicos: internet, energía, agua, alcantarillado etc.

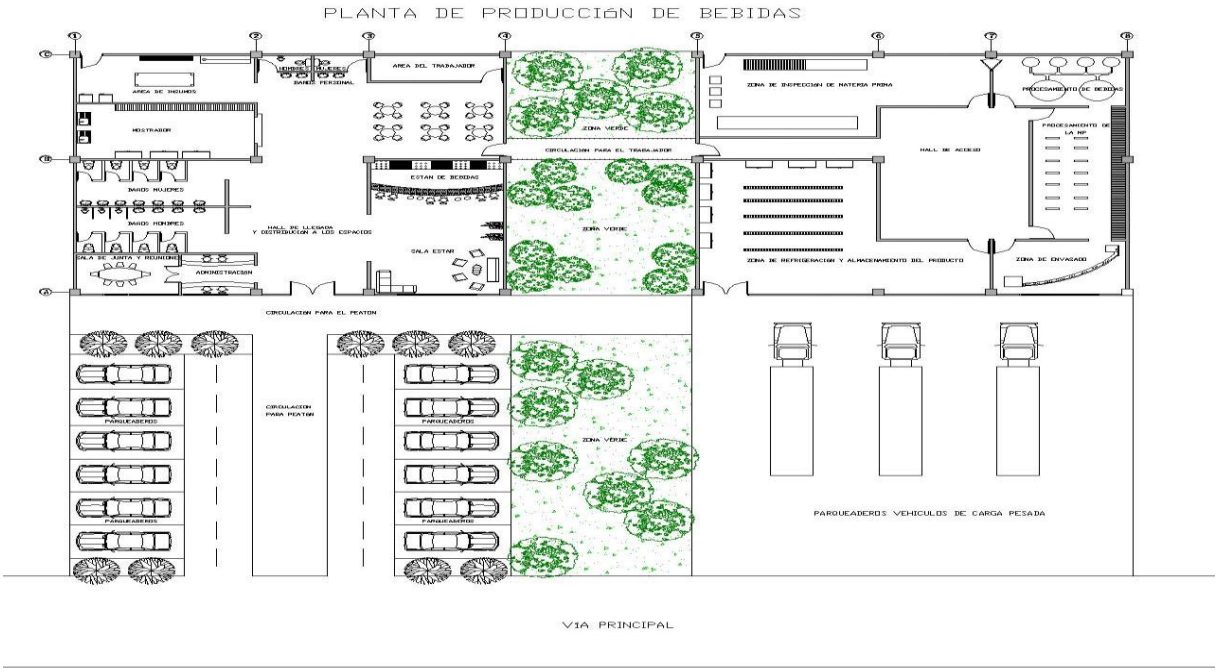
Mano de obra: teniendo en cuenta la capacidad instalada de la planta que es de 29.000 litros de arrechon y 29000 de la crema de viche y la demanda del proyecto que son 126.496 iniciando se requieren de 2 operarios quienes estaran a carrgo del procesodede produccion tanto del arrechon y crema de viche del proyecto. Es necesario que sena personas capacitadas y conocedora de todo el proceso de produccion. El salrio sera del minimo vigente mas prestaciones de ley. Por otro lado, el personal adminsitrativo estara conformado por el gerente el cual ara tareas de apoyo para la parte operativa y su propio cargo. Ademas un contador externo que devengara honorarios por presatacion de servicio.

3.3.3 Instalaciones. El diseño de las instalaciones de la empresa Bebí pacifico se tomó en cuenta lo planteado en la reglamentación invima en donde cada área debe tener el tamaño adecuado para la instalación, operación y mantenimiento de equipo, circulación del personal y el traslado de materia prima. Además la edificación debe facilitar las operaciones de limpieza, desinfección según el plan de saneamiento.

A continuacion se presenta el plano de la distribuccion de la planta de produccion de las bebidas autoctonas del pacifico definiendo cada una de las areas para el

proceso.

Foto 4. Plano de la planta de producción de la empresa Bebí Pacifico S.a.s



Fuente: Autor

La foto 4 muestra la distribución interna, que tendrá los equipos, muebles y enseres dentro del área de operaciones de Bebi Pacifico, la cual estará distribuida de la siguiente manera:

Zona de almacenamiento y refrigeracion: esta área tiene un espacio de 2 mts de largo por 1 mt. de ancho, está dispuesta para albergar la materia prima en su mayoría fruta del borjo, caña de azucar, condimentos, y otros productos necesarios para iniciar el proceso de producción. El tamaño del almacen o esta en proporcion a la cantidad de insumo y productos utilizados para el proceso de elaboracion.

Área de procesamiento: posee una adecuada separacion de esta area que es donde se realizan operaciones de elaboracion la cual es suceptible de contaminantes. Esta área tiene un espacio de 2 mts de Largo por 1.20mts de ancho, en ella se encuentran los elementos necesarios para iniciar el procesamiento de la caña, y el mexclado de los demas ingredientes y demas productos, tiene un área de envasado, inspeccion y procesamiento de materia prima. Cuenta con barriles de roble y acero en los cuales se encuentra el guarapo o viche para la elaboración de productos. Los pisos deben ser resistentes, no absorbentes, no deslizantes. Las paredes deben ser de materiales resistentes, impermeables, no absorbentes y de fácil limpieza y desinfección. El techo debe evitar la acumulación de suciedad, condensación, formación de mohos y hongo. Las ventanas y otras aberturas en las paredes deben estar construidas para evitar la acumulación de polvo, suciedades y facilitar la limpieza; aquellas que se comuniquen con el ambiente exterior, estarán provistas de barreras físicas de fácil limpieza y buena conservación, donde se requiera.

Baños: esta área cuenta con 2mts de largo por 80 cm de ancho, es de uso casi que exclusivo del personal, salvo cuando un cliente lo solicite. Hay dos baños independientes para mujer y hombres separados del area de elaboracion y dotados con elementos de aseo y limpieza personal.

Área de atención al cliente: esta parte del local cuenta con 4,40 mts de ancho por 1 mt de largo, se ubica la nevera principal que contiene los productos exhibidos y la caja registrado donde se realizara el pago del producto por parte del cliente.

Sala de ventas: esta cuenta 2mts de largo por 4.40 mts de ancho, se ubican en esta área las mesas y sillas donde el cliente consumirá el producto.

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

En el tamaño del proyecto se define la capacidad de producción de la empresa

productora y comercializadora de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano arrechon y crema de viche. Su proyección durante su vida útil de proyecto para atender la demanda efectiva de acuerdo a los recursos económicos y financieros de los inversionistas para la adquisición de sus instalaciones y disponibilidad de recursos.

El tamaño del proyecto se define con base en la oferta y la demanda del proyecto resultado del proceso de investigación de mercado, junto con el análisis del macro entorno y micro entorno.

Teniendo en cuenta la maquinaria y el tiempo de fermentación y destilación (2 veces por lote) la capacidad es de 29.000.000 mililitros por mes, lo que equivale a 20.300.000 para la presentación de una botella y 8.700.000 mililitros para la Presentación de botella, distribuidas así:

Tabla 16. Capacidad instalada

PRODUCTO	TOTAL CAPCIDAD INSTALADA	BOTELLAS	LITROS	PARTICIPACION PRODUCCION
ARRECHON	29000000	750	24200000	50%
CREMA DE VICHE	29000000	350	4800000	50%
		1100	29000000	100%

Fuente: Autor

La capacidad productiva de la empresa estará dada en litros lo cual permite cumplir con la presentación del producto que es en caneca y botella. La tabla 16 muestra que por cada bebida se requiere de la producción de 8 horas de 2420000 litros para el arrechon y 4800000 litros de crema de viche lo cual se cumple con la capacidad instalada de la empresa.

4. ORGANIZACIÓN Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

4.1.1 Misión. Reconocer la cultura del pacifico colombiano, a través de la producción de las bebidas alcohólicas típicas, implementando procesos productivos de calidad, sin alterar su receta y garantizar la entrega oportuna a los consumidores, ofreciendo productos que cumplan con las bunas prácticas de manufactura generando valor y logrando satisfacer las necesidades del consumidor.

4.1.2 Visión. Ser en el año 2027 la empresa líder en la producción y la comercialización de bebidas autóctonas del Pacifico Colombiano, reconocida local y nacional por su innovación, calidad y compromiso al ofrecer los productos que aporta reconocimiento a la cultura del pacifico.

4.1.3 Valores corporativos. Son aquellos elementos que construyen la cultura organizacional destacando características competitivas, condiciones del entorno, competencias y las expectativas de los clientes y propietarios. Sin embargo los valores deben estar proyectados según las necesidades de la empresa, es por ello que bebidas autóctonas se plantean los siguientes:

- Liderazgo: ser pionero en produccir bebidas del pacifico con los requerimientos exigidos por los entes encargados permitiendo que nuestro empleados se sientan seguros en el negocio.
- Excelencia: se busca el mejoramiento continuo en todos los procesos para el desarrollo de la actividad de la empresa.
- Respeto: se escucha y se entiendo al otro, buscando un excelente clima laboral para entablar buenas relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- Confianza: se les brinda seguridad a los clientes que los productos sean de calida y cumplan con la estandarizacion del producto.

- Trabajo en Equipo: se busca la cooperacion, coordinacion de todos los que participan en los diferentes procesos para el logro de los objetivos de la empresa.

4.1.4 Filosofia de trabajo. La empresa bebidas del pacifico está comprometida con mantener viva la cultura afro dándole reconocimiento a uno de sus elementos más importante de la cultura y esto se refleja en cada uno de los productos. Los clientes potenciales son lo más importantes y se quiere satisfacer sus necesidades de adquirir las bebidas en el mercado de calidad, con mayor facilidad.

4.1.5 Competencias organizacionales.

- Servicio al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Compromiso.
- Creatividad.
- Innovación.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

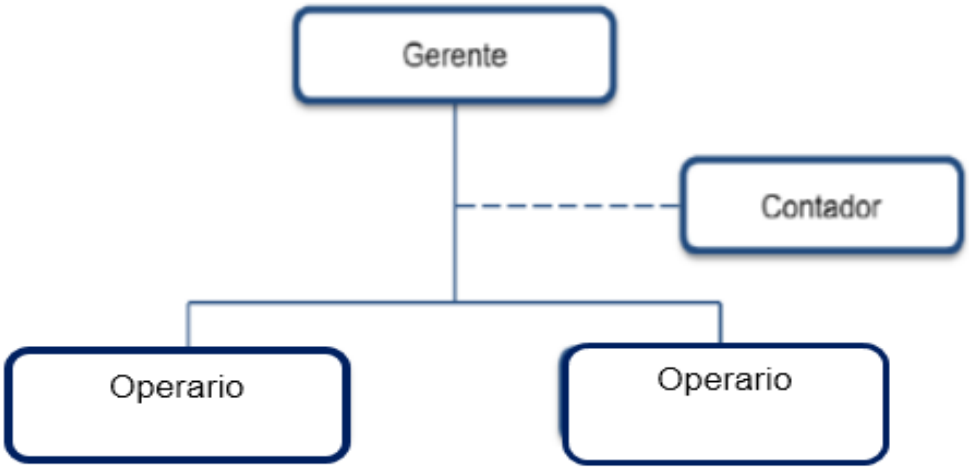
La empresa Bebí pacifico presenta la estructura de un organigrama funcional el cual posibilita organizar el trabajo de cada colaborador por medio de la asignación de funciones que deben ser cumplidas para lograr el éxito del negocio.

El organigrama es vertical basándose en la estructura jerárquica piramidal, donde hay un cargo administrativo el cual es el gerente y en el recae toda la responsabilidad de la empresa por ser la autoridad máxima. También consta de dos cargos operativos (2) en los que se incluyen los dos operarios quienes por su ubicación jerárquica disminuyen la responsabilidad.

Por tanto, la representación gráfica es de arriba hacia abajo. A continuación se

muestra la ilustración 9 que representa la estructura del organigrama de la empresa Bebí pacifico.

Grafico 11. Organigrama



Fuente: Autor

MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

Cuadro 5. Manual funciones Gerente

Nombre del cargo	GERENTE
Cargo bajo su responsabilidad	2 operarios y contador
Objetivo del cargo	planear, organizar, dirigir, controlar, coordinar, las actividades para el proceso de produccion de la empresa.
Funciones	vender el arrechon y la crema de viche. -Realizar nuevas alianzas estrategicas en el mercado. -Supervisar al personal y evaluar desempeño. supervisar cada uno de los procesos en la produccion del arrechon y la crema de viche. -Administrar y representar legalmente a la empresa. -Desarrolar nuevas estrategias para crear alianzas de distribucion y comercializacion del arrechon y crema de viche. - brindar induccion y capacitacion a personal a cargo sobre la manipulacion de alimentos.
Estudios	Administrador de empresas con conocimiento en seguridad industrial.

Fuente: Autor

Cuadro 6. Manual de funciones Contador

Nombre del cargo	Contador
Cargo bajo su responsabilidad	0
Objetivo del cargo	Calcular utilidades o pérdidas, costos y gastos de la empresa.
Funciones	Velar por elcumplimiento de las normas internacionales Integral informe de estados financieros -Presentar informes de manera clara información contable. Asesorar al gerente para el conocimiento de los estados finanacieros.
Estudios	Contador publico con tarjeta profesional.
Experiencia	Dos años de experiencia en el sector real. Preferiblemente en alimentos.
Habilidades y competencias	Habilidades de comunicación, calidad humana Manejo de programas contables.

Fuente: Autor

Cuadro 7. Manual de funciones operario

Nombre del cargo	Operario
Cargo bajo su responsabilidad	0
Objetivo del cargo	Encargado de cumplir con el proceso de produccion del arrechon y la crema de viche.
Funciones	- Pesar y aplicar todos los insumos al proceso de produccion del arrechon y la crema de viche. -Colocar a funcionar la maquinaria en el proceso de produccion y luego apagarlas. - Velar por la calidad en cada uno de los proceos. -Realizar las actividades de envase, limipieza de los empaques, tapado, etiquetato de las bebidas. - Informar al jefe cuando se presente una anomalía. -Responder por los elementos asignados como maquinaria materiales e insumos. - Asear su lugar de trabajo y llevar control de los
Estudios	Bachiller, curso manipulación de alimentos.
Experiencia	Un año de experiencia.
Habilidades y competencias	Trabajo en equipo. -

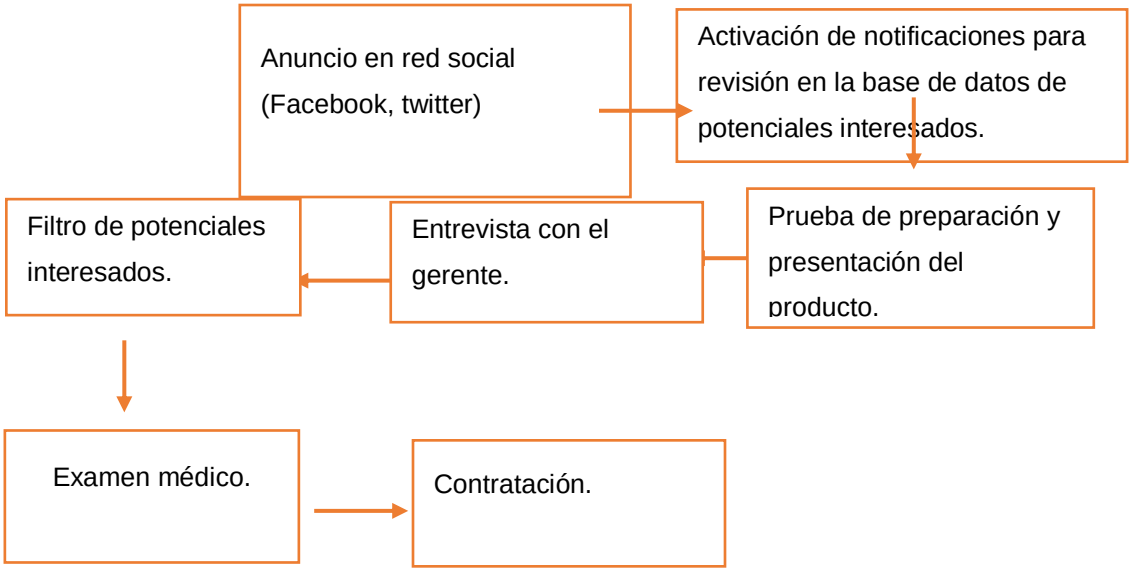
Fuente: Autor

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL

La empresa al inicio de su actividad utilizara el programa de reclutamiento por internet, o de las redes sociales siendo un método muy efectivo en la búsqueda de candidatos. El reclutamiento a través de Internet implica el uso de Internet como un canal por el que se pueden ofrecer los puestos y proporcionar información respecto al proceso de presentación de las candidaturas.

El cual consiste en que el gerente crea una página web, rede sociales corporativa como Facebook, instagram, twitter y realiza publicaciones de la oferta de trabajo. Este no tiene ningún costo puesto que el acceso a las redes sociales no lo tiene.

Cuadro 8. Gastos de administración



Fuente: Autor

4.4 PROCESO DE SELECCION DE PERSONAL

Después de hacer el reclutamiento de las personas idóneas para ocupar los cargos

descrito de acuerdo a los perfiles establecidos se da inicio al proceso de selección, y se tendrá en cuenta lo siguiente: en primer lugar la hoja de vida formato minerva 10-03, 2 investigar antecedentes, 3 prueba de selección, 4 entrevista y por último examen físico. El proceso de selección lo realiza el gerente puesto es quien más conoce la empresa, y lo hace bajo el criterio de atraer a su personal al más indicado para cumplir los procesos de calidad en la producción de las bebidas.

1. Hoja de vida o solicitud de empleo: por medio de este documento, la empresa se hace una idea del candidato y analiza si cumple con el perfil descrito del cargo en cuanto a experiencia, escolaridad, funciones y habilidades.

2. Investigación de antecedentes: en esta etapa se verifica la autenticidad de los documentos entregados como carta laboral, fotocopia de cedula de ciudanía etc. Y que no exista ningún antecedente judicial.

3. Pruebas y entrevista de selección: para este caso se aplica la preparación y presentación de las bebidas. Además se le realiza una serie de preguntas que le determinan si es o no el indicado para ocupar el cargo.

4. Examen físico: es la última etapa del proceso y es importante porque la persona seleccionada debe tener un estado de salud apto para manipular los productos.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Se tomara en cuenta lo estipulado en la ley de contratación laboral donde se presenta cada una de las prestaciones sociales entre ellas están los riesgos laborales, horas extras, prima de servicios, cesantías, vacaciones con el fin de cumplir con lo que se plantea en OIT dándole calidad de vida a los trabajadores.

El proceso de contratación se realiza entre la empresa y el trabajador, por medio de un contrato de trabajo por escrito, en el que se defina las características laborales,

funciones, forma de pago, remuneración, duración, tipo de contrato, entre otras. La duración del contrato será por tiempo indefinido para los operarios y gerente, mientras que el contador es por prestación de servicio. El contrato debe ser firmado por el Gerente y el trabajador, también especificar todas las prestaciones sociales que requiere el empleado para desempeñar su labor (ARL, Salud, Pensión, subsidio de transporte, entre otros).

4.6 PROCESO DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

Para que los trabajadores logren desempeñar de manera efectiva sus funciones, la empresa contara con un plan de capacitación continuo y permanente para el personal desde el momento de su vinculación. Se utilizara los métodos de capacitación en temas higiénicos sanitarios, en el manejo de los mismos, además de las tareas específicas del proceso. La capacitación estaría bajo la responsabilidad del gerente de la empresa o podrá ser efectuada por personas autorizadas.

El proceso no tiene ningún costo dado que es dirigido por el gerente y el planea unos talleres, y charlas alusivos al tema. Luego realiza la citación de los colaboradores a la planta de producción donde a través de juegos, diapositivas y clase magistral se les trasmite todo el conocimiento. La capacitación se realiza una vez al año en las instalaciones de la planta de producción ya que hay un espacio idóneo para realizar.

4.7 ASPECTOS LEGALES EN EL PROYECTO DE GRADO

4.7.1 Creación de la empresa.

- Documento de constitución

Por regla general las sociedades civiles y comerciales se constituyen por escritura pública, que debe contener los requisitos del artículo 110 del código de comercio.

Sin embargo, la ley 1014 de 2006, permitió la creación de sociedades comerciales por documento privado, siempre que al momento de su constitución cuenten con menos de 10 trabajadores y/o con activos totales, excluida la vivienda, inferiores a 500 SMLMV. Cuando se realicen aportes de bienes inmuebles, deberán necesariamente constituirse por escritura pública.

- Decreto numero 1686 del 2012 establece el relgamento que grantizara la calidad de bebidas alcoholicas lo cual establece los requisitios sanitarios que deben cumplir las empresas que producscan y distribuyan estas bebdias, para proteger la salud humana. Tambien pemite que las empresas y establecimientos cumplan ciertos requisitos y procedimientos para asi obtener la certificacion de Buenas Prácticas de Manufactura –BPM.

En la tabla 17 se muestra los gastos de constitución en la empresa que se refleja en la inversión inicial del proyecto.

Tabla 17. Gastos de constitución

GASTO DE CONSTITUCION			
Registro invima	1	2.600.000	2.600.000
Camara de comercio	1	350.000	350.000
Registro mercantil	1	95.000	95.000
Inscripcion en industria y comercio	1	35.000	35.000
TOTAL GASTO DE CONSTITUCION			**3.080.000**

Fuente: Autor

TIPO DE SOCIEDAD

La empresa Bebí Pacifico es de tipo S.A.S sociedad por acciones simplificadas la cual se crea por documento privado y se autentica ante la macara de comercio por medio del registro mercantil.

IMPLICACIONES TRIBURARIAS

Al crear la empresa Bebi Pacifico se transforma en una persona juridica de regimen comun. El impuesto sobre las ventas se realiza con la solicitud del RUT. En la tabla 18 se evidencia las implicaciones tributarias proyectadas a 5 años donde toma en cuenta los parmetros economicos como el IVA, impuesto de renta, el ICA, el INC y el IPC.

Tabla 18. Parámetros económicos

PARAMETROS ECONOMICOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC (%)	4.62%	3.38%	3.38%	3.38%	3.38%
TRM	3045.55	3073.33	3.073.33	3.073.33	3.073.33
Variación de la TRM	1.49%	0.91%	0.00%	0.00%	0.00%
Incremento porcentual en pesos	4.62%	3.38%	3.38%	3.38%	3.38%
Incremento porcentual en Costos	4.62%	3.38%	3.38%	3.38%	3.38%
Incremento porcentual en Unidades	3.27%	3.27%	3.27%	3.27%	3.27%
IMPUESTO DE RENTA	33.00%	33.00%	33.00%	33.00%	33.00%
IVA	19.00%	19.00%	19.00%	19.00%	19.00%
INC (%)	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%	8.00%
ICA tarifa por 1000	0.0066	0.0066	0.0066	0.0066	0.0066
RESERVA LEGAL	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO AÑO 2016	3.000.71				
DESCUENTO	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Fuente: Autor

IMPLICACIONES LABORALES

Con respecto a las obligaciones laborales se hace el tramite en la Administración de riesgos laborales (ARL). Luego se afilia a los empleados a una promotora de salud y pension. Ademas registrar a los empleados al fondo de cesantías, Caja de compensación familiar y realizar el programa de seguridad industrial. En la tabla 19 se muestra los parametros laborales desde el contrato con cada uno de ellos

incluyendo las responsabilidades de la empresa con ellos.

Tabla 19. Parámetros laborales

NOMINA ADMINISTRACION EN PESOS																	
CARGOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	17.688.000	18.285.854	18.903.916	19.542.869	20.203.418
Contador	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	9.261.594	9.574.636	9.898.259	10.232.820	10.578.689
TOTAL	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	26.949.594	27.860.491	28.802.175	29.775.689	30.782.107
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																	
Personas con auxilio	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	26.949.594	27.860.491	28.802.175	29.775.689	30.782.107
AUXILIO DE TRANSPORTE	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458	2.384.416
CESANTIAS	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443	2.762.771
INTERESS A CESANTIAS	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	290.371	300.186	310.332	320.821	331.665
PRIMAS	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443	2.762.771
VACACIONES	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	1.122.451	1.160.389	1.199.611	1.240.157	1.282.075
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSION (%)	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	3.233.951	3.343.259	3.456.261	3.573.083	3.693.853
CAJA DE COMPENSACION	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	1.077.984	1.114.420	1.152.087	1.191.028	1.231.284
ARL (%)	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	140.889	145.599	150.520	155.608	160.867
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	39.740.323	41.083.546	42.472.170	43.907.729	45.391.810
DATOS AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	26.949.594	27.860.491	28.802.175	29.775.689	30.782.107
AUXILIO DE TRANSPORTE	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458	2.384.416
CESANTIAS													0	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443
INTERESS A CESANTIAS													0	290.371	300.186	310.332	320.821
PRIMAS						1.209.397						1.209.397	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443	2.762.771
VACACIONES												1.122.451	1.122.451	1.160.389	1.199.611	1.240.157	1.282.075
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSION (%)	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	3.233.951	3.343.259	3.456.261	3.573.083	3.693.853
CAJA DE COMPENSACION	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	1.077.984	1.114.420	1.152.087	1.191.028	1.231.284
ARL (%)	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	140.889	145.599	150.520	155.608	160.867
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	4.000.223	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	5.122.674	37.031.158	40.991.976	42.377.505	43.809.865	45.290.638

Fuente: Autor

IMPLICACIONES SANITARIAS

El decreto numero 1686 del 2012 es aquel reglamento tecnico de los requisitos sanitaarios que deben de cumplir las empresas que fabrican, elaboran, envasen, almaceenn y distribuyan bebidas alcoholicas con el objetivo de proteger la vida y salud de los consumidores. Esta ley controla que cada uno de los procesos cumpla con la norma establecida.

5. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

Este capítulo tiene como objetivo realizar el análisis financiero de la empresa bebidas del pacifico que su razón social es producir y comercializar bebidas autóctonas como lo es arrechon y la crema de viche en la ciudad de Cali, determinando su viabilidad al momento de invertir o no en él.

Por lo anterior, se debe tomar en cuenta la información recopilada en los capítulos técnico, mercadeo y de ingeniería lo cual, requiere realizar análisis tanto de la inversión, depreciación, amortización, balances, proyecciones de los costos de producción, ventas y gastos dado que, son los resultados de aquellos análisis quien le define a los inversionistas de invertir o no; ya que por esas estimaciones realizadas se identifica si generara utilidades o no.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Básicamente son aquellos recursos que se consideran necesarios cuando se proyecta una idea de negocio lo que permitiría el funcionamiento. Entre los recursos ya sean tangibles o intangibles se tiene en cuenta a los activos fijos muebles y enseres, maquinaria y equipo, publicidad, capital de trabajo entre otros.

De acuerdo a los resultados de la tabla de inversión que se realizó, se obtuvo que la inversión inicial será de 23.609.601 millones lo cual se financiara por medio de un préstamo al banco.

A propósito en la tabla 20 está plasmado cada uno de los recursos tomados en cuenta para realizar la inversión inicial.

Tabla 20. Inversión inicial

INVERSION EN PESOS			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Mostrador de madera	1	350.000	350.000
Juego de mesas y sillas	3	90.000	270.000
Aire acondicionado	1	600.000	600.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**1.220.000**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador	1	800.000	800.000
Caja registradora	1	200.000	200.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**1.000.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Alambique	1	900.000	900.000
Licuadoras industriales	3	550.000	1.650.000
congelador industrial	1	1.000.000	1.000.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**3.550.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**5.770.000**
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTO DE CONSTITUCION			
Registro Invima	1	2.600.000	2.600.000
Camara de comercio	1	350.000	350.000
Registro mercantil	1	95.000	95.000
Inscripcion en industria y comercio	1	35.000	35.000
TOTAL GASTO DE CONSTITUCION			**3.080.000**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Recipiente para alimentos	3	25.000	75.000
Cernidor industrial	3	26.000	78.000
Embudo de acero	3	20.000	60.000
Utencilios para mezclar	4	12.000	48.000
Telefono	1	50.000	50.000
Cuchillos	3	30.000	90.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**401.000**
ACTIVOS INTANGIBLES			
Cg1	1	100.000	100.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**100.000**
ADECUACIONES			
Pintura y otros	1	411.000	411.000
Instalaciones y mejoras electricas	1	177.500	177.500
TOTAL ADECUACIONES			**588.500**
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Pautas en redes	0	0	**0**
Volantes	1	100.000	100.000
Pautas en radio	1	120.000	120.000
Evento	1	120.000	120.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			**340.000**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**4.509.500**
CAPITAL DE TRABAJO			
Gasto de administracion	2	747.000	1.494.001
Nomina	2	5.683.050	11.366.101
Gasto de venta	2	235.000	470.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**13.330.101**
TOTAL INVERSION			**23.609.601**
% DE INVERSION A FINANCIAR			30,00%
INVERSION A FINANCIAR			**7.082.880**
Meses a Diferir			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			**375.792**

Fuente: Autor

5.2 DEPRECIACIÓN

La depreciación hace referencia a la pérdida de valor de un bien material o inmaterial debido al uso que se le da, por lo tanto al transcurso del tiempo se desgasta, envejece en términos financieros disminuyendo su valor de vida útil. Gracias a eso, desde el momento de la inversión la empresa tiene premisas sobre el tiempo útil de sus recursos y en el tiempo que se cumpla pueda ser reemplazado. La empresa bebidas autóctonas del pacifico colombiano la depreciación de muebles y enseres y maquinaria y equipo fue de 5 años que es el tiempo que se estipula su duración de usos, equipo y cómputo y muebles y enseres su depreciación es de 3 años. En la tabla 21 se muestra la depreciación en pesos de la empresa.

Tabla 21. Depreciación

DEPRECIACION EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	33.889	406.667	406.667	406.667		
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	27.778	333.333	333.333	333.333		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	59.167	710.000	710.000	710.000	710.000	710.000
TOTAL		120.833	1.450.000	1.450.000	1.450.000	710.000	710.000
MESES DEL AÑO	12						

Fuente: Autor

5.3 BALANCE INICIAL

5.3.1 Balance inicial sin financiación. Al momento de constituir la empresa de las bebidas autóctonas del pacifico colombiano se tuvo en cuenta los activos, pasivos y patrimonio que es lo plasmado en el balance inicial de la empresa. En la

tabla 22 y 23 se muestra el balance inicial de la empresa Bebí Pacifico con y sin financiación.

Tabla 22. Balance inicial sin financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
Activos corrientes	
Caja bancos	13.330.101
Cuentas por cobrar o deudores	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**13.330.101**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1.220.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.550.000
(-) Depreciacion Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**5.770.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	4.509.500
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**4.509.500**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**10.279.500**
TOTAL ACTIVOS	**23.609.601**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por Pagar o Acreedores	0
Cesantias Por Pagar	0
Intereses a las Cesantias Por Pagar	0
Impuesto de renta por Pagar	0
IVA / INC por pagar	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIETNES	
Obligaciones financieros	0
Leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital social	23.609.601
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**23.609.601**
PASIVO + PATRIMONIO	**23.609.601**

Fuente: Autor

Tabla 23. Balance inicial con financiación

BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
Activos corrientes	
Caja bancos	13.330.101
Cuentas por cobrar o deudores	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**13.330.101**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1.220.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.550.000
(-) Depreciacion Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**5.770.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	4.509.500
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**4.509.500**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**10.279.500**
TOTAL ACTIVOS	**23.609.601**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por Pagar o Acreedores	0
Cesantias Por Pagar	0
Intereses a las Cesantias Por Pagar	0
Impuesto de renta por Pagar	0
IVA / INC por pagar	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIETNES	
Obligaciones financieros	7.082.880
Leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**7.082.880**
TOTAL PASIVOS	**7.082.880**
PATRIMONIO	
Capital social	16.526.721
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**16.526.721**

Fuente: Autor

5.4 AMORTIZACIÓN EN PESOS

El valor total de la inversión a financiar es el 100% gracias a un préstamo recibido por el banco bajo la modalidad de crédito para Pyme con una tasa efectiva anual del 24,00%, cuota fija a 60 meses por valor de $194.030. En la tabla 24 se muestra la amortización en pesos dela empresa Bebí Pacifico.

Tabla 24. Amortización en pesos

AMORTIZACION EN PESOS								
			No. Cuota	Cuota	Interes	Amortización	Saldo	
VALOR PRESTAMO	7.068.089		0				7.068.089	
TEA (%)	24.00%		1	194.030	127.845	66.185	7.001.904	
TASA NOMINAL MES (%)	21.71%		2	194.030	126.648	67.382	6.934.522	
TASA MENSUAL (%)	1.81%		3	194.030	125.429	68.601	6.865.921	
MESES DEL AÑO	12		4	194.030	124.188	69.842	6.796.079	
NUMERO CUOTAS	60		5	194.030	122.925	71.105	6.724.974	
			6	194.030	121.639	72.391	6.652.583	
			7	194.030	120.329	73.701	6.578.882	
			8	194.030	118.995	75.034	6.503.849	
			9	194.030	117.635	76.391	6.427.458	
			10	194.030	116.257	77.772	6.349.686	
			11	194.030	114.850	79.179	6.270.506	
			12	194.030	113.418	80.611	6.189.895	
			13	194.030	111.960	82.069	6.107.826	
			14	194.030	110.476	83.554	6.024.272	
			15	194.030	108.965	85.065	5.939.207	
			16	194.030	107.426	86.604	5.852.603	
			17	194.030	105.859	88.170	5.764.433	
			18	194.030	104.265	89.765	5.674.668	
			19	194.030	102.641	91.389	5.583.279	
			20	194.030	100.988	93.042	5.490.237	
			21	194.030	99.305	94.725	5.395.513	
			22	194.030	97.592	96.438	5.299.075	
			23	194.030	95.847	98.182	5.200.893	
			24	194.030	94.072	99.958	5.100.935	
			25	194.030	92.264	101.766	4.999.169	
			26	194.030	90.423	103.607	4.895.562	
			27	194.030	88.549	105.481	4.790.081	
			28	194.030	86.641	107.389	4.682.692	
			29	194.030	84.699	109.331	4.573.361	
			30	194.030	82.721	111.309	4.462.053	
			31	194.030	80.708	113.322	4.348.731	
			32	194.030	78.658	115.372	4.233.359	
			33	194.030	76.571	117.458	4.115.901	
			34	194.030	74.447	119.583	3.996.318	
			35	194.030	72.284	121.746	3.874.572	
			36	194.030	70.082	123.948	3.750.624	
			37	194.030	67.840	126.190	3.624.434	
			38	194.030	65.557	128.472	3.495.961	
			39	194.030	63.233	130.796	3.365.165	
			40	194.030	60.868	133.162	3.232.003	
			41	194.030	58.459	135.571	3.096.433	
			42	194.030	56.007	138.023	2.958.410	
			43	194.030	53.510	140.519	2.817.891	
			44	194.030	50.969	143.061	2.674.830	
			45	194.030	48.381	145.648	2.529.182	
			46	194.030	45.747	148.283	2.380.899	
			47	194.030	43.065	150.965	2.229.934	
			48	194.030	40.334	153.696	2.076.238	
			49	194.030	37.554	156.476	1.919.763	
			50	194.030	34.724	159.306	1.760.457	
			51	194.030	31.842	162.187	1.598.270	
			52	194.030	28.905	165.121	1.433.149	
			53	194.030	25.922	168.107	1.265.041	
			54	194.030	22.882	171.148	1.093.893	
			55	194.030	19.786	174.244	919.649	
			56	194.030	16.634	177.395	742.254	
			57	194.030	13.426	180.604	561.650	
			58	194.030	10.159	183.871	377.779	
			59	194.030	6.833	187.197	190.582	
			60	194.030	3.447	190.582	(0)	
					4.673.691	7.068.089		
			ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	
		INTERES	1.450.162	1.239.395	978.045	553.970	252.113	4.673.691
		AMORTIZACION	878.194	1.088.960	1.350.311	1.674.385	2.076.238	7.068.089
			2.328.356	2.328.356	2.328.356	2.328.356	2.328.356	

Fuente: Autor

5.5 LEASING FINANCIERO

Tabla 25. Leasing financiero

LEASING FINANCIERO EN PESOS								
			No. Cuota	Cuota	Interes	Amortizacion	Saldo	
VALOR ACTIVO	3.550.000		0				3.550.000	
% OPCION DE COMPRA	10.00%		1	79.172	42.458	36.714	3.513.286	
VALOR OPCIONAL DE COMPRA	355.000		2	79.172	42.019	37.153	3.476.133	
DTF (%)	5.56%		3	79.172	41.575	37.598	3.438.535	
SPREAD (%)	9.26%		4	79.172	41.125	38.047	3.400.488	
TEA (%)	15.33%		5	79.172	40.670	38.502	3.361.986	
TASA NOMINAL MES (%)	14.35%		6	79.172	40.210	38.963	3.323.023	
TASA MENSUAL (%)	1.20%		7	79.172	39.744	39.429	3.283.594	
MESES DEL AÑO	12		8	79.172	39.272	39.900	3.243.694	
NUMERO CUOTAS	60		9	79.172	38.795	40.378	3.203.316	
VP OPCION DE COMPRA	173.950		10	79.172	38.312	40.860	3.162.456	
VALOR PARA CALCULO CUOTA	3.376.050		11	79.172	37.823	41.349	3.121.107	
			12	79.172	37.329	41.844	3.079.263	
			13	79.172	36.828	42.344	3.036.919	
			14	79.172	36.322	42.851	2.994.068	
			15	79.172	35.809	43.363	2.950.705	
			16	79.172	35.291	43.882	2.906.823	
			17	79.172	34.766	44.407	2.862.417	
			18	79.172	34.235	44.938	2.817.479	
			19	79.172	33.697	45.475	2.772.004	
			20	79.172	33.153	46.019	2.725.985	
			21	79.172	32.603	46.569	2.679.416	
			22	79.172	32.046	47.126	2.632.289	
			23	79.172	31.482	47.690	2.584.599	
			24	79.172	30.912	48.260	2.536.339	
			25	79.172	30.335	48.838	2.487.501	
			26	79.172	29.751	49.422	2.438.080	
			27	79.172	29.160	50.013	2.388.067	
			28	79.172	28.561	50.611	2.337.456	
			29	79.172	27.956	51.216	2.286.240	
			30	79.172	27.344	51.829	2.234.411	
			31	79.172	26.724	52.449	2.181.962	
			32	79.172	26.096	53.076	2.128.886	
			33	79.172	25.462	53.711	2.075.175	
			34	79.172	24.819	54.353	2.020.822	
			35	79.172	24.169	55.003	1.965.819	
			36	79.172	23.511	55.661	1.910.158	
			37	79.172	22.846	56.327	1.853.831	
			38	79.172	22.172	57.000	1.796.831	
			39	79.172	21.490	57.682	1.739.149	
			40	79.172	20.800	58.372	1.680.777	
			41	79.172	20.102	59.070	1.621.707	
			42	79.172	19.396	59.777	1.561.930	
			43	79.172	18.681	60.492	1.501.438	
			44	79.172	17.957	61.215	1.440.223	
			45	79.172	17.225	61.947	1.378.276	
			46	79.172	16.484	62.688	1.315.588	
			47	79.172	15.735	63.438	1.252.150	
			48	79.172	14.976	64.197	1.187.954	
			49	79.172	14.208	64.964	1.122.989	
			50	79.172	13.431	65.741	1.057.248	
			51	79.172	12.645	66.528	990.720	
			52	79.172	11.849	67.323	923.397	
			53	79.172	11.044	68.128	855.268	
			54	79.172	10.229	68.943	786.325	
			55	79.172	9.405	69.768	716.557	
			56	79.172	8.570	70.602	645.955	
			57	79.172	7.726	71.447	574.508	
			58	79.172	6.871	72.301	502.207	
			59	79.172	6.006	73.166	429.041	
			60	79.172	5.131	74.041	355.000	
					1.566.344	3.195.000		
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
		INTERES	479.332	407.145	323.888	227.864	117.115	1.556.344
		AMORTIZACION	470.737	542.924	626.181	722.205	832.954	3.195.000
			950.069	950.069	950.069	950.069	950.069	

Fuente: Autor

5.6 PARÁMETROS ECONÓMICOS

Tabla 26. Parámetros económicos

PARAMETROS ECONOMICOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC (%)	4,62%	3,38%	3,38%	3,38%	3,38%
TRM	3045,55	3073,33	3.073,33	3.073,33	3.073,33
Variacion de la TRM	1,49%	0,91%	0,00%	0,00%	0,00%
Incremento porcentual en pesos	4,62%	3,38%	3,38%	3,38%	3,38%
Incremento porcentual en Costos	4,62%	3,38%	3,38%	3,38%	3,38%
Incremento porcentual en Unidades	3,27%	3,27%	3,27%	3,27%	3,27%
IMPUESTO DE RENTA	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
IVA	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA tarifa por 1000	0,0066	0,0066	0,0066	0,0066	0,0066
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TASA REPRESENTATIVA DEL MERCADO AÑO 2015	3.000,71				
DESCUENTO	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Fuente: Autor

Tabla 27. Parámetros laborales

PARAMETROS LABORALES	
SMMLV	771.800
AUXILIO DE TRANSPORTE	85.981
CESANTIAS	8,33%
INTERESS A CESANTIAS	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD (%)	0,00%
PENSION (%)	12,00%
CAJA DE COMPENSACION	4,00%
ARL (%)	0,5226%
ARL PRODUCCION %	2,54%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Autor

Tabla 28. Cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS	
Area administrativa	
Gerente	1.474.000
Contador	771.800
Derecho auxilio	2
Area operativa	771.800
Operario 1	771.800
Operario 2	2
Derecho auxilio	**2**

Fuente: Autor

Tabla 29. Recaudos

RECAUDOS	
CONTADO	100,00%
CREDITO	0,00%
PLAZO(DIAS)	0

Fuente: Autor

Tabla 30. Pagos

PAGOS	
CONTADO	100,00%
CREDITO	0,00%
PLAZO(DIAS	0

Fuente: Autor

Tabla 31. Registro mercantil

REGISTRO MERCANTIL	
LIMITE INFERIOR	5.164.019
LIMITE SUPERIOR	6.639.453
PROMEDIO	5.901.736
PORCENTAJE A APLICAR	1,61%
VALOR A PAGAR	95.000

Fuente: Autor

Tabla 32. Márgenes Brutos

MARGENES BRUTOS			
ITEM	**COSTO SIN IVA**	**MARGEN**	**PRECIO DE VENTA SIN IVA**
Arrechon	14.754	107%	30.469
Crema de viche	11.782	182%	33.215

Fuente: Autor

5.7 PROYECCIÓN DE GASTOS Y ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

Incluye todo lo relacionado con los gastos de ventas que cumple con la labor de comercializar el producto y son egresos responsables directamente del área. En la empresa bebidas del pacifico los gastos de ventas se reflejan en la mercadotecnia y publicidad que se requiere para la comercialización del mismo.

Los gastos de administración y ventas se proyectan desde el año 1 hasta el año 5, para el primer año se proyectan mes a mes y se puede observar en la tabla 33.

5.7.1 Proyección de nómina. En la tabla 34 se proyecta la nómina administrativa, ventas y producción a 5 años. Estas representan los gastos que se realizarán para el buen funcionamiento de la empresa Bebí Pacifico S.A.S. Todas estas proyecciones tienen en cuenta las prestaciones de ley.

5.7.2 Nómina administrativa y ventas. Son distribuciones necesarias para el funcionamiento normal de la unidad de producción y comercialización, la proyección de los gastos de nómina están representados en los salarios del administrador y

contador con las prestaciones sociales y parafiscales de ley, se encuentra en la tabla 36.

5.7.3 Nómina de Producción. Está proyección de nómina de producción es necesaria para el funcionamiento normal de la producción, está representado en el salario de los 2 operarios de producción, con las respectivas, prestaciones sociales y parafiscales de ley, se encuentra en la tabla 35.

Tabla 33. Gasto en pesos

GASTO S EN PESO S																
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACION																
nergia	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000	576.000	595.469	615.596	636.403
	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	3.600.000	3.721.680	3.847.473	3.977.517
agua	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	432.000	446.602	461.697	461.697
as	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	180.000	186.084	192.374	198.876
onico	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	660.000	682.308	705.370	729.212
met	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000	620.280	641.245	662.188
e materia prima	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	105.000	1.260.000	1.302.588	1.346.615	1.790.999
s de aseo	100.000		100.000		100.000		100.000		100.000		100.000		600.001	620.281	641.247	763.084
	38.000		38.000		38.000		38.000		38.000		38.000		228.001	235.707	243.674	263.168
STO S DE ADMIN STRACION	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	8.136.002	8.410.999	8.695.290	9.483.142
edes sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.001	1.240.561	1.282.492	1.282.492
adio	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.001	1.488.673	1.538.990	1.538.990
	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	180.000	186.084	192.374	192.374
STO S VENTA S	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	2.820.001	2.915.317	3.013.855	3.013.855
EPRECIACION	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	1.450.000	1.450.000	1.450.000	710.000
FERIDO S	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	4.509.500			
. ESTADO DE RESULTADO S	1.478.625	1.340.625	1.478.625	1.340.625	1.478.625	1.340.625	1.478.625	1.340.625	1.478.625	1.340.625	1.478.625	1.340.625	16.915.503	12.776.316	13.159.145	13.206.997
. FLUJO DE CAJA	982.000	844.000	982.000	844.000	982.000	844.000	982.000	844.000	982.000	844.000	982.000	844.000	10.956.003	11.326.316	11.709.145	12.496.997

Fuente: Autor

Tabla 34. Nomina de administración

NOMINA ADMINISTRACION EN PESOS																
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	1.474.000	17.688.000	18.285.854	18.903.916	19.542.869
	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	9.261.594	9.574.636	9.898.259	10.232.820
	2.245.800	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**2.245.800**	**26.949.594**	**27.860.491**	**28.802.175**	**29.775.689**
ESTADO DE RESULTADOS																
n auxilio	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	26.949.594	27.860.491	28.802.175	29.775.689
TRANSPORTE	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458
	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443
A CESANTIAS	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	24.198	290.371	300.186	310.332	320.821
	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	201.566	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443
ES	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	93.538	1.122.451	1.160.389	1.199.611	1.240.157
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6)	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	3.233.951	3.343.259	3.456.261	3.573.083
OMPENSACION	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	1.077.984	1.114.420	1.152.087	1.191.028
	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	140.839	145.599	150.520	155.608
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	3.311.694	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**3.311.694**	**39.740.323**	**41.083.546**	**42.472.170**	**43.907.729**
FLUJO DE CAJA																
	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	2.245.800	26.949.594	27.860.491	28.802.175	29.775.689
TRANSPORTE	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458
													0	2.418.794	2.500.549	2.585.068
A CESANTIAS													0	290.371	300.186	310.332
						1.209.397						1.209.397	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443
ES												1.122.451	1.122.451	1.160.389	1.199.611	1.240.157
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6)	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	269.496	3.233.951	3.343.259	3.456.261	3.573.083
OMPENSACION	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	89.832	1.077.984	1.114.420	1.152.087	1.191.028
	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	11.737	140.839	145.599	150.520	155.608
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	2.790.826	**2.790.826**	**2.790.826**	**2.790.826**	**2.790.826**	**4.000.223**	**2.790.826**	**2.790.826**	**2.790.826**	**2.790.826**	**2.790.826**	**5.122.674**	**37.031.158**	**40.991.976**	**42.377.505**	**43.809.865**

Fuente: Autor

Tabla 35. Nomina de producción

NOMINA DE PRODUCCION EN PESOS

	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	A
1	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	9.261.594	9.574.636	9.898.259	10.232.820	10
2	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	9.261.594	9.574.636	9.898.259	10.232.820	10
	1.543.599	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**1.543.599**	**18.523.189**	**19.149.272**	**19.796.518**	**20.465.640**	**21**
AL ESTADO DE RESULTADOS																	
con auxilio	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
S	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	18.523.189	19.149.272	19.796.518	20.465.640	21
DE TRANSPORTE	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458	2
IAS	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	1.716.874	1.774.905	1.834.896	1.896.916	1
S A CESANTIAS	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	206.107	213.074	220.276	227.721	
	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	1.716.874	1.774.905	1.834.896	1.896.916	1
ONES	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	64.291	771.491	797.567	824.525	852.394	
%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
N (%)	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	2.222.783	2.297.913	2.375.582	2.455.877	2
COMPENSACION	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	740.928	765.971	791.861	818.626	
	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	470.489	486.392	502.832	519.827	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	2.371.357	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**2.371.357**	**28.456.280**	**29.418.102**	**30.412.434**	**31.440.374**	**32**
AL FLUJO DE CAJA																	
S	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	1.543.599	18.523.189	19.149.272	19.796.518	20.465.640	21
DE TRANSPORTE	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458	2
IAS													0	1.716.874	1.774.905	1.834.896	1
S A CESANTIAS													0	206.107	213.074	220.276	
						858.437						858.437	1.716.874	1.774.905	1.834.896	1.896.916	1
ONES												771.491	771.491	797.567	824.525	852.394	
%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
N (%)	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	2.222.783	2.297.913	2.375.582	2.455.877	2
COMPENSACION	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	740.928	765.971	791.861	818.626	
	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	39.207	470.489	486.392	502.832	519.827	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	2.003.744	**2.003.744**	**2.003.744**	**2.003.744**	**2.003.744**	**2.862.182**	**2.003.744**	**2.003.744**	**2.003.744**	**2.003.744**	**2.003.744**	**3.633.672**	**26.533.298**	**29.353.105**	**30.345.240**	**31.370.909**	**32**

Fuente: Autor

5.8 COSTOS

En la siguiente tabla 36 se representa el costo por producto de producción para el arrechon y la crema de viche por la utilización de materiales, mano de obra directa y los CIF. Se tiene en cuenta la materia prima que se requiere para la producción de las dos bebidas que se producirán en la empresa.

Por otro lado, en la siguiente tabla 37 se toma en cuenta la proyección de ventas y costos en cuanto a los precios fijos y previstos durante el desarrollo del proyecto estableciendo las políticas y las condiciones de venta que se utilizarán para unidades de producción.

Tabla 36. Costos

BEBIDAS DEL PACIFICO ARRECHON/ CREMA DE VICHE							
INSUMOS	CANTIDAD/UNIDADES	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANTIDAD POR UNIDAD/ MEDIDAS	VALOR	ARRECHON	CREMA DE VICH
o	25.000	gramos	100.000	125	500	X	
a de leche	7.000	mililitro	105.000	250	3.750	X	X
e	100.000	litros	400.000	100	400	X	X
sanson	7.500	mililitro	110.000	65	953	X	
blanco	7.500	mililitro	50.000	65	433	X	
e liquida	20.000	mililitro	40.000	450	900	X	X
e condensada	7.000	mililitro	56.000	250	2.000	X	X
e en polvo	10.000	gramos	100.000	200	2.000	X	X
o codomiZ	9	unidades	6.000	1	667	X	
la	1.800	gramos	20.000	10	111	X	X
	1.800	gramos	20.000	10	111	X	X
granulada	1.960	gramos	60.000	33	1.010	X	
estrellado	1.200	gramos	12.000	10	100	X	
ar	12.000	gramos	35.000	100	292	X	X
ena	500	gramos	2.000	100	400		X
					790	X	X
					128	X	X
etas	100	unidades	50.000	1	500	X	x
las platicos	100	unidades	40.000	1	400	X	X
						14.754	11

Fuente: Autor

Tabla 37. Proyección de ventas y costos en pesos

	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	A
VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
UNIDADES																	
n	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	1.500	1.549	1.600	1.652	
le viche	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	1.500	1.549	1.600	1.652	
	250	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**250**	**3.000**	**3.098**	**3.199**	**3.304**	
PRECIO DE VENTA																	
n	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	30.469	31.499	32.564	33.664	
le viche	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	33.215	34.337	35.498	36.698	
COSTO UNITARIO																	
n	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	14.754	15.253	15.768	16.301	
le viche	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	11.782	12.181	12.592	13.018	
VENTAS TOTALES																	
n	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	3.808.653	45.703.839	48.791.719	52.088.225	55.607.452	59.
le viche	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	4.151.831	49.821.975	53.188.088	56.781.625	60.617.951	64.
	7.960.485	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**95.525.814**	**101.979.807**	**108.869.849**	**116.225.403**	**124.**
COSTOS TOTALES																	
n	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	1.844.277	22.131.322	23.626.577	25.222.855	26.926.982	28.
le viche	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	1.472.793	17.673.515	18.867.588	20.142.335	21.503.208	22.
	3.317.070	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**3.317.070**	**39.804.838**	**42.494.164**	**45.365.190**	**48.430.190**	**51.**
COSTOS UNITARIO SIN MOD SIN CIF																	
n	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.127	14.605	15.099	15.609	
le viche	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	10.864	11.231	11.611	12.003	
COSTOS TOTALES SIN MOD SIN CIF																	
n	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	1.765.929	21.191.144	22.622.877	24.151.343	25.783.075	27.
le viche	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	1.357.986	16.295.837	17.396.830	18.572.208	19.826.999	21.
	3.123.915	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**3.123.915**	**37.486.981**	**40.019.707**	**42.723.551**	**45.610.074**	**48.**
PORMEDIO	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	31.842	32.918	34.031	35.181	
PROMEDIO	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.268	13.717	14.180	14.660	

Fuente: Autor

5.9 IVA, RECAUDOS Y PAGO EN PESOS

Tabla 38. IVA, Recaudo y Pago en pesos

IVA EN PESOS																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	2.666.748	32.000.975	34.163.051	36.471.203	38.935.300	41.565.8
	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	586.083	7.033.000	7.508.170	8.015.443	8.556.989	9.135.1
	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	2.080.665	24.967.975	26.654.882	28.455.760	30.378.312	32.430.7
DE CAJA					8.322.658				8.322.658				16.645.317	17.769.921	18.970.507	20.252.208	21.620.5
GUIENTE													0	8.322.658	8.884.961	9.485.253	10.126.1
FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	8.322.658	0	0	0	8.322.658	0	0	0	16.645.317	26092579,3	27.855.467	29.737.461	31.746.6
	12																
POR AÑO MES	8																
AR POR AÑO MESES	4																

RECAUDO EN PESOS																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	168.426.186	179.805.533	191.953.700	204.922.632	218.767.7
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
CAUDOS	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	14.035.515	168.426.186	179.805.533	191.953.700	204.922.632	218.767.7
	12																
UDADOS	11																

PAGO EN PESOS																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	37.015.792	39.516.683	42.186.541	45.036.782	48.079.5
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	3.084.649	37.015.792	39.516.683	42.186.541	45.036.782	48.079.5

Fuente: Autor

5.10 ESTADO DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIACIÓN

En la siguiente tabla 39 se plasma las proyecciones de los estados financieros de la empresa bebí pacifico. Sin acceder a préstamos bancarios, los resultados obtenidos son positivos dado que las ventas en el primer año son de $95.525.814, y se observa un aumento en los ingresos por ventas a partir del segundo año en adelante con utilidades que al quinto año llegan a ventas de $124.077.918.

En la tabla 40 el estado de resultado con financiación en pesos se observa que al financiar el proyecto el primer año registra ganancias netas por $39.888.359 y al paso del año dos hubo aumento en las utilidades incrementando a $49.189.029 y para el quinto año se obtendrán utilidades por $66.310.295 reflejado en el estado de resultados proyectado a 5 años.

Tabla 39. Estado de resultado sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS

GRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
tas	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	95.525.814	101.979.807	108.869.849	116.225.403	124.077.9
scuentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
oluciones																	
NTAS NETAS	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	95.525.814	101.979.807	108.869.849	116.225.403	124.077.9
V	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	39.804.838	42.494.164	45.365.190	48.430.190	51.702.2
LIDAD BRUTA EN VENTAS	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	4.643.415	55.720.976	59.485.642	63.504.660	67.795.213	72.375.6
RESOS																	
mina	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	39.740.323	41.083.546	42.472.170	43.907.729	45.391.8
sto de administracion	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	8.136.002	8.410.999	8.695.290	9.483.142	9.803.6
sto de ventas	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	2.820.001	2.915.317	3.013.855	3.013.855	3.115.7
sos de depreciacion	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	1.450.000	1.450.000	1.450.000	710.000	710.0
sos diferidos	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	4.509.500	0	0	0	
	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	630.470	673.067	718.541	767.088	818.9
TAL EGRESOS	4.842.858	4.704.858	4.842.858	4.704.858	4.842.858	4.704.858	4.842.858	4.704.858	4.842.858	4.704.858	4.842.858	4.704.858	57.286.296	54.532.928	56.349.856	57.881.814	59.840.1
LIDAD OPERACIONAL	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(1.565.320)	4.952.714	7.154.804	9.913.399	12.535.5
os ingresos y egresos																	
stos financieros prestamos													0				
stos financieros leasing													0				
TAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
LIDAD NETA ANTES DEL IMPUESTO	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(1.565.320)	4.952.714	7.154.804	9.913.399	12.535.5
PUESTO DE RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.634.396	2.361.085	3.271.422	4.136.7
LIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTO	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(1.565.320)	3.318.318	4.793.718	6.641.978	8.398.8
SERVA LEGAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	331.832	479.372	664.198	839.8
LIDAD DEL EJECICIO	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(199.443)	(61.443)	(1.565.320)	2.986.487	4.314.347	5.977.780	7.558.9
LIDAD ACUMULADA													(1.565.320)	1.421.167	5.735.513	11.713.293	19.272.2
SERVA LEGAL ACUMULADA													0	331.832	811.204	1.475.401	2.315.2

Fuente. Autor

Tabla 40. Estado de resultado con financiación

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESO $

	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO
	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	95.525.814	101.979.807	108.869.849	116.225
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	7.960.485	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**7.960.485**	**95.525.814**	**101.979.807**	**108.869.849**	**116.225**
	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	39.804.838	42.494.164	45.365.190	48.430
EN VENTAS	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**4.643.415**	**55.720.976**	**59.485.642**	**63.504.660**	**67.795**
	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	3.311.694	39.740.323	41.083.546	42.472.170	43.907
acion	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	8.136.002	8.410.999	8.695.290	9.483
	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	2.820.001	2.915.317	3.013.855	3.013
acion	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	120.833	1.450.000	1.450.000	1.450.000	710
	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	375.792	4.509.500	0	0	
	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	52.539	630.470	673.067	718.541	767
S	**4.842.858**	**4.704.858**	**4.842.858**	**4.704.858**	**4.842.858**	**4.704.858**	**4.842.858**	**4.704.858**	**4.842.858**	**4.704.858**	**4.842.858**	**4.704.858**	**57.286.296**	**54.532.928**	**56.349.856**	**57.881**
ACIONAL	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(1.565.320)**	**4.952.714**	**7.154.804**	**9.913**
egresos																
s prestamos	128.112	126.913	125.691	124.448	123.182	121.893	120.581	119.245	117.885	116.500	115.091	113.656	1.453.197	1.241.989	980.092	655
s leasing													0			
IGRESOS Y EGRESOS	**128.112**	**126.913**	**125.691**	**124.448**	**123.182**	**121.893**	**120.581**	**119.245**	**117.885**	**116.500**	**115.091**	**113.656**	**1.453.197**	**1.241.989**	**980.092**	**655**
ANTES DEL IMPUESTO	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(1.565.320)**	**4.952.714**	**7.154.804**	**9.913**
ENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.634.396	2.361.085	3.271
DESPUES DE IMPUESTO	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(1.565.320)**	**3.318.318**	**4.793.718**	**6.641**
L	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	331.832	479.372	664
IECICIO	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(199.443)**	**(61.443)**	**(1.565.320)**	**2.986.487**	**4.314.347**	**5.977**
ULADA													(1.565.320)	1.421.167	5.735.513	11.713
L ACUMULADA													0	331.832	811.204	1.475

Fuente: Autor

5.11 FLUJO DE CAJA CON Y SIN FINANCIACIÓN

Son las fluctuaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, durante un periodo determinado para una empresa. Lo cual, constituye la liquidez de una empresa necesaria para su funcionamiento. En la tabla 41 se evidencia el flujo de caja sin financiación a 5 años.

Tabla 41. flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS																
S	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	95.525.814	101.979.807	108.869.849	116.225.403
ADO	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	18.149.905	19.376.163	20.685.271	22.082.827
GRESOS	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	113.675.719	121.355.970	129.555.121	138.308.229
	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	4.000.223	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	5.122.674	37.031.158	40.991.976	42.377.505	43.809.865
Administracion	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	8.136.002	8.410.999	8.695.290	9.483.142
Ventas	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	2.820.001	2.915.317	3.013.855	3.013.855
DO	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	7.122.526	7.603.744	8.117.475	8.665.914
AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	3.675.793	0	0	0	3.675.793	0	0	0	7.351.586	11.524.072	12.302.671	13.133.874
													0			
e renta													0	0	1.634.396	2.361.085
													0	630.470	673.067	718.541
	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	39.804.838	42.494.164	45.365.190	48.430.190
TOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESOS	7.683.440	7.545.440	7.683.440	7.545.440	11.359.233	8.754.837	7.683.440	7.545.440	11.359.233	7.545.440	7.683.440	9.877.287	102.266.110	114.570.743	122.179.448	129.616.465
CAJA OPERACIONAL	1.789.536	1.927.537	1.789.536	1.927.537	-1.886.256	718.140	1.789.536	1.927.537	-1.886.256	1.927.537	1.789.536	-404.311	11.409.608	6.785.227	7.375.673	8.691.764
CAJA FINANCIERO																
ancieros Prestamo													0			
on Prestamo													0			
ancieros Leasing													0			
on Leasing													0			
UJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAJA NETO	1.789.536	1.927.537	1.789.536	1.927.537	-1.886.256	718.140	1.789.536	1.927.537	-1.886.256	1.927.537	1.789.536	-404.311	11.409.608	6.785.227	7.375.673	8.691.764
l de Caja	13.330.101	15.119.638	17.047.174	18.836.711	20.764.247	18.877.991	19.596.131	21.385.667	23.313.204	21.426.947	23.354.484	25.144.020	13.330.101	24.739.710	31.524.937	38.900.610
AL DE CAJA	15.119.638	17.047.174	18.836.711	20.764.247	18.877.991	19.596.131	21.385.667	23.313.204	21.426.947	23.354.484	25.144.020	24.739.710	24.739.710	31.524.937	38.900.610	47.592.374

Fuente: Autor

Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. Sin financiación

Llevando a cabo el análisis de las variables de evaluación financiera aplicadas se puede determinar que durante 5 años proyectados el Valor Presente Neto (VPN) es mayor que cero, lo que indica que el proyecto es viable, debido a que se recupera la inversión, al traer los valores futuros al presente refleja una ganancia de $530.472, por otro lado al analizar la TEA, se evidencia que el porcentaje obtenido es de 25,178% y luego haciendo un comparativo del costo de oportunidad de 26,30% con la variable beneficio / costo (B/C) de 1,02, lo cual indica que por cada 1 peso de inversión la empresa recupera 1,02 veces ese peso, recuperando así la inversión. Ver en la tabla 54.

Tabla 42. Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. Sin financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		(23.609.601)	11.409.608	6.785.227	7.375.673	8.691.764	10.429.267
DTF(%)	6,08%						
SPREAD(%)	18,00%						
TEA(%)	25,17%						
VPN($)	530.472						
CDO(%)	26,30%						
B/C (VECES)	1,02						

Fuente: Autor

Tabla 43. Flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS

SOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑ
los	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	7.960.485	95.525.814	101.979.807	108.869.849	116.225.403	124.0
BRADO	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	1.512.492	18.149.905	19.376.163	20.685.271	22.082.827	23.5
INGRESOS	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	9.472.977	113.675.719	121.355.970	129.555.121	138.308.229	147.6
/OS																	
	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	4.000.223	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	2.790.826	5.122.674	37.031.158	40.991.976	42.377.505	43.809.865	45.2
de Administracion	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	747.000	609.000	8.136.002	8.410.999	8.695.290	9.483.142	9.8
de Ventas	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	2.820.001	2.915.317	3.013.855	3.013.855	3.1
/GADO	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	593.544	7.122.526	7.603.744	8.117.475	8.665.914	9.2
TAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	3.675.793	0	0	0	3.675.793	0	0	0	7.351.586	11.524.072	12.302.671	13.133.874	14.0
s													0				
to de renta													0	0	1.634.396	2.361.085	3.2
													0	630.470	673.067	718.541	7
S	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	3.317.070	39.804.838	42.494.164	45.365.190	48.430.190	51.7
/ENTOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
EGRESOS	7.683.440	7.545.440	7.683.440	7.545.440	11.359.233	8.754.837	7.683.440	7.545.440	11.359.233	7.545.440	7.683.440	9.877.287	102.266.110	114.570.743	122.179.448	129.616.465	137.2
DE CAJA OPERACIONAL	1.789.536	1.927.537	1.789.536	1.927.537	-1.886.256	718.140	1.789.536	1.927.537	-1.886.256	1.927.537	1.789.536	-404.311	11.409.608	6.785.227	7.375.673	8.691.764	10.4
DE CAJA FINANCIERO																	
Financieros Prestamo	128.112	126.913	125.691	124.448	123.182	121.893	120.581	119.245	117.885	116.500	115.091	113.656	1.453.197	1.241.989	980.092	655.339	2
:acion Prestamo	66.324	67.523	68.744	69.988	71.254	72.543	73.855	75.191	76.551	77.935	79.345	80.780	880.032	1.091.239	1.353.137	1.677.890	2.0
Financieros Leasing													0				
:acion Leasing													0				
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	194.436	2.333.228	2.333.228	2.333.228	2.333.228	2.3
DE CAJA NETO	1.595.101	1.733.101	1.595.101	1.733.101	-2.080.692	523.704	1.595.101	1.733.101	-2.080.692	1.733.101	1.595.101	-598.747	9.076.380	4.451.998	5.042.445	6.358.535	8.0
nicial de Caja	13330101,24	14.925.202	16.658.303	18.253.404	19.986.505	17.905.812	18.429.517	20.024.617	21.757.718	19.677.026	21.410.127	23.005.228	13.330.101	22.406.481	26.858.480	31.900.924	38.2
FINAL DE CAJA	14.925.202	16.658.303	18.253.404	19.986.505	17.905.812	18.429.517	20.024.617	21.757.718	19.677.026	21.410.127	23.005.228	22.406.481	22.406.481	26.858.480	31.900.924	38.259.460	46.3

Fuente: Autor

Análisis de resultados de VPN, TEA Y B/C. Con financiación

En la tabla 44 de analisis de resultados se espera que la rentabilidad mínima que ofrezca la empresa es de 129%, el (VPN) es de $1.361.019 siendo una cifra alentadora pues después de recuperar la inversión se puede reinvertir en el negocio, es decir que después de cubrir la inversión queda dinero disponible para cubrir otros gastos, la (TEA) que se espera obtener en el negocio es de 25,17% la relación (B/C) muestra que por1,08.

Tabla 44. Análisis de resultados de VPN, TIR Y B/C. Con financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		(16.536.721)	9.075.390	4.451.995	5.042.445	5.355.535	5.095.039
DTF(%)	5.05%						
SPREAD(%)	15.00%						
TEA(%)	25.17%						
VPN($)	1.361.019						
CDO(%)	29.31%						
B/C (VECES)	1.08						

Fuente: Autor

5.12 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACION

El balance refleja el estado financiero en cada uno de los años presupuestados para el negocio, para el caso de la caja se cuenta con un saldo inicial de $13.330.101 y se incrementa considerablemente durante la actividad del proyecto quedando para el quinto año con un valor de $68.021.641, reflejando un alto margen de liquidez en el desarrollo del proyecto tal como se observa en la tabla 45.

Proyección Balance con financiación en pesos

La empresa Bebi pacifico S.A.S. se encuentra bien en el tema financiero, esto se puede observar en el total de los activos corrientes los cuales van en aumento desde el primer año hasta el quinto que sus pasivos totales, de lo cual se deduce que tiene capacidad financiera para el cumplimiento de obligaciones. Ver en la tabla 46.

Tabla 45. Balance general sin financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS

OS	BALCANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑ
corrientes						
ncos	13.330.101	**24.739.710**	**31.524.937**	**38.900.610**	**47.592.374**	**58.0**
s por cobrar o deudores	0	0	0	0	0	
los	0	0	0	0	0	
ACTIVOS CORRIENTES	**13.330.101**	**24.739.710**	**31.524.937**	**38.900.610**	**47.592.374**	**58.0**
OS NO CORRIENTES						
OS FIJOS						
.ES Y ENSERES	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.2
O DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.0
NARIA Y EQUIPO	3.550.000	3.550.000	3.550.000	3.550.000	3.550.000	3.5
eciacion Acumulada	0	1.450.000	2.900.000	4.350.000	5.060.000	5.7
ACTIVOS FIJOS	**5.770.000**	**4.320.000**	**2.870.000**	**1.420.000**	**710.000**	
OS DIFERIDOS						
s	4.509.500	0	0	0	0	
ACTIVOS DIFERIDOS	**4.509.500**	**0**	**0**	**0**	**0**	
ACTIVOS NO CORRIENTES	**10.279.500**	**4.320.000**	**2.870.000**	**1.420.000**	**710.000**	
ACTIVOS	**23.609.601**	**29.059.710**	**34.394.937**	**40.320.610**	**48.302.374**	**58.0**
OS						
OS CORRIENTES						
s por Pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	
as Por Pagar	0	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443	2.7
s a las Cesantias Por Pagar	0	290.371	300.186	310.332	320.821	3
to de renta por Pagar	0	0	1.634.396	2.361.085	3.271.422	4.1
IC por pagar	0	3.675.793	3.924.140	4.189.266	4.472.304	4.7
pagar	0	630.470	673.067	718.541	767.088	8
PASIVOS CORRIENTES	**0**	**7.015.428**	**9.032.337**	**10.164.292**	**11.504.078**	**12.8**
OS NO CORRIETNES						
lones financieros	0					
financiero	0					
PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	
PASIVOS	**0**	**7.015.428**	**9.032.337**	**10.164.292**	**11.504.078**	**12.8**
MONIO						
social	23.609.601	23.609.601	23.609.601	23.609.601	23.609.601	23.6
acumulada	0	(1.565.320)	1.421.167	5.735.513	11.713.293	19.2
legal acumulada	0	0	331.832	811.204	1.475.401	2.3
PATRIMONIO	**23.609.601**	**22.044.281**	**25.362.600**	**30.156.318**	**36.798.296**	**45.1**
O + PATRIMONIO	**23.609.601**	**29.059.710**	**34.394.937**	**40.320.610**	**48.302.374**	**58.0**
	0	0	0	0	0	

Fuente: Autor

Tabla 46. Balance general con financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS						
ACTIVOS	BALCANCE INICIAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Activos corrientes						
Caja bancos	13.330.101	**24.739.710**	**31.524.937**	**38.900.610**	**47.592.374**	**58.021.641**
Cuentas por cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**13.330.101**	**24.739.710**	**31.524.937**	**38.900.610**	**47.592.374**	**58.021.641**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000	1.220.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.550.000	3.550.000	3.550.000	3.550.000	3.550.000	3.550.000
(-) Depreciacion Acumulada	0	1.450.000	2.900.000	4.350.000	5.060.000	5.770.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**5.770.000**	**4.320.000**	**2.870.000**	**1.420.000**	**710.000**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	4.509.500	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**4.509.500**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**10.279.500**	**4.320.000**	**2.870.000**	**1.420.000**	**710.000**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**23.609.601**	**29.059.710**	**34.394.937**	**40.320.610**	**48.302.374**	**58.021.641**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias Por Pagar	0	2.418.794	2.500.549	2.585.068	2.672.443	2.762.771
Intereses a las Cesantias Por Pagar	0	290.371	300.186	310.332	320.821	331.665
Impuesto de renta por Pagar	0	0	1.634.396	2.361.085	3.271.422	4.136.724
IVA / INC por pagar	0	**3.675.793**	**3.924.140**	**4.189.266**	**4.472.304**	**4.774.466**
ICA por pagar	0	**630.470**	**673.067**	**718.541**	**767.088**	**818.914**
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**7.015.428**	**9.032.337**	**10.164.292**	**11.504.078**	**12.824.541**
PASIVOS NO CORRIETNES						
Obligaciones financieros	0					
Leasing financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**7.015.428**	**9.032.337**	**10.164.292**	**11.504.078**	**12.824.541**
PATRIMONIO						
Capital social	23.609.601	23.609.601	23.609.601	23.609.601	23.609.601	23.609.601
Utilidad acumulada	0	(1.565.320)	1.421.167	5.735.513	11.713.293	19.272.217
Reserva legal acumulada	0	0	331.832	811.204	1.475.401	2.315.282
TOTAL PATRIMONIO	**23.609.601**	**22.044.281**	**25.362.600**	**30.156.318**	**36.798.296**	**45.197.100**
PASIVO + PATRIMONIO	**23.609.601**	**29.059.710**	**34.394.937**	**40.320.610**	**48.302.374**	**58.021.641**
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Autor

5.13 DEMANDA VENTAS Y COSTOS

En la tabla 47 se plantea la demanda del producto del arrechon y la crema de viche que se ubican principalmente en la comuna 15 de la ciudad de Cali, donde el mercado potencial equivale a 126.496 personas que habitan en esta zona y cumplen con las características de ser personas descendientes del pacifico, ser mayor de edad, y haber consumido estas bebidas.

Tabla 47. Demanda

MERCADO POTENCIAL (HOGARES)	126.496
% INTERESADOS	90,00%
MERCADO OBJETIVO	113.846
FRECUENCIA DE COMPRA X AÑO	8
CANTIDAD COMPRADA	1
DEMANDA GLOBAL	910.771
PARTICIPACION %	0,329%
MERCADO A ATENDER POR AÑO	3.000
MESES AÑO	12
MERCADO A ATENDER POR MES	250
ARRECHÓN	50%
VICHE	50%

Fuente: Autor

5.14 INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros se sacan de las cifras de los estados financieros y otros informes contables y son utilizados para medir de forma objetiva en un alto grado la eficacia y el comportamiento de una empresa.

Indicadores financieros sin financiacion

Razón corriente. El proyecto tiene la capacidad de cumplir con todas sus obligaciones financieras y deudas dado que tiene alto índice de liquidez en el primer año de 3,49 y cada año se incrementa la razón corriente lo que indica mayor solvencia y capacidad de pago, por lo tanto no existirá un incumplimiento de pagos a los acreedores.

Prueba acida. La empresa cuenta con la liquidez suficiente para pagar sus deudas desde el primer año de funcionamiento, sacando los inventarios y solo se tiene en cuenta el efectivo que está en caja, bancos y las inversiones temporales. Dado que el resultado es mayor que uno desde el primer año hasta el quinto en el proyecto, se observa que la empresa tiene liquidez para pagar sus deudas a corto plazo y no está condicionada a la venta de sus inventarios para el cumplimiento en el pago de sus pasivos.

Endeudamiento. En el primer año el porcentaje de endeudamiento en el primer año es de 24,14%, se obtuvo financiar con terceros el proyecto y aumentar la capacidad operativa de Bebí pacifico s.a.s, aunque, la empresa se endeuda menos cada año hasta llegar al año 5.

Margen bruto. En el proyecto se observa una utilidad de las ventas totales desde el primer año hasta el 5 de 58,33% lo que indica una sostenibilidad positiva en el tiempo.

Margen neto: se observa que el margen de ganancia de la empresa en el primer año genera pérdidas de -1,64% y del segundo año al 5 va aumentado con ganancias desde 3,25% hasta 6,77%. Las razones financieras se muestran en la tabla 48.

Tabla 48. Razones financieras sin financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL NETO DE TRABAJO	17.724.281	22.492.600	28.736.318	36.088.296	45.197.100
RAZON CORRIENTE	3,49	3,83	4,14	4,52	0,00
PRUEBA ACIDA	24739709,7	31524936,7	38900609,8	47592373,8	58021640,8
Endeudamiento	24,14%	26,26%	25,21%	23,82%	22,10%
Rendimiento sobre Activos	-5,39%	9,65%	11,89%	13,75%	14,48%
Rendimiento sobre Patrimonio	-7,10%	13,08%	15,90%	18,05%	18,58%
Margen Bruto	58,33%	58,33%	58,33%	58,33%	58,33%
Margen Operacional	-1,64%	4,86%	6,57%	8,53%	10,10%
Margen Neto	-1,64%	3,25%	4,40%	5,71%	6,77%
dias del año	365				

Fuente: Autor

5.15 ANALISIS VERTICAL Y HORIZONTAL

El análisis vertical muestra la participación porcentual de cada cuenta del activo en relación al activo total y la participación en porcentaje de cada cuenta del pasivo más el patrimonio en relación al pasivo más el patrimonio todo lo anterior en los balances generales.

Por otro lado en el estado de resultados, es el porcentaje de participación de cada cuenta en relación a las ventas brutas, estas últimas representan el 100% y va disminuyendo la participación de cada cuenta en la medida en que se van descontando los gastos operacionales, financieros y los impuestos. Este análisis horizontal compara los estados financieros en dos o más periodos consecutivos, para determinar las variaciones en aumento o disminución de las cuentas de un periodo a otro.

5.15.1 Analisis vertical del balance general con financiacion.

- Del total de los activos el 85,13% se quedaron en caja-bancos en el primer año, los siguientes valores corresponden a las años del segundo al quinto con aumentos considerables: en el segundo año 91,62% en el tercer año 96,48% en el cuarto año 98,53% y en el quinto año el 100%, este aumento genera flujo de caja y se da gracias al aumento en las ventas.
- Del total de los activos los muebles y enceres representan para el primer año el 4,20% para el segundo año 3,55%, para el tercer año 3,03%, para el cuarto año 2,53% y para el quinto año 2,10%, lo cual muestra una participación menor sobre el total de los activos y a la adquisición de nuevos artículos.
- Del total de los activos el equipo de oficina representa para el primer año el 3,44% para el segundo año 2,91%, para el tercer año 2,48%, para el cuarto año 2,07% y para el quinto año 1,72%, las cifras muestran un descenso en la participación debido a que los activos crecen cada año.
- Del total de los activos los intereses de las cesantías por pagar representa para el primer año el 1,0 para el segundo año 0,9%, para el tercer año 0,8%, para el cuarto año 0,7% y para el quinto año 0,6%, esta disminución se da debido al aumento en los pasivos y el patrimonio.
- Del total de los activos el impuesto de renta por pagar representa para el primer año el 0, 0% para el segundo año 4,8%, para el tercer año 5,9 para el cuarto año 6,8% y para el quinto año 7,1%, registra un aumento gradual debido al aumento de los ingresos.
- Del total del patrimonio la utilidad acumulada representa para el primer año el 75,9% para el segundo año 73,7%, para el tercer año 74,8%, para el cuarto año 76,2% y para el quinto año 77,9.

Tabla 49. Análisis vertical BG proyectado con financiación

ANALISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS												
)S	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANAL VERT
s corrientes												
ncos	13.330.101	56,46%	24.739.710	85,13%	31.524.937	91,66%	38.900.610	96,48%	47.592.374	98,53%	58.021.641	1(
s por cobrar o deudores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	
ios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	
ACTIVOS CORRIENTES	13.330.101	56,46%	24.739.710	85,13%	31.524.937	91,66%	38.900.610	96,48%	47.592.374	98,53%	58.021.641	1(
)S NO CORRIENTES												
)S FIJOS												
ES Y ENSERES	1.220.000	5,17%	1.220.000	4,20%	1.220.000	3,55%	1.220.000	3,03%	1.220.000	2,53%	1.220.000	
) DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.000.000	4,24%	1.000.000	3,44%	1.000.000	2,91%	1.000.000	2,48%	1.000.000	2,07%	1.000.000	
NARIA Y EQUIPO	3.550.000	15,04%	3.550.000	12,22%	3.550.000	10,32%	3.550.000	8,80%	3.550.000	7,35%	3.550.000	
eciacion Acumulada	0	0,00%	1.450.000	4,99%	2.900.000	8,43%	4.350.000	10,79%	5.060.000	10,48%	5.770.000	
ACTIVOS FIJOS	5.770.000	24,44%	4.320.000	14,87%	2.870.000	8,34%	1.420.000	3,52%	710.000	1,47%	0	
)S DIFERIDOS												
s	4.509.500	19,10%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	
ACTIVOS DIFERIDOS	4.509.500	19,10%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	
ACTIVOS NO CORRIENTES	10.279.500	43,54%	4.320.000	14,87%	2.870.000	8,34%	1.420.000	3,52%	710.000	1,47%	0	
ACTIVOS	23.609.601	100,00%	29.059.710	100,00%	34.394.937	100,00%	40.320.610	100,00%	48.302.374	100,00%	58.021.641	1(
)S												
)S CORRIENTES												
s por Pagar o Acreedores	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	
las Por Pagar	0	0,0%	2.418.794	8,3%	2.500.549	7,3%	2.585.068	6,4%	2.672.443	5,5%	2.762.771	
s a las Cesantias Por Pagar	0	0,0%	290.371	1,0%	300.186	0,9%	310.332	0,8%	320.821	0,7%	331.665	
to de renta por Pagar	0	0,0%	0	0,0%	1.634.396	4,8%	2.361.085	5,9%	3.271.422	6,8%	4.136.724	
IC por pagar	0	0,0%	3.675.793	12,6%	3.924.140	11,4%	4.189.266	10,4%	4.472.304	9,3%	4.774.466	
pagar	0	0,0%	630.470	2,2%	673.067	2,0%	718.541	1,8%	767.088	1,6%	818.914	
PASIVOS CORRIENTES	0	0,0%	7.015.428	24,1%	9.032.337	26,3%	10.164.292	25,2%	11.504.078	23,8%	12.824.541	
)S NO CORRIETNES												
lones financieros	0	0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		
financiero	0	0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		
PASIVOS NO CORRIENTES	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	
PASIVOS	0	0,0%	7.015.428	24,1%	9.032.337	26,3%	10.164.292	25,2%	11.504.078	23,8%	12.824.541	
MONIO												
social	23.609.601	100,0%	23.609.601	81,2%	23.609.601	68,6%	23.609.601	58,6%	23.609.601	48,9%	23.609.601	
acumulada	0	0,0%	(1.565.320)	-5,4%	1.421.167	4,1%	5.735.513	14,2%	11.713.293	24,2%	19.272.217	
legal acumulada	0	0,0%	0	0,0%	331.832	1,0%	811.204	2,0%	1.475.401	3,1%	2.315.282	
PATRIMONIO	23.609.601	100,0%	22.044.281	75,9%	25.362.600	73,7%	30.156.318	74,8%	36.798.296	76,2%	45.197.100	
) + PATRIMONIO	23.609.601	100,0%	29.059.710	100,0%	34.394.937	100,0%	40.320.610	100,0%	48.302.374	100,0%	58.021.641	1
	0		0		0		0		0		0	

Fuente: Autor

5.15.2 Análisis vertical del estado de resultados con financiación.

- Del total de las ventas, la utilidad bruta se mantienen del primer al quinto año en 58,33% debido a que los costos se logran mantener.
- Del total de las ventas la nómina representa para el primer año el 41,60% para el segundo año 40,29%, para el tercer año 39,01%, para el cuarto año 37,78% y para el quinto año 36,58%, esta disminución porcentual se da gracias al incremento en las ventas.
- Del total de las ventas la depreciación representa para el primer año el 1,52% para el segundo año 1,42%, para el tercer año 1,33%, para el cuarto año 0,61% y para el quinto año 0,57%, en este caso se nota una disminución notable debido a que los muebles y enseres están depreciados a 5 años.
- La utilidad neta para el primer año es -1,64% para el segundo año por 4,86%, para el tercer año 6,57%, para el cuarto año 8,53% y para el quinto año 10,10%, el incremento en la utilidad se da gracias al aumento en las ventas año tras año.

Tabla 50. Análisis vertical del estado de resultado con financiación

ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS										
:OS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	AN VE
	95.525.814		101.979.807		108.869.849		116.225.403		124.077.918	
ntps	0		0		0		0		0	
ciones										
S NETAS	95.525.814	100,00%	101.979.807	100,00%	108.869.849	100,00%	116.225.403	100,00%	124.077.918	
	39.804.838	41,67%	42.494.164	41,67%	45.365.190	41,67%	48.430.190	41,67%	51.702.269	
AD BRUTA EN VENTAS	55.720.976	58,33%	59.485.642	58,33%	63.504.660	58,33%	67.795.213	58,33%	72.375.649	
OS										
	39.740.323	41,60%	41.083.546	40,29%	42.472.170	39,01%	43.907.729	37,78%	45.391.810	
e adminstracion	8.136.002	8,52%	8.410.999	8,25%	8.695.290	7,99%	9.483.142	8,16%	9.803.672	
e ventas	2.820.001	2,95%	2.915.317	2,86%	3.013.855	2,77%	3.013.855	2,59%	3.115.723	
de depreciacion	1.450.000	1,52%	1.450.000	1,42%	1.450.000	1,33%	710.000	0,61%	710.000	
diferidos	4.509.500	4,72%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	
	630.470	0,66%	673.067	0,66%	718.541	0,66%	767.088	0,66%	818.914	
EGRESOS	57.286.296	59,97%	54.532.928	53,47%	56.349.856	51,76%	57.881.814	49,80%	59.840.120	
AD OPERACIONAL	(1.565.320)	-1,64%	4.952.714	4,86%	7.154.804	6,57%	9.913.399	8,53%	12.535.528	
ngresos y egresos										
financieros prestamos	1.453.197	1,52%	1.241.989	1,22%	980.092	0,90%	655.339	0,56%	252.645	
financieros leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	1.453.197	1,52%	1.241.989	1,22%	980.092	0,90%	655.339	0,56%	252.645	
AD NETA ANTES DEL IMPUESTO	(1.565.320)	-1,64%	4.952.714	4,86%	7.154.804	6,57%	9.913.399	8,53%	12.535.528	
STO DE RENTA	0	0,00%	1.634.396	1,60%	2.361.085	2,17%	3.271.422	2,81%	4.136.724	
AD NETA DESPUES DE IMPUESTO	(1.565.320)	-1,64%	3.318.318	3,25%	4.793.718	4,40%	6.641.978	5,71%	8.398.804	
/A LEGAL	0	0,00%	331.832	0,33%	479.372	0,44%	664.198	0,57%	839.880	
AD DEL EJECICIO	(1.565.320)	-1,64%	2.986.487	2,93%	4.314.347	3,96%	5.977.780	5,14%	7.558.924	

Fuente: Autor

5.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad describe que pasa con las variables de evaluación financiera cuando se modifica una cifra contenida en los parámetros.

Los instrumentos de evaluación que se utilizan son: la TIR, el VPN y la relación B/C. En el proyecto se ven afectadas dos variables: crecimiento del sector y el margen de ventas para analizar su comportamiento. Se muestra en la tabla 51.

Tabla 51. Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
DISMINUCION MARGEN BRUTO				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN	79.289.908	58045226	93.549.328	71903693
TIR (%)	220,78%	174,18	1289,83%	980,86
C/B (VECES	436,54%	350,3	(23)	(1.766)

Fuente: Autor

5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que se utiliza para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto o servicio, estableciendo un punto comparativo el cual indica si las ventas descienden o superan este punto de referencia, por lo anterior es importante analizar los costos fijos, costos variables y las ventas. Se muestra en la tabla 52.

Tabla 52. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ER S FINANCIACION	16	23	16	23	16	23	16	23	16	23	16	23	237	248	315	358	429
ER C FINANCIACION	9	17	9	17	9	17	10	17	10	17	10	17	158	184	265	326	417

Fuente: Autor

6. CONCLUSIONES

Se cumplió con el objetivo general planteado en el trabajo de la realización de análisis de viabilidad para crear una empresa productora y comercializadora de bebidas autóctonas del pacifico colombiano, en la comuna 15 de ciudad de Cali a partir de un estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.

El estudio de mercado posibilito identificar el nicho de mercado al cual se dirigira nuestros productos, seran personas descendientes de la costa pacifica, que vivan en cali, y ademas que ya conozcan de las bebidas arrechon y crema de viche, con el fin de darle reconocimiento a uno de los elementos de la riqueza cultural de esta region, por ende se pueda atraer a otros posibles clientes. En este estudio se tomo como poblacion objetivo y potencial las personas que viven en la comuna 15 que es la comuna con mayor poblacion de personas descendientes del pacifico con aproximadamente 126.496. Gracias a la encuesta se lograron recopilar datos que son de ayuda para el desarrollo de estrategias de ventas, distribución, promoción y precio.

Por otro lado, en este capitulo se establecieron los posibles canales de distribución del producto, de esta forma se permitirá el fácil acceso al mismo y se tratará de llegar primordialmente en forma directa al consumidor y como segunda opción por canales minoristas, ya que éstos facilitarán que el cliente acceda al producto de una forma más rápida y cómoda. Ademas se determinó cual sería la presentación apropiada para el producto, con su respectiva marca, y su respectivo slogan con el cual se espera obtener recordación y diferenciación.

El estudio técnico determinó las cantidades necesarias de materia prima que se debe comprar, para la elaboración del arrechon y crema de viche, asi como la maquinaria y equipos requeridos para su producción y a su vez para el funcionamiento interno de la empresa.

Con el estudio organizacional y legal se determinó la misión, la visión, los valores corporativos, la estructura organizacional de la empresa; así como los perfiles, objetivos y funciones de cada uno de los cargos que se necesitarán para iniciar la actividad comercial. Asimismo, se determinó la legislación que rige a las empresas del sector alimentos en Colombia.

Se cumplió con el objetivo general planteado en el trabajo, ya que se logró evaluar la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de bebidas autoctonas del pacifico colombiano en la comuna 15 de la ciudad de Cali, a partir de un estudio de mercado, tecnico, organizaciones a portandole datos exactos para finalmente realizar el financiero.

Finalmente, después de utilizar instrumentos de evaluación financiera como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación Beneficio/Costo (B/C) se pudo concluir que el proyecto es viable sin y con financiacion. El flujo de caja sin financiacion muestra un VPN DE 79.289.908 con una tasa de retorno de 220.78% y una relacion beneficio costo de 436.54%. En el flujo de caja con financiación, los resultados disminuyen debido al endeudamiento adquirido por la empresa para iniciar su actividad; sin embargo, siguen siendo positivos., mostrando un VPN de $93.549.328, una TIR de 1289,83%, por encima del costo de oportunidad y una relación Beneficio/Costo de 23. Con respecto a eso, se puede decir que el proyecto es viable en cualquiera de los dos escenarios, siempre y cuando las variables no disminuyan o los crecimientos sean menores que los presentados en el análisis financiero.

7. RECOMENDACIONES

La investigación ha proporcionado una serie de informaciones que en concordancia con los objetivos del proyecto evidencian en el emprendimiento una opción de vida. No solo desde el punto de vista financiero para los intereses de las investigadoras sino también para la activación y beneficio del tejido social de una población específica que tendría alternativas de empleo.

En tal sentido el grupo investigador recomienda realizar un análisis de investigación de mercado más profundo en búsqueda de variables más verídicas que permitan la introducción del producto en otras zonas del pacifico colombiano ya sea buenaventura, choco entre otras. También permitir la exportación de estos productos y para ello se necesita enfatizar más en la innovación de su marca corporativa, y la higiene aprovechando esto para expandirse tanto a nivel local, nacional, como internacional.

8. BIBLIOGRAFIA

Alcaldia de Santiago de Cali. (2013). Cali, segunda ciudad con mayor población afrodescendiente en el país. Recuperado 26 de octubre de 2017, apartir de http://www.cali.gov.co/bienestar/publicaciones/51642/cali_segunda_ciudad_con_mayor_poblacin_afrodescendiente_en_el_pas/

Chiavenato, I. (2006). *Introduccion a la teoria General de la Administracion*. Recuperado 15 de octubre de 2017, a partir de https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/02/introduccic3b3n-a-la-teorc3ada-general-de-la-administracic3b3n-7ma-edicic3b3n-idalberto-chiavenato.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadistica [DANE]. (2011). Cuantos somos como vamos. Recuperado 02 de noviembre de 2017, a partir de http://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/cuantos_somos.pdf

Ishikawa, k. (1986). Que es el control total de calidad. Recuperado 16 de noviembre de 2017, a partir de https://jrvargas.files.wordpress.com/2011/02/que_es_el_control_total_de_la_calidad_-_kauro_ishikawa.pdf

Maslow, A. (1991). *Motivacion y personalidad* . Recuperado 15 de octubre de 2017, a partir de https://books.google.com.co/books?id=8wPdj2Jzqg0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Universidad Icesi. (2007). Una mirada descriptiva a las comunas de Cali. Recuperado 05 de noviembre de 2017, a partir de http://www.icesi.edu.co/jcalonso/images/pdfs/Publicaciones/una_mirada_descriptiva_a_las_comunas_de_cali.pdf

Universidad Icesi. (2011). Concentración de la producción de las industrias culturales en Cali. Recuperado 29 de septiembre de 2017, a partir de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/5596?locale=de

Universidad Tecnologica de Pereira. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. Recuperado 02 de noviembre de 2017, a partir de http://revistas.utp.edu.co: http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7385/4397

9. REFERENCIAS

Alcaldia de Santiago de Cali. (2013). Cali, segunda ciudad con mayor población afrodescendiente en el país. Alcaldia de Santiago de Cali. Recuperado 26 de octubre de 2017, a partir de http://www.cali.gov.co/bienestar/publicaciones/51642/cali_segunda_ciudad_con_mayor_poblacin_afrodescendiente_en_el_pas/

Chiavenato, I. (ed septima), *Introduccion a la teoria General de la Administracion* (p 70). Mexico: McGRAW-HILL/ÍNTER AMERICAN A EDITORES, S.A. DE C.V.

Departamento Administrativo Nacional de Estadistica [DANE]. (2011). Cuantos somos como vamos. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/censo2005/etnia/sys/cuantos_somos.pdf

Ishikawa, k. (1986). *Que es el control total de calidad*. Recuperado de https://jrvargas.files.wordpress.com/2011/02/que_es_el_control_total_de_la_calidad_-_kauro_ishikawa.pdf

Maslow, A. (1991). *Motivacion y personalidad*. España: Diaz de Santos S.A.

Universidad Icesi. (2007). Una mirada descriptiva a las comunas de Cali. Recuperado de http://www.icesi.edu.co/jcalonso/images/pdfs/Publicaciones/una_mirada_descriptiva_a_las_comunas_de_cali.pdf

Universidad Icesi. (2011). Concentración de la producción de las industrias culturales en Cali. Universidad Icesi. Recuperado 29 de septiembre de 2017, a partir de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/5596?locale=de

Universidad Tecnologica de Pereira. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. Universidad Tecnologica de Pereira. Recuperado 02 de 11 de 2017, a paritr de http://revistas.utp.edu.co: http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7385/4397