ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE BEBIDAS EXPLOSIVAS “PLOP” A BASE DE FRUTAS, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

PAOLA ANDREA ARENAS MALES

SUSAN MICHELLE HERNÁNDEZ MENDOZA

NICOLE AREVALO HERRERA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE BEBIDAS EXPLOSIVAS “PLOP” A BASE DE FRUTAS, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

PAOLA ANDREA ARENAS MALES

SUSAN MICHELLE HERNÁNDEZ MENDOZA

NICOLE AREVALO HERRERA

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador empresas.

Director de trabajo de grado: Steven Bedoya Yustres

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del jurado

_____

Firma del jurado

Cali, 22 de mayo de 2018

DEDICATORIA

Sin ninguna duda a Dios quien es quien se merece todo el honor, porque extendió su misericordia para con nosotras, a nuestros padres y familiares porque nunca dejaron de creer en nosotras y nuestras capacidades, a nuestros compañeros por compartir las mismas alegrías e incluso tristezas en este proceso, a los docentes que estuvieron dándonos apoyo incondicional y ayudándonos a sacar adelante este proyecto, y a nosotras mismas por nuestro esfuerzo y dedicación.

AGRADECIMIENTO

Unimos nuestras opiniones para agradecer primeramente a Dios por darnos la oportunidad de cursar en este semestre por contar con la salud, las fuerzas, sabiduría y poder sacar adelante este proyecto, a nuestros compañeros por la convivencia y armonía que se ha generado en todo este tiempo y compartir un mismo sueño de ser profesionales, por luchar sin importar las dificultades de la vida, a nuestros familiares por el gran apoyo emocional y sustento monetario que gracias a ello se han abierto puertas de bendición en la universidad.

CONTENIDO

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO 19

1.1 TITULO DEL PROYECTO 19

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 19

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 19

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 22

1.5 JUSTIFICACIÓN 22

1.6 MARCO DE REFERENCIA 24

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS 36

2 ESTUDIO DE MERCADO 40

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR 40

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 41

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO 43

2.4 PLAN DE MERCADEO 55

3 ESTUDIO TÉCNICO 58

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO 58

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO 80

4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL 83

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 83

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 85

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL 102

4.4 PROCESO DEL SELECCIÓN DEL PERSONAL.....102

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN.....105

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL. 106

4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS.....106

4.8 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PLOP. 112

5 HERRAMIENTAS DE APOYO. 125

5.1 INVERSIÓN 125

5.2 DEPRECIACIÓN.....127

5.3 BALANCE INICIAL.....127

5.4 AMORTIZACIÓN.....130

5.5 LEASING 131

5.6 PARÁMETROS GENERALES 132

5.7 GASTOS GENERALES DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN 137

5.8 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO PLOP 139

5.9 CALCULO DE LA DEMANDA 140

5.10 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS 141

5.11 PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS 142

6 CONCLUSIONES 174

7 BIBLIOGRAFÍA 175

8 ANEXOS 181

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Estadísticas de edades del municipio de Yumbo. 41
Tabla 2. Total de habitantes desempleados en el municipio de Yumbo. 42
Tabla 3. Total de mercado real del municipio de Yumbo. 42
Tabla 4. Salario promedio. 43
Tabla 5 Tabulación de la encuesta. 48
Tabla 6. Ficha técnica del producto PLOP 58
Tabla 7. Ficha técnica licuadora Oster 61
Tabla 8. Ficha Técnica nevera Haceb 200L 62
Tabla 9. Ficha técnica silla Bar 63
Tabla 10. Ficha técnica del stand personalizado 64
Tabla 11. Ficha técnica mesa para alimentos 65
Tabla 12. Ficha técnica de juego de sillas y mesa moderna 66
Tabla 13. Ficha técnica caja registradora 67
Tabla 14. Ficha técnica impresora Samsung laser xpress SL-M2020W.....68
Tabla 15. Ficha técnica Celular Samsung J2 Prime 69
Tabla 16. Ficha técnica portátil HP DUAL CORE.....70
Tabla 17. Descripción y cantidad del equipo requerido 76
Tabla 18. Materia prima necesaria.....78
Tabla 19. Insumos necesarios 78
Tabla 20. Gastos administrativos.....79
Tabla 21. Ficha técnica del local. 80
Tabla 22. PHVA .....**¡Error! Marcador no definido.**
Tabla 23. Inversión 125
Tabla 24. Depreciación 127
Tabla 25. Balance inicial sin financiación 128
Tabla 26. Balance inicial con financiación.....129
Tabla 27. Amortización 130

Tabla 28. Leasing 131
Tabla 29. Parámetros económicos 132
Tabla 30. Parámetros económicos (PIB) 132
Tabla 31. Parámetros laborales 133
Tabla 32. Cargos y salarios 134
Tabla 33. Parámetros de recaudo 134
Tabla 34. Parámetros de pagos 134
Tabla 35. Registro mercantil e industria y comercio 135
Tabla 36. Parámetros gastos de administración y ventas 136
Tabla 37. Gastos generales de venta y administración 137
Tabla 38. Costo unitario bebida PLOP 139
Tabla 39. Calculo de la demanda 140
Tabla 40. Proyección de costos y ventas 141
Tabla 41. Estado de resultados sin financiación 142
Tabla 42. Estado de resultados con financiación 144
Tabla 43. Flujo de caja sin financiación 146
Tabla 44. Flujo de caja con financiación 148
Tabla 45. Balance general sin financiación 150
Tabla 46. Balance general con financiación 151
Tabla 47. Análisis vertical balance general sin financiación 153
Tabla 48. Análisis vertical balance general con financiación 154
Tabla 49. Análisis vertical estado de resultados sin financiación 155
Tabla 50. Análisis vertical estado de resultados con financiación 156
Tabla 51. Análisis horizontal balance general sin financiación 158
Tabla 52. Análisis horizontal balance general con financiación 160
Tabla 53. Análisis horizontal estado de resultados sin financiación 162
Tabla 54. Análisis horizontal estado de resultados con financiación 164
Tabla 55. Razones financieras del balance general sin financiación 169
Tabla 56. . Razones financieras del balance general con financiación 170
Tabla 57. Punto de equilibrio sin financiación y con financiación 171

Tabla 58. Análisis de sensibilidad sin financiación y con financiación 171
Tabla 59. Resumen del flujo de caja sin financiación 172
Tabla 60. Resumen del flujo de caja con financiación 173

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Empathy MAP 45
Cuadro 2. Descripción de cargo (Director contable y financiero) 86
Cuadro 3. Descripción de cargo (Director administrativo y financiero) 90
Cuadro 4. Descripción de cargo (Administrador punto de venta) 93
Cuadro 5. Descripción de cargo (Mensajero) 96
Cuadro 6. Descripción de cargo (Operario) 99
Cuadro 7. Características de cargo 107
Cuadro 8. Identificación del cargo (director contable-financiero) 108
Cuadro 9. Identificación del cargo (director administrativo comercial) 108
Cuadro 10. Identificación (administrador) 109
Cuadro 11. Identificación del cargo (operario) 109
Cuadro 12. Identificación del cargo (mensajero) 109
Cuadro 13. Funciones estratégicas del cargo 111

LISTA DE GRAFICOS

Pág.

Gráfico 1. ¿Con qué frecuencia consume usted bebidas refrescantes (Smoothies, granizados o Frappes? 50
Gráfico 2. ¿En qué rango de edad se encuentra? 50
Gráfico 3. ¿En qué establecimientos suele comprar este tipo de bebidas? 51
Gráfico 4. ¿Cuál es el motivo por el cual usted consume este tipo de bebidas? ... 51
Gráfico 5. Si una bebida contiene perlas que al tener contacto con su paladar explotan generando una combinación de sabor ¿Lo compraría? 52
Gráfico 6. ¿De qué tamaño en los siguientes vasos, prefiere la bebida “PLOP”? . 52
Gráfico 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida “PLOP”, de acuerdo al tamaño escogido? 52
Gráfico 8. ¿Considera usted que el punto de venta es un factor importante en la decisión de su consumo? 53
Gráfico 9. Indica y ordene el sabor de tu preferencia para la base de la bebida “PLOP”. De 1 a 8; siendo el #1 el de mayor preferencia. 54
Gráfico 10. De las siguientes ubicaciones ¿En cuál prefiere usted que se encuentre el punto de venta "PLOP"? 54

LISTA DE IMÁGENES

Pág.

Imagen 1. Árbol del problema. 21
Imagen 2. Presentación del producto Plop. 60
Imagen 3. Licuadora Oster profesional Bpst02-b00 62
Imagen 4. Nevera 220L SE DA TI 63
Imagen 5. Silla bar media home collection 64
Imagen 6. Stand personalizado 65
Imagen 7. Mesa para alimentos 66
Imagen 8. Juego de sillas y mesas moderna 67
Imagen 9. Caja registradora Casio alfanumérica 68
Imagen 10. Samsung laser xpress SL-M2020W 69
Imagen 11. Celular Samsung J2 Prime 70
Imagen 12. Computador portátil Hp Dual Core 71
Imagen 13. Plan funcional general 72
Imagen 14. Diagrama de flujo de proceso 73
Imagen 15. Diagrama de flujo del proceso de pedido de la bebida PLOP del cliente 74
Imagen 16. Local de la empresa PLOP 81
Imagen 17. Plano del local de la empresa PLOP 82
Imagen 18. Estructura organizacional 85
Imagen 19. Diagrama proceso de selección del personal 103
Imagen 20. Formulario de Bomberos de Yumbo 112
Imagen 21. Formulario para la certificación de permiso de Suelos 114
Imagen 22. Formulario para la certificación de salud 115
Imagen 23. Gastos notariales 121
Imagen 24. Registro de cámara y comercio de Cali 122

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo 1. Perlas de fruta con sabor a kiwi 181
Anexo 2. Perlas de fruta con sabor a maracuyá. 181
Anexo 3. Perlas de fruta con sabor a cereza. 182
Anexo 4. Perlas de fruta con sabor a arándano azul. 182

RESUMEN

Toda persona decidida a emprender quiere aplicar los métodos y medidas necesarias para mostrar sus cualidades en una idea de negocio, y de esta manera obtener beneficios no solo para sí mismo, sino para toda la sociedad, convirtiéndose en ejemplo inspirador para seguir sus visiones y metas.

“PLOP” es una empresa que se dedicada a la elaboración y venta de bebidas explosivas, el producto está diseñado es a base de pulpa fresca de fruta mezclado con perlas de diferentes colores y sabores, que al morder generan una explosión de emociones y sensaciones, se encuentra ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

Lo que se pretende con la idea de negocio es abordar el cliente con un producto innovador, y cautivar de forma natural y libre al cliente, no solo se procura satisfacer necesidades sino que también se espera brindar cobertura a las emociones para poder expresarse con tan solo tomar una bebida y lograr persuadir al consumidor con tan solo probar el producto.

Se espera ser una empresa líder en costos, por lo tanto se deben optimizar los recursos, de esta manera con menos gastos se generan más ganancias, ser competitivo en el mercado en cuanto a precios e innovación.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas explosivas “PLOP”, ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, se diseñan y se aplican unos objetivos, y como producto de la investigación se espera poder llevar a cabo la idea de negocio.

Se realiza un estudio de mercado evidenciado en diferentes capítulos para alcanzar el objetivo general, en primer lugar, se realiza el planteamiento y la síntesis del proyecto a desarrollar, fundamentado en un marco conceptual y teórico desde una perspectiva empresarial. En el segundo capítulo, se lleva a cabo un estudio, con el fin de conseguir información sobre los clientes reales y potenciales, determinar y establecer la demanda, conocer el comportamiento del consumidor y sus intereses, gustos y necesidades, en general saber lo que el consumidor quiere, para venderle productos con características específicas y de esta manera diseñar un plan de mercadeo con el propósito de conocer los mecanismos de promoción y tácticas del mercado.

En el tercer capítulo, se observa la estructura del producto, se lleva a cabo la descripción detallada de los componentes técnicos requeridos, el tamaño de la empresa según las unidades a ofertar, se diagnostican los procesos a llevar a cabo, como también insumos, materia prima, maquinaria y equipo.

En el cuarto capítulo, se crea la estructura organizacional de la empresa, se especifica la razón y el objeto social, se proyecta la estructura organizacional y legal, el tipo de reclutamiento, el proceso de selección del personal, formación y entrenamiento.

Por último se realiza en el quinto capítulo, a través de análisis enfocado en el sector financiero, se da a conocer la viabilidad en el tiempo y rentabilidad del proyecto, recopilando la información de los anteriores capítulos, se tiene en cuenta la

inversión inicial, los activos e insumos requeridos, la asignación y distribución de cargos, para realizar una proyección de ventas y garantizar la vida y utilidad de la empresa.

Es compromiso ser responsable y coherente en los anteriores capítulos ya que de estos depende el éxito empresarial de la idea de negocio planteada.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TITULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE BEBIDAS EXPLOSIVAS “PLOP” A BASE DE FRUTAS, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Actualmente existen factores que influyen considerablemente en la decisión y comportamiento de compra del consumidor y muchas veces no son tomados en cuenta por el empresario, conocer cómo funciona la mente del cliente es clave fundamental para alcanzar el éxito empresarial, ya que a partir de allí se puede identificar sus gustos, intereses, tendencias o necesidades(Conocimientos nuevo milenio, 2013).

¿Cuál es el motivo por el que compran los clientes?; existen muchas razones, los clientes compran por moda, habito, tendencia, confort, bienestar, seguridad y vanidad, sus deseos van enfocados a la innovación, la relación que existe entre calidad/precio, producto/servicio, gusto por el lugar de venta, y la necesidad de tener los mejores productos del mercado, adquiriendo un nivel de vida más ostentoso.

Los consumidores hoy en día se inclinan más por costumbres de compra moderna, prefieren productos y servicios que los sorprendan que sean innovadores, se fija en la estructura y las características del empaque, y en la forma en que serán

atendidos en el punto de venta, de esto dependerá vivenciar una experiencia de compra exitosa, un factor que influye en el consumidor es su estilo de vida y carácter, dado que, los clientes adquieren los productos con los que más se identifican y asemejan a sus características psicológicas.

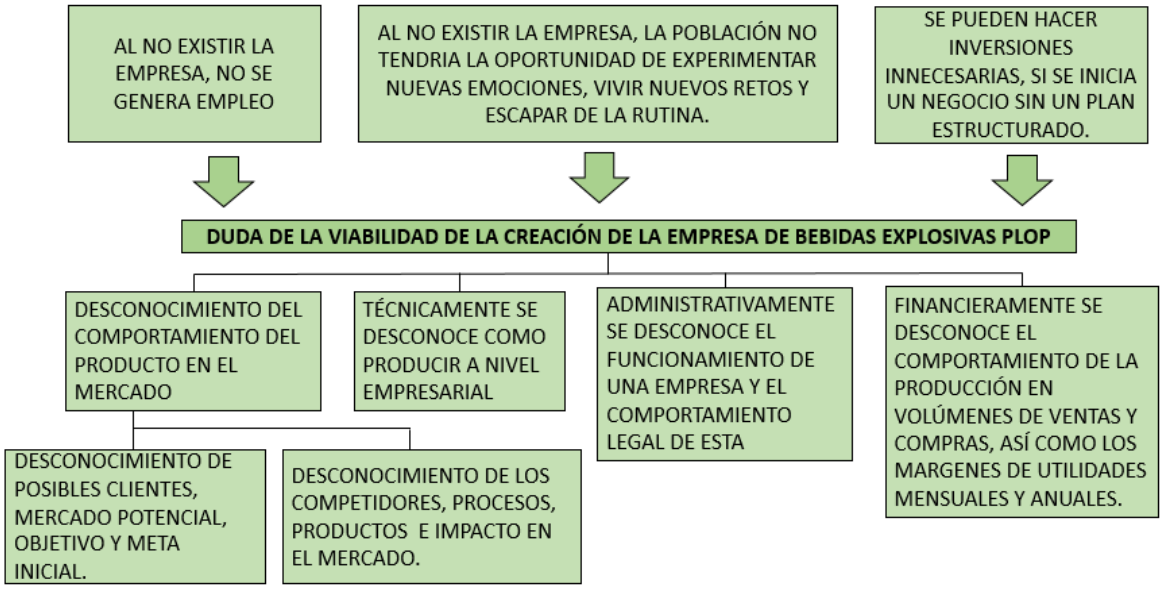
La percepción es otro factor importante, según el grado de intensidad, contraste creatividad e innovación del producto el consumidor se estimula captando su atención, por lo general se logra a través de colores, diseño de logos llamativos, marca y empaque.

En el caso del el municipio de Yumbo, Valle de Cauca no cuenta con empresas que tengan en cuenta estas características, no se centran en conocer el comportamiento del consumidor debido a que sus intereses son lucrativos solamente y las empresas que existen en este mercado satisfacen esa necesidad física distribuyendo productos y servicios de las multinacionales.

“PLOP” cuenta con una identidad única, libre y autónoma que tiene como objetivo escapar de la rutina, despertando nuevas vivencias, generando nuevas emociones, creando motivación por parte del consumidor en el momento de compra, siendo una fuerza que atrae e impulsa al cliente a elegir el producto, que según su estado de ánimo, características e intereses, se lograra satisfacer sus necesidades, la bebida “PLOP” tiene un empaque práctico, con un diseño de logo llamativo reflejando autenticidad, diversión y creatividad.

1.3.2 Árbol del problema. Se identifica las causas y las consecuencias del problema de investigación.

Imagen 1. Árbol del problema.



Fuente: Los autores.

1.3.3 Formulación del problema. ¿ES VIABLE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE BEBIDAS EXPLOSIVAS“PLOP” A BASE DE FRUTAS, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA?

1.3.4 Sistematización del problema. Para el desarrollo del presente proyecto, el grupo investigador se plantea los siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Cuál es la estructura sectorial y de mercado de bebidas en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?
- ✓ ¿Cuál es la estructura técnica y tecnológica requerida para la creación de la empresa “PLOP” en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?
- ✓ ¿Cuál es la estructura organizacional y legal para la creación de la empresa “PLOP” en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

- ¿Cuál es la estructura económica y financiera para la creación de la empresa "PLOP" en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Diseñar un estudio de mercadeo, técnico, organizacional, legal, económico y financiero para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas explosivas "PLOP" a base de frutas, con el propósito de posicionarse como la marca líder más poderosa e innovadora de bebidas, ubicada en el municipio de yumbo, valle del cauca.

1.4.2 Objetivo específico. Para el cumplimiento óptimo del propósito del proyecto es necesario:

- Identificar la estructura sectorial y de mercado de bebidas en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.
- Especificar la estructura técnica y tecnológica requerida para la creación de la empresa "PLOP" en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.
- Establecer la estructura organizacional y legal para la creación de la empresa "PLOP" en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.
- Desarrollar la estructura económica y financiera para la creación de la empresa "PLOP" en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.5 JUSTIFICACIÓN

A nivel general el mercado se encuentra enfocado en satisfacer las necesidades del consumidor y de esta manera lucrarse generando ventas considerables, para producir ventas exitosas y en un mercado creciente como el de las bebidas el cual presenta gran diversidad de productos existentes, con diferentes características en cuanto a sabores, tamaño y precio, siendo estos factores que analiza el consumidor, causando que sea un poco complicado llegar al cliente y lograr su atención.

En municipio de Yumbo, Valle de Cauca son pocas las empresas que cuentan con las características de calidad e innovación necesarias para llegar al cliente ya que muchos empresarios no se centran en conocer el comportamiento del consumidor debido a que sus intereses son lucrativos solamente, por lo tanto es satisfactorio contribuir al crecimiento del municipio de Yumbo, Valle del Cauca, implementado la presente idea de negocio.

Es compromiso de “PLOP” cambiar la forma de pensar del cliente y generar una innovación que impacte en el mercado, la cual pretende atraer la atención del consumidor en el modo de compra, no se basa solo en la simple necesidad de consumir también en brindar diferentes experiencias y emociones a las persona en el punto de venta.

De acuerdo con lo anterior se pretende llevar a cabo a través de un estudio de mercado donde se analiza el sector, la demanda, la oferta, la competencia pero principalmente indagar las teorías sobre la conducta, estilo de vida del consumidor y comportamiento, para tener clara la información y poder desarrollar el proyecto, también es agradable poder contribuir al crecimiento del municipio de Yumbo (valle) fomentando el empleo.

Alejandro Montiel (2013)menciona que las empresas deben de ser conscientes que el futuro de ellas depende de los clientes, puesto que ellos son los que tienen la respuesta si una empresa se mantiene o no en el mercado, por consiguiente es de suma importancia que una organización tenga como habito invertir en realizar análisis al consumidor, puesto que este es por naturaleza cambiante.

Uno de los métodos para realizar el análisis, es la encuesta la cual ayudará a segmentar el mercado y aprovechar al máximo la información obtenida para estudiar la viabilidad de la empresa PLOP. La segmentación es muy importante ya que al identificar un pequeño grupo de la población por ciertos gustos, hábitos, características, y en sí lo que se quiera realizar en la segmentación, para obtener

una mayor probabilidad de que el producto o servicio a ofrecer sea aceptado por el público objetivo y en este caso es lograr que PLOP conecte con el mercado(2014).

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Referente histórico. Es importante conocer los inicios de las bebidas para identificar los antecedentes de lo que se va a investigar.

Las bebidas refrescantes iniciaron a finales del siglo XVIII, donde la gran mayoría de ellas tuvo su origen como antibiótico para pequeñas enfermedades.

El termino SODA dio apertura al mercado de las bebidas modernas, elaboradas unas a base de agua natural o aguas gaseosas naturales, combinadas con frutos y edulcorantes con miel, y otras a partir de agua, bicarbonato sódico y anhídrido carbónico, sin perder su origen medicinal.

En 1783 el joven científico amateur, Jean Jacob Schweppe, perfeccionó y desarrollo la fabricación industrial de las bebidas, teniendo como resultado una bebida carbonatada con sabor, conocida como tónica, siendo de alta calidad y generando una gran demanda en su compra.

En las primeras décadas del siglo XIX, los refrescos trascendieron los usos pseudo terapéuticos y se hicieron habituales en el ámbito familiar, convirtiéndose en las bebidas ideales para acompañar comidas y cenas. Este incremento de la demanda hizo que los fabricantes empezarán a investigar para desarrollar nuevas bebidas carbonatadas de distintos sabores.(Asociación de bebidas refrescantes, 2013, párr. 6)

Al hacerse las bebidas refrescantes más conocidas, los fabricantes tuvieron que mejorar e innovar la formula, la producción, imagen y distribución del producto teniendo en cuenta la evolución de la sociedad en cuanto a sus gustos y preferencias

En la 2da guerra mundial se extendió el mercado en diferentes países, en el siglo XX su innovación en sabores fue mayor formando parte de los hábitos sociales de los consumidores alrededor del mundo.

En la década de los 60 la novedad fue el cuidado personal lo que llevo a la industria a tener nuevos sabores sin muchas calorías sin perder su esencia, ampliando el portafolio de bebidas generando el ideal para cada gusto y necesidad.

La constante evolución y capacidad de adaptación a lo largo de sus más de dos siglos de historia ha convertido a la industria de las bebidas refrescantes en una de las más dinámicas e innovadoras. El consumidor cuenta hoy, a lo largo de todo el planeta, con una gran variedad de refrescos para cada momento y lugar, lo que le permite saciar la sed de forma saludable, divertida y placentera.

Esta variedad de sabores hace más placentero beber y mantener unos óptimos niveles de hidratación(Asociación de bebidas refrescantes, 2013, párr. 15)*.*

1.6.2 Referente teórico. Para el desarrollo del proyecto es necesario conocer la descripción de todos los aspectos metodológicos.

La metodología de la investigación surge del conocimiento científico y lo orienta a la solución de una problemática social, cultural, científica etc. que no se ha investigado, y va encaminado a profundizar el conocimiento de un proceso ya sea teórico, practico, o teórico-práctico. La cual surge de la necesidad que el hombre tiene de darle solución a todas las cosas, explicar su naturaleza y todo aquello que lo rodea en pro de su beneficio y de satisfacer sus necesidades e intereses, siendo la investigación innovadora y creativa, eficiente y eficaz para alcanzar los resultados y objetivos esperados.

Algunos aspectos a tomar en cuenta para realizar una investigación(Cortés Cortés & Iglesias León, 2005, p. 9):

- ✓ *Surgimiento de la IDEA, el TEMA o el ÁREA que se desea investigar*

- ✓ *Seleccionar el lugar dónde desarrollar el estudio.*
- ✓ *Elección de los participantes en el proceso de estudio.*
- ✓ *Revisión del lugar de estudio.*
- ✓ *Realización del trabajo de campo de la investigación.*
- ✓ *Diseñar la Investigación. Bosquejo del conjunto de los componentes (Tema, problema, objetivos, etc. es la dimensión estratégica del proceso de investigación.)*
- ✓ *Confección o selección del Instrumento.*
- ✓ *Etapa de la Recopilación de la Información.*
- ✓ *Procesamiento de la Información para su posterior análisis.*
- ✓ *Método del Análisis de Datos.*
- ✓ *Confección Final de los Resultados de la Investigación. Creación del Informe Final.*

MÉTODO DE ENCUESTA

Para elaborar una investigación correcta, es necesaria para el proceso la utilización de técnicas, dentro de las cuales está el método de la encuesta.

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado(Ferrer, 2010, párr. 16)*.*

Es importante tener en cuenta diversas teorías sobre el comportamiento psicológico del consumidor, ya que conociendo esta parte se hace más fácil la investigación del mercado y estudiar su viabilidad, puesto que el objetivo del producto es brindar experiencias agradables e inolvidables y no solo bebidas refrescantes y explosivas.

ESTUDIO DE LA PERSONALIDAD

Se considera el estudio de la personalidad como parte importante de la mercadotecnia, porque se toman en cuenta aspectos relativos a tal característica humana para considerar qué, cuándo y cómo realizan los consumidores una compra.

La personalidad está formada por las características psicológicas internas que determinan y reflejan la forma en que un individuo responde a su ambiente de consumo. Cuando se habla de características internas nos referimos a aquellas cualidades, atributos, rasgos, factores y hábitos únicos que distinguen a una persona de las demás(Corona Vázquez, 2012, p. 48)*.*

León G. Schiffman y Leslie Lazar Kanuk con la colaboración de Joseph Wisenblit(Schiffman, Wisenblit, & Kanuk, 2010, p. 118)definen a la personalidad como "*las características psicológicas internas que determinan y reflejan la forma en que un individuo responde a su ambiente*". "*Los consumidores cuentan con características internas como cualidades, atributos, rasgos, factores y hábitos que los diferencian de los demás y estos precisamente influyen en la selección de productos o servicios para el consumo y/o la compra"* (Corona Vázquez, 2012, p. 49)*.*

TEORÍA DE LOS RASGOS DE LA PERSONALIDAD

*Un rasgo es una característica relativamente estable de la personalidad que hace que las personas se comporten de cierta manera**.** La teoría de los rasgos de la personalidad es una de las principales áreas teóricas en el estudio de la personalidad.*

La teoría de los rasgos de la personalidad sugiere que las personalidades individuales se componen de estas una amplia variedad de factores.

*A diferencia de muchas otras teorías de la personalidad, tales como las teorías psicoanalíticas o las humanísticas**,** la teoría de los rasgos de la personalidad se centra en las diferencias entre los individuos**.** La combinación e interacción de diversos rasgos forman una personalidad que es única para cada individuo. Teoría de los rasgos se centra en la identificación y medición de estas características individuales de la personalidad* (Psicoactiva mujer hoy, 2016, p. 20)*.*

Gabriela Corona Vázquez en su libro Comportamiento del consumidor, habla acerca de las teorías de la personalidad, las cuales son la Freudiana y la Neo freudiana:

Teoría Freudiana

Sigmund Freud, con la teoría psicoanalítica de la personalidad, aporta elementos valiosos al estudio de la personalidad; se construye sobre la premisa de que las necesidades o los impulsos inconscientes son el fundamento mismo de la motivación y personalidad del individuo.

Al aplicar la teoría freudiana al estudio de la personalidad, los expertos en marketing consideran que los impulsos son inconscientes; es decir, que los consumidores no se dan cuenta de los verdaderos motivos por los cuales realizan la compra, sino simplemente por su personalidad se sienten atraídos a una u otra marca.

Los estudios de Freud descansan en tres sistemas que experimenta todo individuo y están íntimamente relacionados: el id, el superego y el ego. El id son los impulsos irreflexivos y primitivos, para los cuales el individuo busca satisfacción inmediata, sin fijarse en los medios de los que se valdrá para la satisfacción.

El superego, se conceptualiza como la expresión interna del individuo respecto de la moral y los códigos éticos de conducta de la sociedad. Su 52 función consiste en vigilar que el individuo satisfaga sus necesidades en formas socialmente aceptables, es una especie de freno ante lo que el id exige. El ego es el control consciente del individuo, busca equilibrar los impulsos que dicta el id con las restricciones del superego.

Teoría neo freudiana

Los neofreudianos, *a diferencia de Freud, creían que para la formación y el desarrollo de la personalidad era indispensable las relaciones sociales.*

Alfred Adler consideraba que los seres humanos intentan alcanzar diversas metas racionales que en sí son las actividades que realiza un individuo como rutina, convirtiéndose esto en un estilo de vida

Harry StackSullivan se centró especialmente en los esfuerzos que hace el individuo para disminuir las tenciones y en que la gente en el mayor de los casos busca establecer relaciones significativas y gratificantes con otras personas.

Karen Horney estableció una clasificación de las personas con base en tres grupos de personalidades:

- ✓ *Los individuos complacientes son quienes tienden a moverse hacia los demás (quieren ser amados, protegidos, deseados, aceptados).*
- ✓ *Los individuos agresivos son quienes se mueven en dirección contraria a la de otras personas (buscando sobresalir y ganarse la admiración).*
- ✓ *Los individuos independientes son quienes se mueven para alejarse de los demás (desean autonomía, confianza en sí mismos, autosuficiencia, individualismo y estar libres de obligaciones.*

Esta clasificación alude al hecho de los consumidores complacientes tienen amplia lealtad de marca y los independientes no tienen temor o resistencia a probar marcas diferentes (Corona Vázquez, 2012, pp. 51-53).

1.6.3 Referente conceptual. Bebidas refrescantes: Son bebidas alcohólicas, carbonatadas o no, elaboradas con agua de consumo humano, aguas preparadas, agua mineral natural o de manantial (en lo sucesivo agua), que contienen uno o más de los siguientes ingredientes: anhídrido carbónico, azúcares, zumos, purés, disgregados de frutas y/o vegetales, extractos vegetales, vitaminas y

minerales, aromas, aditivos autorizados u otros ingredientes alimenticios (Asociación de bebidas refrescantes, 2013, párr. 1).

Competencia: Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten con la nuestra directamente (con los mismos productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros (Arias, 2010, párr. 2).

Conocimiento: Es el acumulo de información, adquirido de forma científica o empírica. Partiremos de que Conocer es aprehender o captar con la inteligencia los entes y así convertirlos en objetos de un acto de conocimiento. Todo acto de conocimiento supone una referencia mutua o relación entre: SUJETO – OBJETO (Cheesman, 2011, p. 1).

Consumidor: Es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado(Sánchez Galán, 2016, párr. 1)**.**

Emprendimiento: El uso más habitual del concepto aparece en el ámbito económico y los negocios. En este caso, un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico que invierte recursos con objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

Innovación: es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado(García González, 2012, p. 3).

Investigación: es un proceso sistemático, organizado y objetivo, cuyo propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así aumentar el conocimiento y la información sobre algo desconocido. Asimismo, la investigación es una actividad

sistemática dirigida a obtener, mediante observación, la experimentación, nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología (Cheesman, 2011, párr. 2).

Teoria: Toda concepción racional al que intenta dar una visión o explicación sobre cualquier asunto o realidad (Carvajal Villaplana, 2013, p. 16).

1.6.4 Referente legal. NORMATIVIDAD:

Legislación sanitaria(Manipulación de Alimentos Colombia, 2017, párr. 1-27).

Interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

a. todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.

b. todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

c. los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.

d. las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

CAPITULO III. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Artículo 13. ESTADO DE SALUD.

a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber

efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

Artículo 14. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.

a. Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

b. Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria

competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

c. La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificara el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.

d. Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.

e. El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

Última Actualización: Resolución 2674 del 2013. A partir de Julio de 2014 entra en vigencia el Decreto 3075 de 2013

NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-USNA 007

REQUISITOS SANITARIOS PARA LOS MANIPULADORES DE ALIMENTOS

a. Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.

b. Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.

LEY 9 de 1979

Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

RESOLUCIÓN 5109 DE 2005

Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.

DECRETO 1575 DE 2007

El objeto del presente decreto es establecer el sistema para la protección y control de la calidad del agua, con el fin de monitorear, prevenir y controlar los riesgos para la salud humana causados por su consumo, exceptuando el agua envasada.

Aplica a todas las personas prestadoras que suministren o distribuyan agua para consumo humano, ya sea cruda o tratada, en todo el territorio nacional, independientemente del uso que de ella se haga para otras actividades económicas, a las direcciones territoriales de salud, autoridades ambientales y sanitarias y a los usuarios.

(Alcaldía de Bogotá, s. f.)En dicha ley en los Artículos del 10 al 13 se habla de los residuos líquidos, los cuales deberán someterse a ciertos requisitos que establece el Ministerio de Salud, sobre el sistema de alcantarillado, la zona en la que se ubica el negocio o empresa, etc.

Y en los artículos del 14 al 21 se habla acerca de los tratamientos que se le deben de realizar a los residuos líquidos para la preservación y conservación de la calidad de las aguas.

Por otro lado se menciona la disposición de excretas en el artículo 36 *"Toda edificación o concentración de éstas, ubicada en áreas o sectores que carezcan de alcantarillado público o privado deberá dotarse de un sistema sanitario de disposición de excretas"*(párr. 60)*.*

RESOLUCIÓN 765 de 2010: Deroga a Res.1090 de 1998 y 127 del 2001.

ARTÍCULO PRIMERO.- OBJETO.

La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a:

a. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos destinados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos y de transporte de éstos, en los que se deberá ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación.

Parágrafo: Las fábricas de Alimentos deberán regirse a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.

b. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

PARÁGRAFO:

En los establecimientos antes señalados, donde la capacitación se ofrezca por capacitador particular, deberá reposar como soporte junto a la certificación en

manejo higiénico de alimentos, copia de la autorización vigente de los capacitadores particulares, solicitud de la supervisión la cual debe tener evidencia de radicación ante la autoridad competente y la lista de personas capacitadas.

ARTÍCULO SEGUNDO.- REQUISITOS PARA SER MANIPULADOR DE ALIMENTOS. Para ser manipulador de alimentos se requiere:

a. Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado o capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién hagas sus veces en el Distrito Capital.

b. Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.

PARÁGRAFO PRIMERO: De conformidad con lo establecido en el artículo 80 de la Resolución 2905 de 2007, cuando se trate de personal de establecimientos dedicados al expendio y almacenamiento de carne y productos cárnicos comestibles se deberá cumplir con los requisitos de capacitación de dicha norma.

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipos de estudio. En este caso es un estudio descriptivo.

1.7.1.1 Estudio descriptivo. Teniendo en cuenta los datos que se recolectaron, se realiza un estudio descriptivo con el objetivo de analizar los datos obtenidos, el cual presenta un enfoque más flexible fundamentado en técnicas

cualitativas para entender la conducta de los consumidores y así implementar las mejores estrategias para satisfacer sus necesidades.

1.7.2 Método de investigación. Se observa, se analiza y se realiza una técnica de recolección de datos como la encuesta, para tener claridad en el proyecto.

1.7.2.1 Método de observación. Este método permite analizar el comportamiento de los consumidores en el momento de compra, sus intereses, tendencias y hábitos de compra para determinar la viabilidad de la creación de la empresa "PLOP" dedicada a la elaboración y venta de bebidas explosivas en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.7.2.2 Método de análisis. Este método permite indagar a profundidad cada capítulo, mostrando un panorama más amplio de lo que se está buscando, y de esta manera tomar mejores decisiones para la implementación y el desarrollo de la idea de negocio, implementando estrategias de mercado y nuevas ideas para mejorar la competencia del entorno.

Método de encuesta. Para elaborar una investigación correcta, es necesaria la utilización de técnicas, dentro de las cuales está el método de la encuesta.

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado (Ferrer, 2010, párr. 16).

Mediante este método se puede recolectar la información por medio de un cuestionario diseñado con características específicas, se aplica a una muestra representativa de la población, de manera que, los resultados adquiridos permitan

evaluar a profundidad el comportamiento y las preferencias de los consumidores a nivel general.

De acuerdo con lo anterior se diseña una encuesta con ocho preguntas, en las cuales se busca conocer el comportamiento y los gustos del consumidor, por lo tanto los resultados son de vital importancia para la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas explosivas “PLOP” a base de frutas, ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.7.2.3 Fuentes y técnicas para recolección de información. Dentro de ellas están las fuentes primarias y secundarias:

1.7.2.4 Fuentes primarias. Se realizará una encuesta con el fin de conocer qué tan factible puede ser la idea de negocio, se toma como fuente primaria la recolección de información a través de las personas, para proporcionar ideas acerca de sus gustos, preferencias y hábitos de compra, de esta manera se pretende diseñar y desarrollar estrategias de mercado que satisfagan sus necesidades.

1.7.2.5 Fuentes secundarias. Como fuente secundaria, se recurre a la investigación de la estructura sectorial y de mercado, además de la existencia de otras empresas dedicadas a la venta de bebidas en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

1.7.3 Tratamiento de la información. La técnica estadística que se utilizó para tratar la información fue el análisis debido a que es la más efectiva para determinar la media y poder calcular el comportamiento, hábitos, intereses y preferencias de los clientes.

1.7.3.1 Técnicas estadísticas. La información obtenida es tratada por medio de hojas de cálculo, Excel 2016 el cual permite organizar los datos de

texto o numéricos a través de tablas dinámicas que ilustra y presenta la información detallada y con mayor claridad.

1.7.3.2 Resultados esperados. Mediante el trabajo de investigación se pretende identificar la estructura sectorial del mercado de bebidas, conocer el mercado objetivo y de esta manera implementar un servicio adecuado, para ello también se espera realizar un estudio técnico en el cual nos dé a conocer qué tan factible es la implementación de la idea, es decir, si el tamaño de los posibles usuarios del proyecto es una cantidad considerable para iniciar y construir la idea de negocio, para que así mismo se pueda estructurar una posible ampliación en el portafolio de servicios. Otro de los resultados que se esperan con la investigación es poder determinar qué tan factible es financieramente el proyecto, de manera tal que se establezcan unas estrategias para asegurar el retorno de la inversión y generar ganancias para la compañía.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

De acuerdo a Nielsen (2017)manifiesta que la oferta de refrescos y bebidas frozen están en tendencia de crecimiento, comparado con años anteriores, los cuales muestran niveles de consumo notablemente bajos. El motivo del crecimiento es por la tendencia de consumo de los clientes, ya que ahora buscan sabores exóticos y valores agregados que antes no se encontraban en el mercado. Esto hace que los consumidores al momento de la compra, cambien sus productos tradicionales por productos que satisfagan completamente sus expectativas.

El mercado Colombiano se encuentra en total crecimiento aproximadamente del 2,9%, según la revista Dinero, y esto se centra específicamente en productos con factores diferenciadores, ya sea en el contenido como tal, o asociados en la otra tendencia: la funcionalidad, que en ella incluye sabor, textura, precio, tamaño y empaque.

"De acuerdo con la firma de investigación de mercado Euro monitor International, en Colombia se compran diariamente 928 calorías per cápita provenientes de alimentos envasados y bebidas sin alcohol. Así se comporta el segmento de bebidas"(Dinero, 2015, párr. 1).

En el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, el mercado de bebidas frozen no se encuentra saturado, es decir, la oferta de este tipo de bebidas es de muy bajo porcentaje, lo que es una ventaja para la empresa "PLOP". Para entrar e impactar el mercado la empresa diseña estrategias que contribuyan al crecimiento, consolidación y perfeccionamiento de la marca, logrando día a día mayor captación del cliente y sea destacada por sus ventajas competitivas.

La estrategia más importante es "cultura – cliente" la cual consiste en demostrarle al cliente que es el principal protagonista de la empresa, con el fin de brindar un

servicio de excelente calidad, es decir, una experiencia que vaya más allá de sus expectativas.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

El sector de bebidas frozen en Yumbo, Valle del Cauca, es relativamente bajo, solo existe una empresa que se dedica a la venta de este tipo de bebidas, lo cual hace que el mercado se encuentre en apertura y sea atractivo, además de las tendencias innovadoras que tienen los consumidores al momento de realizar una compra.

2.2.1 Análisis de demanda.

Para el análisis de la demanda se tendrá en cuenta la siguiente información:

La ubicación del punto de venta “PLOP” es en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, su producto será dirigido a un público de edad entre los 15 y 49 años.

Base estadística municipal aproximada población por grupos de edad del municipio de Yumbo, Valle del Cauca año 2017:

Tabla 1. Estadísticas de edades del municipio de Yumbo.

EDAD (AÑOS)	HABITANTES
15 - 19	17.233
20 - 24	17.910
25 - 29	17.081
30 - 34	15.929
35 - 39	14.787
40 - 44	13.517
45 - 49	13.468
TOTAL HABITANTES	**109.925**

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2016, p. 13)

Teniendo en cuenta que el producto va dirigido a personas que cuenten con poder adquisitivo de compra, de este modo al total de los habitantes se le resta el 10,9% que corresponde al porcentaje de desempleo:

Tabla 2. Total de habitantes desempleados en el municipio de Yumbo.

TOTAL HABITANTES	**109.925**
PORCENTAJE DESEMPLEO (10,9%)	**97.943**

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2016, p. 46)

Se elige como mercado real el 3.011% de la cifra del mercado potencial, y como resultado se obtuvo:

Tabla 3. Total de mercado real del municipio de Yumbo.

TOTAL HABITANTES	**109.925**
PORCENTAJE DESEMPLEO (10,9%)	**97.943**
MERCADO REAL (3,011%)	**2.950**

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2016, p. 46).

Para determinar la cuantificación en pesos del mercado real se toma en cuenta el salario promedio en Colombia y el índice de gastos de comida fuera del hogar, teniendo como resultado la siguiente información:

- ✓ El índice de comidas fuera del hogar (1,68%)(DANE, 2016, p. 7).
- ✓ Ingresos mensuales que perciben en promedio los hogares del país son de1,9 millones de pesos(La República, 2015, párr. 2)(Editorial La República S.A.S, 2015, párr. 2).

Tabla 4. Salario promedio.

SALARIO PROMEDIO	$	1.900.000
INDICE DE GASTO		1,68%
CUANTIFICACIÓN	$	31.920

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2016, p. 46).

De acuerdo con las operaciones matemáticas realizadas, se define que el mercado meta de 3.421 personas, teniendo disponible una cifra 31.920 pesos mensuales destinados para comprar comida fuera del hogar.

2.2.2 Análisis de la oferta. En el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, existe una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas frozen, llamada “MANGUCCI”, su punto de venta está en el barrio Uribe Uribe; su portafolio cuenta con granizados a base de agua y de leche. Su permanencia en el mercado es de aproximadamente dos años.

De acuerdo al estudio de oferta realizado, se concluye que es un mercado que brinda oportunidad de crecimiento para la empresa “PLOP”.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

La idea de negocio “PLOP” es la preparación y venta de una bebida a base de jugo de fruta mezclado con perlas de sabores recubiertas por una gelatina de alga, rellena de extractos de frutas que al tener contacto con el paladar explotan, creando una nueva e innovadora experiencia. El sabor del jugo y de las perlas es a decisión del cliente.

Para la base del jugo las frutas disponibles son: maracuyá, lulo, mango, mora, fresa, limón, naranja, mandarina.

Los sabores de perlas están: fresa, lychee, blueberry (arándano), kiwi, cereza, maracuyá, manzana verde, pomegranate (granadina).

Como idea principal de “PLOP” es brindar experiencias de compra nuevas, donde el cliente se divierta y perciba una mezcla de sensaciones y emociones al consumir la bebida.

PROVEEDORES:

“PLOP” cuenta con varias opciones de proveedores, en caso de cualquier eventualidad con alguno de ellos se recurrirá a otro. Los proveedores son:

- ✓ Kolimport Colombia SAS: es una empresa de alimentos y bebidas, distribuidores de la topping boba, perlas explosivas marca JUICE POPPERS, ubicada en Medellín, Antioquia, Colombia.
- ✓ Fábrica de hielo LA ROCA
- ✓ Price Smart, Inc.: es el operador de clubes más grande por membrecía de América Central, se encuentra disponible a toda hora del día y ofrece producto de excelente calidad a bajos precios.

La forma de pago de todos los proveedores es en dinero en efectivo.

2.3.1 Clientes. El nicho de mercado al que va dirigido la empresa “PLOP” son hombres y mujeres entre 16 y 45 años de edad, estudiantes, profesionales y empleados de nivel socioeconómico medio, es decir, estrato 1 y 2, con hábitos de consumo y tendencias innovadoras.

Cuadro 1. Empathy MAP

¿QUE PIENSA?	¿QUE VE?
Usualmente en terminar su responsabilidad y así tener un tiempo libre para divertirse.	Mercadeo viral del producto, aumentando las ganas de consumir y pasar un rato agradable.
¿QUE ESCUCHA?	**¿QUE DICE Y HACE?**
Comentarios de terceros sobre la experiencia de compra, y el excelente producto.	Espera tener un tiempo libre y contar con el presupuesto para disfrutar de una bebida, probablemente sea exactamente lo que haga.

Fuente: Los autores.

2.3.2 Competencia. La competencia directa de la empresa tiene como razón social "MANGUCCI", dedicada a la elaboración y venta de bebidas granizadas, su punto de venta está en el barrio Uribe Uribe; su portafolio cuenta con granizados a base de agua y de leche.

Fue creada aproximadamente hace dos años, alcanzando hoy en día ventas diarias de 150 unidades y 600.000 pesos.

El precio de venta de los granizados está entre 4.000 y 7.000 pesos según sea su categoría.

El segmento a quienes van dirigidos son hombres y mujeres entre 15 y 30 años de edad.

Ha logrado alcanzar reconocimiento y prestigio por parte del consumidor, por medio de su marketing directo y viral.

La fortaleza que se tiene frente a la competencia es la innovación del topping de las perlas que causan explosión de sabor, esto genera una gran oportunidad de entrar en el mercado y obtener éxito.

2.3.3 Diseño de la investigación. Se realiza una encuesta a 300 personas del municipio de Yumbo, con el propósito de recolectar información para conocer su comportamiento, hábito, tendencia, intereses, factores que influyen en la decisión de compra y la percepción del producto.

En la encuesta se formulan diez preguntas cerradas con el objetivo de conocer resultados exactos y cuantitativos, las preguntas son de selección múltiple generando una conclusión hacia la viabilidad de la creación de una empresa “PLOP”.

2.3.3.1 Encuesta. A 300 personas se les hace 10 preguntas para conocer lo que piensa el consumidor:

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA "PLOP".

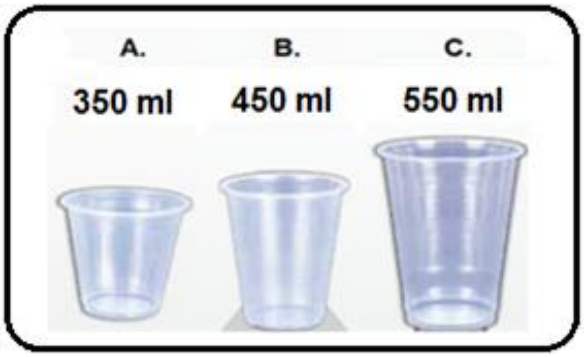
Somos un equipo de emprendimiento realizando una investigación sobre factores que influyen en la decisión de consumo de bebidas refrescantes. "PLOP" es una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas refrescantes a base de frutas combinado con perlas explosivas.

1. ¿Con que frecuencia consume usted bebidas refrescantes (Smoothies, granizados o Frappes)?
   a. Diariamente
   b. Semanalmente
   c. Quincenalmente
   d. Mensualmente
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?
   a. 16 a 25 años
   b. 26 a 35 años
   c. 36 a 45 años
   d. 46 a 55 años
3. ¿En qué establecimientos suele usted comprar este tipo de bebidas?
   a. Locales informales
   b. Grandes superficies (Éxito, La 14, Metro)

4. ¿Cuál es el motivo por el cual usted consume este tipo de bebidas? (Opción de respuesta múltiple)
   a. Hidratación
   b. Calidad
   c. Sabor
   d. Promociones en el punto de venta
5. Si una bebida contiene perlas que al tener contacto con su paladar explotan generando una combinación de sabor ¿Lo compraría?
   a. Si
   b. No

¿Por qué? _____

6. ¿De qué tamaño en los siguientes vasos, prefiere la bebida “PLOP”?



7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida “PLOP”, de acuerdo al tamaño escogido?
   a. $3.500 a $4.500
   b. $4.500 a $5.500
   c. Más de $5.500
8. ¿Considera usted que el punto de venta es un factor importante en la decisión de su consumo?
   a. Si
   b. No

¿Por qué? _____

9. Indica y ordene el sabor de tu preferencia para la base de la bebida "PLOP". De 1 a 8; siendo el #1 el de mayor preferencia.
   a. Mango
   b. Lulo

c. Maracuyá
d. Mora
e. Fresa
f. Limón
g. Naranja
h. Mandarina

10. De las siguientes ubicaciones ¿En cuál prefiere usted que se encuentre el punto de venta "PLOP"?
    a. Belalcázar
    b. San Fernando
    c. Uribe Uribe
    d. Bolívar
    e. Portales de Comfandi

2.3.3.2 Tabulación. Se reúnen todos los datos para sacar un diagnostico final.

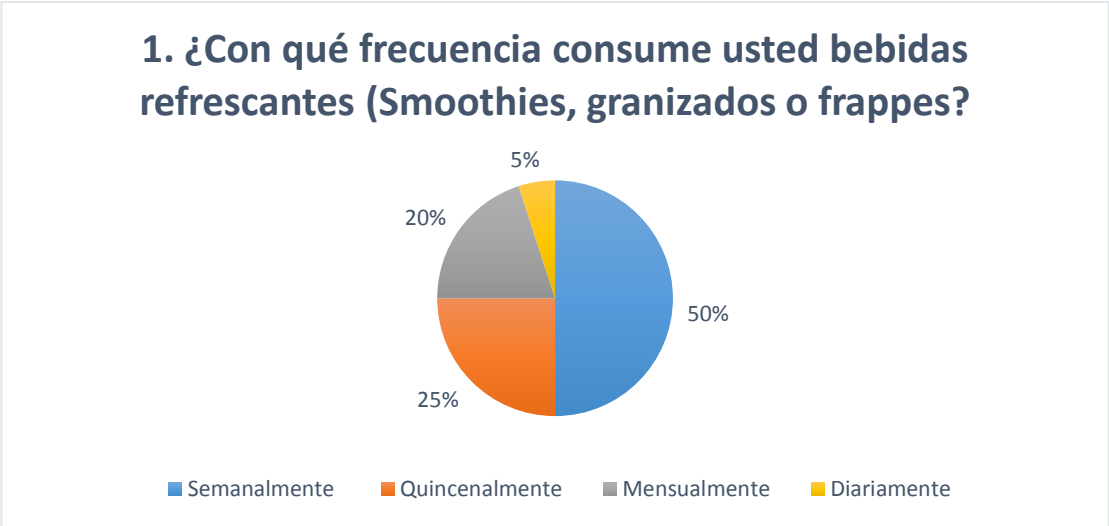
Tabla 5 Tabulación de la encuesta.

ENCUESTA REALIZADA A 300 PERSONAS		PORCENTAJE	RESPUESTAS
1. ¿Con que frecuencia consume usted bebidas refrescantes (Smoothies, granizados o frappes)?	Semanalmente	50%	150
	Quincenalmente	25%	75
	Mensualmente	20%	60
	Diariamente	5%	15
	TOTAL	**0%**	**300**
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?	16 a 25 años	70%	210
	26 a 35 años	20%	60
	36 a 45 años	5%	15
	46 a 55 años	5%	15
	TOTAL	**100%**	**300**
3. ¿En qué establecimientos suele usted comprar este tipo de bebidas?	Locales informales	85%	255
	Grandes superficies (Éxito, La 14, Metro)	15%	45
	TOTAL	**100%**	**300**
4. ¿Cuál es el motivo por el cual usted consume este tipo de bebidas? (Opción de respuesta múltiple)	Sabor	45%	135
	Hidratación	40%	120
	Promociones en el punto de venta	10%	30
	Calidad	5%	15
	TOTAL	**100%**	**300**
5. Si una bebida contiene perlas que al tener contacto con su paladar explotan generando	SI	85%	255
	NO	15%	45
	TOTAL	**100%**	**300**
6. ¿De qué tamaño en los siguientes vasos, prefiere la bebida "PLOP"?	450 ml	45%	135
	550ml	35%	105
	350 ml	20%	60
	TOTAL	**0%**	**300**
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida "PLOP", de acuerdo al tamaño escogido?	$3.500 a $4.500	60%	180
	$4.500 a $5.500	35%	105
	Más de $5.500	5%	15
	TOTAL	**100%**	**300**
8. ¿Considera usted que el punto de venta es un factor importante en la decisión de su	SI	85%	255
	NO	15%	45
	TOTAL	**100%**	**300**
9. Indica y ordene el sabor de tu preferencia para la base de la bebida "PLOP". De 1 a 8; siendo el #1 el de mayor preferencia.	Lulo	15%	45
	Maracuyá	15%	45
	Fresa	15%	45
	Mandarina	15%	45
	Mango	10%	30
	Mora	10%	30
	Limón	10%	30
	Naranja	10%	30
	TOTAL	**100%**	**300**
10. De las siguientes ubicaciones ¿En cuál prefiere usted que se encuentre el punto de venta "PLOP"?	Belalcázar	55%	165
	San Fernando	15%	45
	Uribe Uribe	10%	30
	Bolívar	10%	30
	Portales de Comfandi	10%	30
	TOTAL	**100%**	**300**

Fuente: Los autores.

Conclusiones de la encuesta

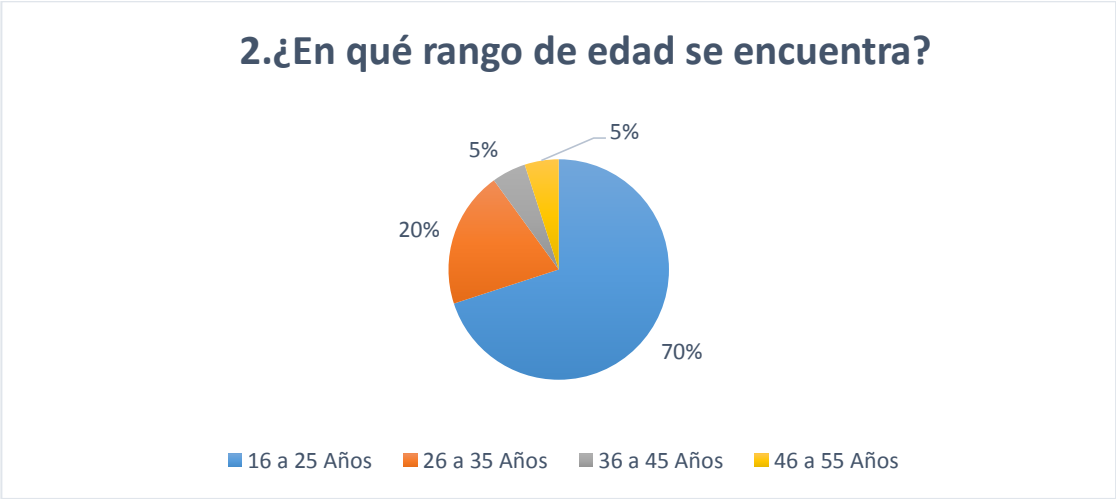
Gráfico 1. ¿Con qué frecuencia consume usted bebidas refrescantes (Smoothies, granizados o Frappes?



Fuente: Los autores.

Se realizó una encuesta a 300 personas cuyas edades oscilaban entre 16 y 55 años, como resultado se obtuvo que el 50% de los encuestados consumen bebidas frozen semanalmente y el 25% quincenalmente.

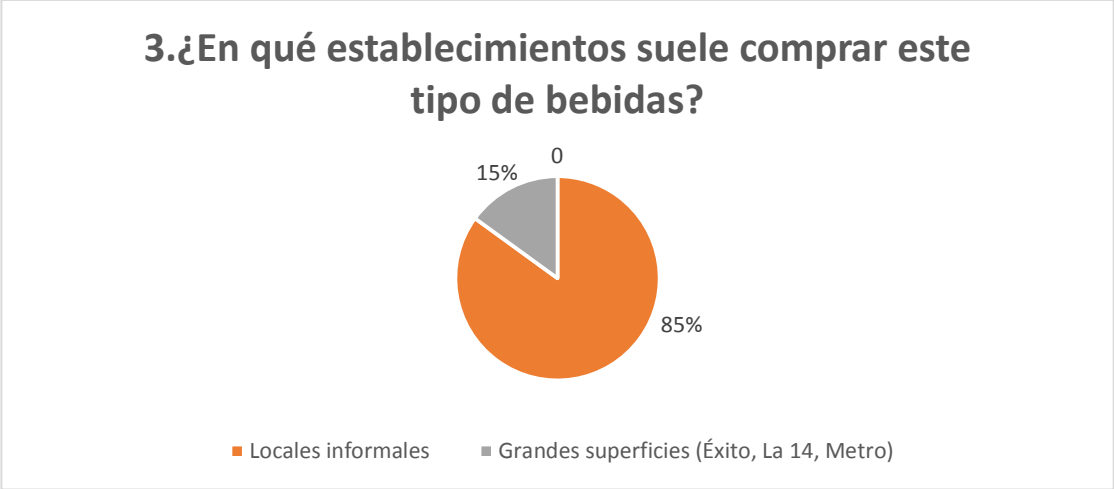
Gráfico 2. ¿En qué rango de edad se encuentra?



Fuente: Los autores.

El 70% se encontró en el rango de edad entre 16 y 25 años y el 20% entre 26 y 35 años

Gráfico 3. ¿En qué establecimientos suele comprar este tipo de bebidas?



Fuente: Los autores.

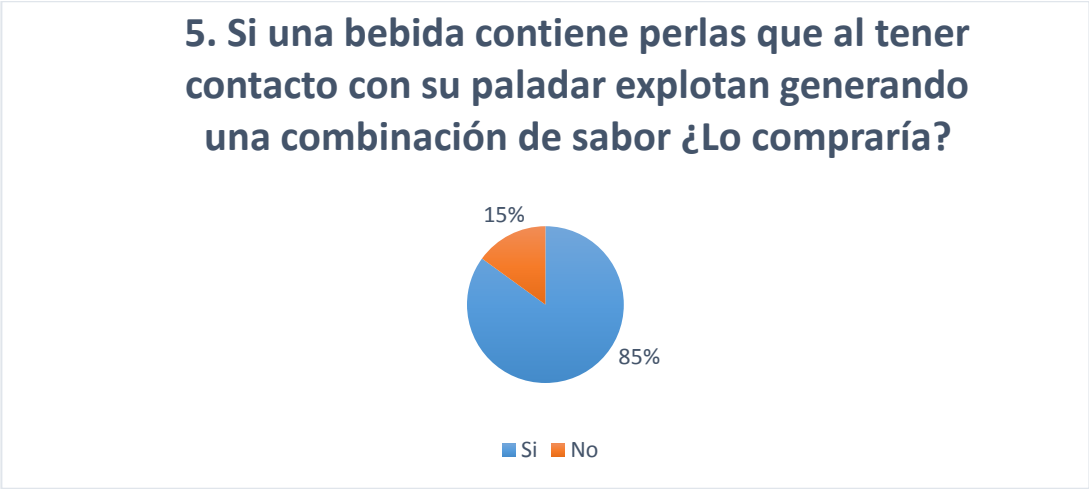
El 85% realiza la compra de bebidas frozen en locales informales.

Gráfico 4. ¿Cuál es el motivo por el cual usted consume este tipo de bebidas?

Fuente: Los autores.

El motivo por el cual consumen este tipo de bebida es por sabor e hidratación con un 45% y 40% respectivamente.

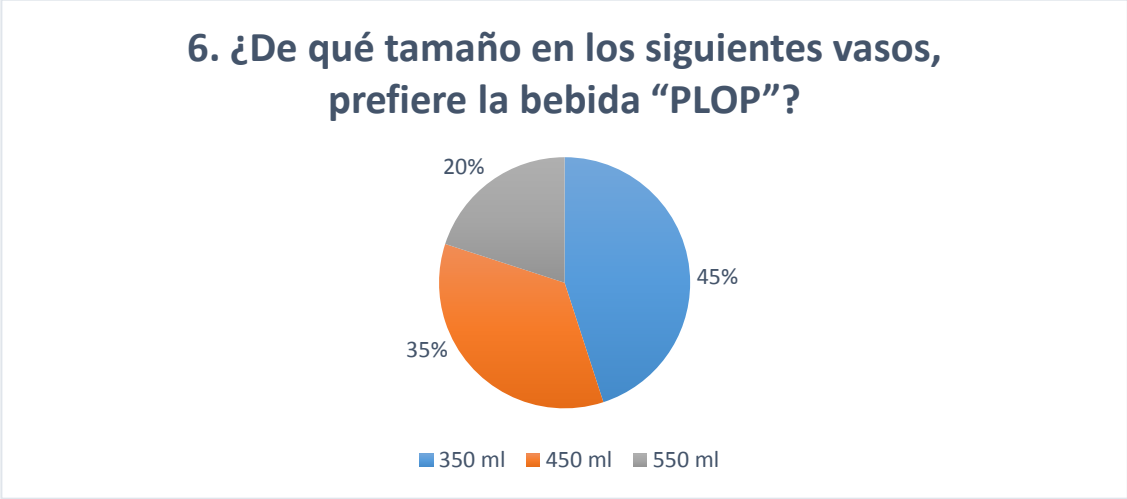
Gráfico 5. Si una bebida contiene perlas que al tener contacto con su paladar explotan generando una combinación de sabor ¿Lo compraría?



Fuente: Los autores.

El 85% de los encuestados si consumiría una bebida al contener perlas explosivas.

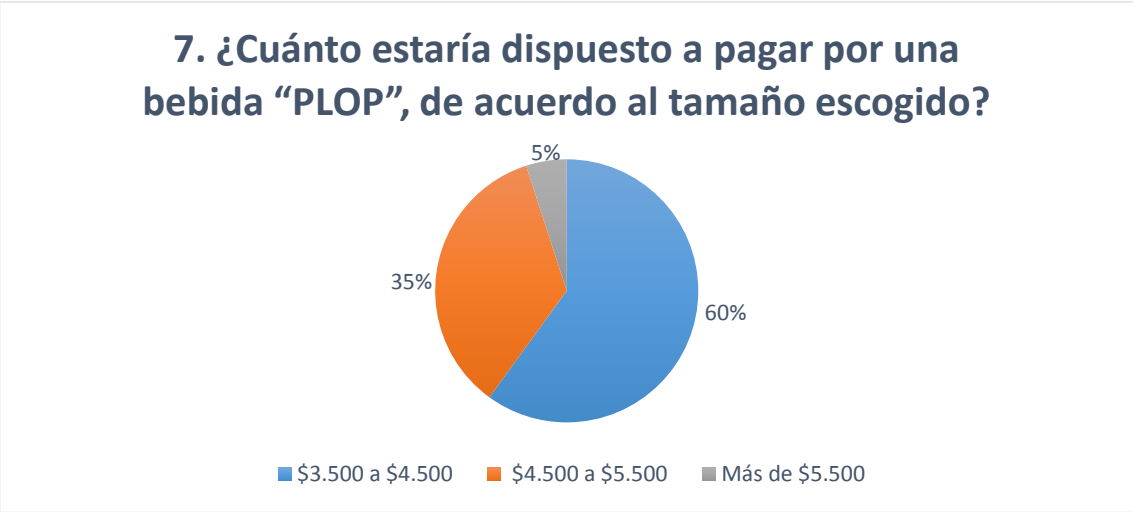
Gráfico 6. ¿De qué tamaño en los siguientes vasos, prefiere la bebida “PLOP”?



Fuente: Los autores.

Prefieren el envase de 450ml con un 45%.

Gráfico 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida “PLOP”, de acuerdo al tamaño escogido?



Fuente: Los autores.

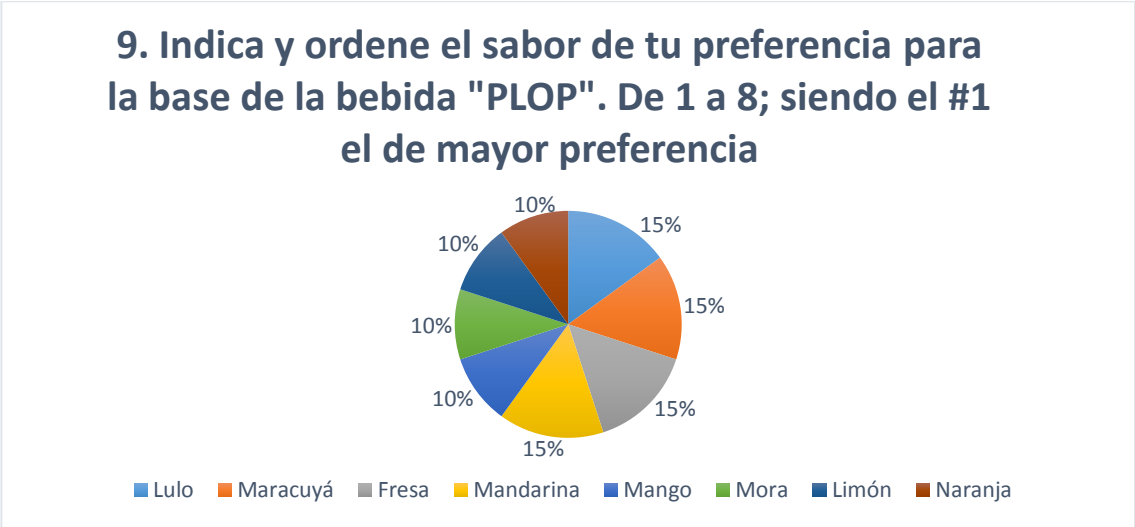
El precio que estaría dispuesto a pagar por la bebida es de $3.500 a $4.500 con un 60%.

Gráfico 8. ¿Considera usted que el punto de venta es un factor importante en la decisión de su consumo?

Fuente: Los autores.

Así mismo el 85% considera que el punto de venta si es un factor importante en su decisión de compra.

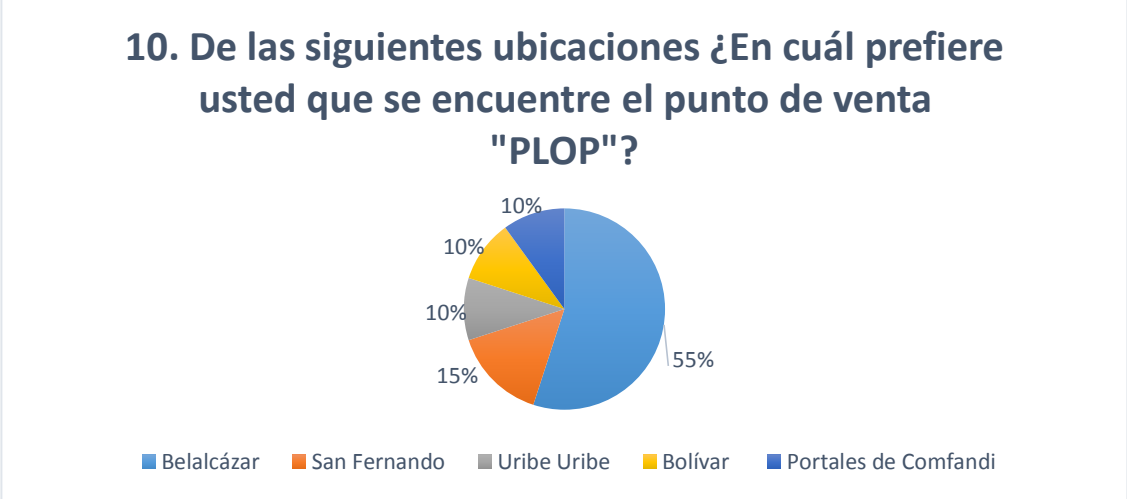
Gráfico 9. Indica y ordene el sabor de tu preferencia para la base de la bebida “PLOP”. De 1 a 8; siendo el #1 el de mayor preferencia.



Fuente: Los autores.

Los consumidores prefieren los sabores de maracuyá, fresa y Lulo con 15% de preferencia cada una de ellas sobre los demás sabores.

Gráfico 10. De las siguientes ubicaciones ¿En cuál prefiere usted que se encuentre el punto de venta "PLOP



"?

Fuente: Los autores.

El 55% de los encuestados prefieren el punto de venta en el barrio Belalcázar.

2.4 PLAN DE MERCADEO

El producto ofrecido es una bebida a base de frutas, mezclado conperlas de sabores recubiertas por una gelatina de alga, rellenas de extractos de frutas que literalmente explotan en tu boca, el cliente lo podrá consumir en el punto de venta o a domicilio.

El precio de venta es único, ya que se cuenta con un solo tamaño de vaso (450ml), basado el costo del producto y en el porcentaje de rentabilidad. El domicilio es gratis como estrategia de marketing.

Plaza, el punto de venta “PLOP” estará ubicado en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, la idea es adquirir experiencia, lograr reconocimiento en el mercado, para así dar apertura otros puntos de venta en diferentes barrios del municipio.

Promoción, el marketing que manejará la empresa es viral, es decir, por medio de las redes sociales (Facebook, Instagram) se publicaran fotos del producto, con el fin de ser reconocidos rápidamente, además las personas que ya tengan la experiencia de compra la compartan a personas cercanas.

2.4.1 Estrategias **de precios.** La empresa “PLOP” mantendrá un nivel de precios estándar, el cual será $4.500, independientemente del sabor, puesto que, se cuenta con un solo tamaño de vaso, de 450ml.

Los ingresos serán por la venta directa del producto en el punto estratégico y por domicilios, por política de venta la empresa no ofrece ningún tipo de crédito ni de descuento.

Se estableció un precio de venta al público de acuerdo a costos fijos y variables del producto y se comparó con los precios de la competencia, teniendo en cuenta los factores diferenciadores que caracterizan a “PLOP”.

2.4.2 Estrategias de ventas. La estrategia de venta es principalmente marketing experiencial, es decir, brindarle una experiencia de compra inmemorable

al cliente, basado en un producto innovador, las perlas rellenas de sabor, estallan al tener contacto con el paladar del consumidor lo que lo hará vivir una combinación de sensaciones y emociones en una sola bebida y una excepcional atención al cliente, que complementará su proceso de compra.

2.4.3 Estrategia promocional. La estrategia promocional será marketing viral, es decir, por medio de las redes sociales, diariamente se publicará una foto de la bebida con un sabor diferente, de acuerdo a fechas especiales, días de la semana o alguna temática creada en el momento, además se publicará fotos de los clientes consumiendo el producto y así crear un espacio de entretenimiento, farándula y magazine.

2.4.4 Estrategia de distribución. En canal de distribución de la empresa "PLOP" será en el punto de venta y en domicilio, es decir, el cliente podrá consumir el producto o hacer el pedido y se le lleva el producto hasta su casa.

Como estrategia de mercadeo el domicilio será gratis lo que se tendrá en cuenta como costo del producto.

El mensajero se le pagara por prestación de servicios.

2.4.5 Políticas y servicios. El horario de atención será de Lunes a Domingo de 12pm a 8pm.

Se tendrá una cultura empresarial teniendo en cuenta lo siguiente:

- ✓ Cultura cliente: está comprometida con la satisfacción del consumidor, mediante la atención oportuna, primordial y con respeto.
- ✓ Integridad: relacionarse con los clientes y colaboradores de la manera más humana y amablemente posible.
- ✓ Honestidad: actuar con la verdad, demostrar sinceridad en lo que se hace, se piensa y se dice.

2.4.6 Tácticas de ventas. Como el canal de distribución del producto es directo es decir, desde el punto de venta, la táctica de venta es de promoción, marketing viral, y en fechas especiales como cumpleaños, amor y amistad, día de la madre, se manejara ofertas, nuevos sabores, entre otras.

3 ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo de estudio técnico a desarrollar es verificar la posibilidad técnica de la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de bebidas de PLOP, una bebida refrescante y explosiva, para brindar nuevas experiencias al consumidor, además determinar las tecnologías, cantidades e inversiones necesarias requeridas para llevar a cabo el proyecto. Se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué elaborar las bebidas PLOP.

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1.1 Producto Es indispensable conocer las características, descomposición del producto y determinación de los materiales e insumos requeridos.

Tabla 6. Ficha técnica del producto PLOP

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
NOMBRE DE LA EMPRESA	PLOP	
NOMBRE DEL PRODUCTO	PLOP	
GENERALIDADES	Es una bebida explosiva a base de pulpa de fruta y perlas con sabor a fruta, que al tener contacto con el paladar explotan.	
INGREDIENTES	Hielo, Pulpa de fruta, perlas explosivas de fruta, ácido Cítrico, azúcar.	
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL PRODUCTO	**VITAMINAS**	57%
	GRASA	0%
	CARBOHIDRATOS	12%
	AZÚCAR	5%
	CALORÍAS	3%
EMPAQUE Y PRESENTACIÓN	Envase de plástico de 30 cm de alto y tamaño de porción de 450 ml.	
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Consumo inmediato.	

Fuente: Los autores.

Características de la bebida refrescante PLOP:

- ✓ Bebida elaborada con pulpa de fruta.
- ✓ No contiene colorantes ni conservantes, ya que es una bebida elaborada inmediatamente el cliente lo desee.
- ✓ Es la mejor opción para refrescar al cuerpo, al mismo tiempo deleitar el paladar y vivir nuevas experiencias.
- ✓ Envase plástico de 30 cm de alto y tamaño de porción de 450ml.

La bebida refrescante y explosiva PLOP está compuesto por:

- ✓ Vaso de 450ml
- ✓ Domo
- ✓ Pitillo

Y para su elaboración es necesario:

- ✓ Licuadora Oster
- ✓ Medidores
- ✓ Nevera
- ✓ Caja registradora
- ✓ Limpiones
- ✓ Cuchara
- ✓ Envases plásticos (almacenar la mezcla de fruta y la pulpa)

PLOP, es un producto de manufactura y venta.

Imagen 2. Presentación del producto Plop.

Fuente: Loa autores.

3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. Se describe el ámbito del proyecto, se conocer el tamaño del proyecto, la maquinaria y el equipo requerido.

3.1.3 Definir el ámbito del proyecto. Las actividades necesarias para abastecer PLOP de insumos y entregar el producto en el tiempo justo y determinado, es la compra oportuna de los materiales que se necesitan para poder elaborar las bebidas refrescantes y explosivas, y en caso de que llegase a faltar algo en un momento determinado, buscar todos los medios para poder solucionar el problema y cumplirle al cliente. Por otro lado es necesario tener todo en orden y limpio, tanto los implementos de preparación, como la nevera, estantería y la lista de pedidos, para que el producto llegue a tiempo a las manos del cliente.

CONOCER EL TAMAÑO DEL PROYECTO

La capacidad de producir la bebida refrescante y explosiva PLOP y de prestar el servicio, es bastante amplia, teniendo presupuestado la venta mensual de 2500 bebidas, puesto que siempre se está dispuesto a atender al cliente por 8 horas desde las 12 pm hasta las 8pm en jornada continua y la producción no parará, pues siempre se contará con materia prima e insumos de más, para cualquier eventualidad.

MAQUINARIA Y EQUIPOS REQUERIDOS

Para la elaboración de las bebidas PLOP se necesita primordialmente una licuadora Oster bpst02-b00 semi industrial, Nevera Haceb 200L se 2p da ti, Caja Registradora Casio Alfanumérica Térmica Pcr T280.

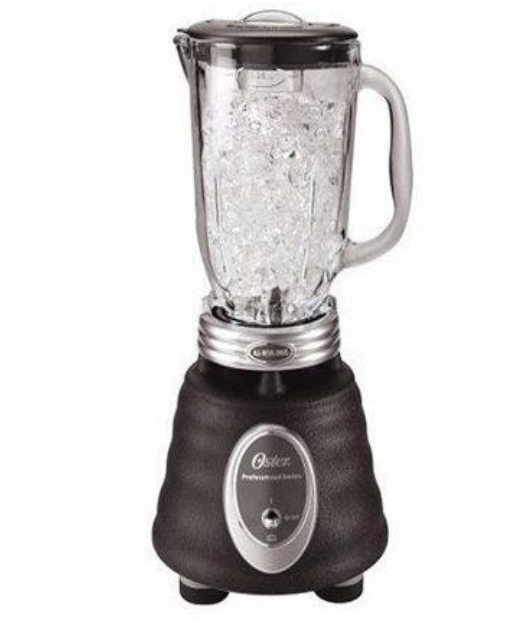
FICHAS TÉCNICAS

Tabla 7. Ficha técnica licuadora Oster

FICHA TECNICA	
LICUADORA OSTER SEMI INDUSTRIAL BP ST02.B00	
PONTENCIA	600W
MATERIAL DE JARRA	VIDRIO
VELOCIDADES	2
TIPO DE CONTROLES	INTERRUPTOR
COLOR	NEGRO
CAPACIDAD	1,5 LITRO
OTROS	ESCLUSIVO SISTEMA DE ACOPLE TOTALMENTE
	POTENTES CUCHILLAS QUE TRITURAN HIELO
	MOTOR 600 WATTS
	JARRA DE VIDRIO REFRACTORIO
PRECIO	**279.900**

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Mercado Libre Colombia, 2018c, párr. 2).

Imagen 3. Licuadora Oster profesional Bpst02-b00



Fuente: (Mercado Libre Colombia, 2018d, fig. 1)

Tabla 8. Ficha Técnica nevera Haceb 200L

FICHA TÉCNICA	
NEVERA 220L SE 2P DA TI	
Categoría	Refrigeración
Tipo	Sin escarcha
Color	Titanio
EAN	7,70435E+12
Tamaño	7,7 pies
Capacidad	220 litros
Dimensiones	Alto: 147 cm x Ancho: 61 cm x Profundo: 69 cm
Peso	47,6 kg
País de origen	Colombia
Garantía	2 años en el compresor, 1 en resto de componentes
Precio	**$997.900**

Fuente de tabla: los autores con los datos de(Haceb, 2017a, párr. 2)

Imagen 4. Nevera 220L SE DA TI

Fuente: (Haceb, 2017b, fig. 1).

Tabla 9. Ficha técnica silla Bar

FICHA TÉCNICA	
SILLA BAR MEDIA HOME COLLECTION	
Material del asiento	Plástico
Material de las patas	Metal
Modelo	Media luna
Permite rotación	360° grados
Alto	77,5 a 98 centímetros
Material de estructura	Metal
Diámetro de la base	38,5 centímetros
Altura del asiento ajustable	62 a 82 centímetros
Ancho	46,5 centímetros
Tipo	No
Precio	**$109.900**

Fuente de tabla: los autores con los datos de(Homecenter, 2018, párr. 2).

Imagen 5. Silla bar media home collection

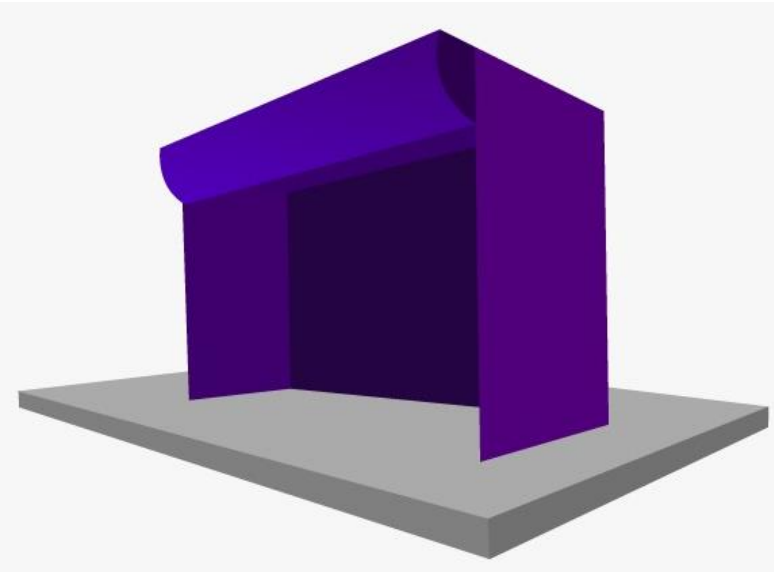
Fuente:(Mercado Libre Colombia, 2018b, fig. 1).

Tabla 10. Ficha técnica del stand personalizado

FICHA TÉCNICA	
STAND PERSONALIZADO	
Ancho	1.80m
Alto	2.47m
largo	2.40m
Precio	**$300.000**

Fuente: Los autores.

Imagen 6. Stand personalizado



Fuente: Los autores.

Tabla 11. Ficha técnica mesa para alimentos

FICHA TÉCNICA	
MESA PARA ALIMENTOS	
Material	Fibra de vidrio
soporte	metal
Color	Verde
Largo	2 m
Ancho	50cm
Precio	**$200.000**

Fuente: Los autores.

Imagen 7. Mesa para alimentos

Fuente: Los autores.

Tabla 12. Ficha técnica de juego de sillas y mesa moderna

FICHA TÉCNICA	
COMBO DE SILLAS Y MESA MODERNA	
Juego de sillas 4 sillas karla	
Plástico espaldar importado plástico	
Mesa plástico importado 60*60	
Color al gusto	
Estructura tubular en colld rolled pintura	
Electrostática soldadura	
Mig plásticos en polipropileno de alta densidad e impacto para bar restaurante cafetería panadería comidas rápidas	
Precio	**$120.000**

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Mercado Libre Colombia, 2018b, párr. 2)

Imagen 8. Juego de sillas y mesas moderna

Fuente: (Mercado Libre Colombia, 2018b, fig. 1)

Tabla 13. Ficha técnica caja registradora

CAJA REGISTRADORA CASIO ALFANUMERICA TÉRMICA PCR T280	
Impresión de 7 lineas por segundo.	
Utiliza papel termico 58MM.	
3 Llaves de seguridad para diferentes funciones Doble pantalla.	
Puede registra hasta 1200 articulo diferentes.	
Pantalla que muestra a sus clientes el tota.	
Le permite recibir tarjeta , efectivo o cheque.	
Puede registrar el total de sus ventas durante el dia.	
Precio:	**$470.000**

Fuente de tabla: los autores con los datos de (Linio Colombia, 2018, párr. 2).

Imagen 9. Caja registradora Casio alfanumérica

Fuente: (Linio Colombia, 2018, fig. 2).

Tabla 14. Ficha técnica impresora Samsung laser xpress SL-M2020W

IMPRESORA SAMSUMG LASER XPRESS SL-M2020W	
Procesador	Velocidad de Procesador 400W
Redes y comunicaciones	LAN inalámbrica
Tipo de formato	A4 - 210.82mm x 297.18mmA5
Fiabilidad	Ciclo de rendimiento
Altura	177.8mm
Anchura	330.2mm
Profundidad	215.9mm
Peso	3.99kg
VARIOS	Energy Star
Precio	**$235.900**

Fuente: Los autores con los datos (Mercado Libre Colombia, 2017, párr. 1)

Imagen 10. Samsung laser xpress SL-M2020W

Fuente: (Mercado Libre Colombia, 2017, fig. 1)

Tabla 15. Ficha técnica Celular Samsung J2 Prime

FICHA TÉCNICA	
CELULAR SAMSUNG J2 PRIME	
Pantalla	144.8 x 72.1 x 8.7 mm
Color	Plateado
Cámara	8Mpx / frontal 5Mpx
Conectividad	4G
Procesador	Quad Core 1.45 GHz
Memoria	8GB de ROM
RAM	1.5GB
Batería	Li 2.600 mAh
Carga Inalámbrica	No
Huella	No
Precio	**$399.900**

Fuente: Los autores con los datos(Mercado Libre Colombia, 2018a, párr. 2)

Imagen 11. Celular Samsung J2 Prime

Fuente:(Mercado Libre Colombia, 2018a, fig. 2)

Tabla 16. Ficha técnica portátil HP DUAL CORE

FICHA TÉCNICA	
PORTATIL HP DUAL CORE	
sistema operativo	FREEDOS
Procesador AMD DUAL CORE	E2 - 9000E
DISCO DURO	500 GB
MEMORIA RAM	4GB DDR3L
UNIDAD DVD	NO
AUDIO	(2) Altavoces estéreo integrados
Precio	**$679.900**

Fuente: Los autores con los datos (Mercado Libre Colombia, 2018e, párr. 2)

Imagen 12. Computador portátil Hp Dual Core

Fuente: (Mercado Libre Colombia, 2018e, fig. 2)

SU ESTRUCTURA Y ALREDEDORES

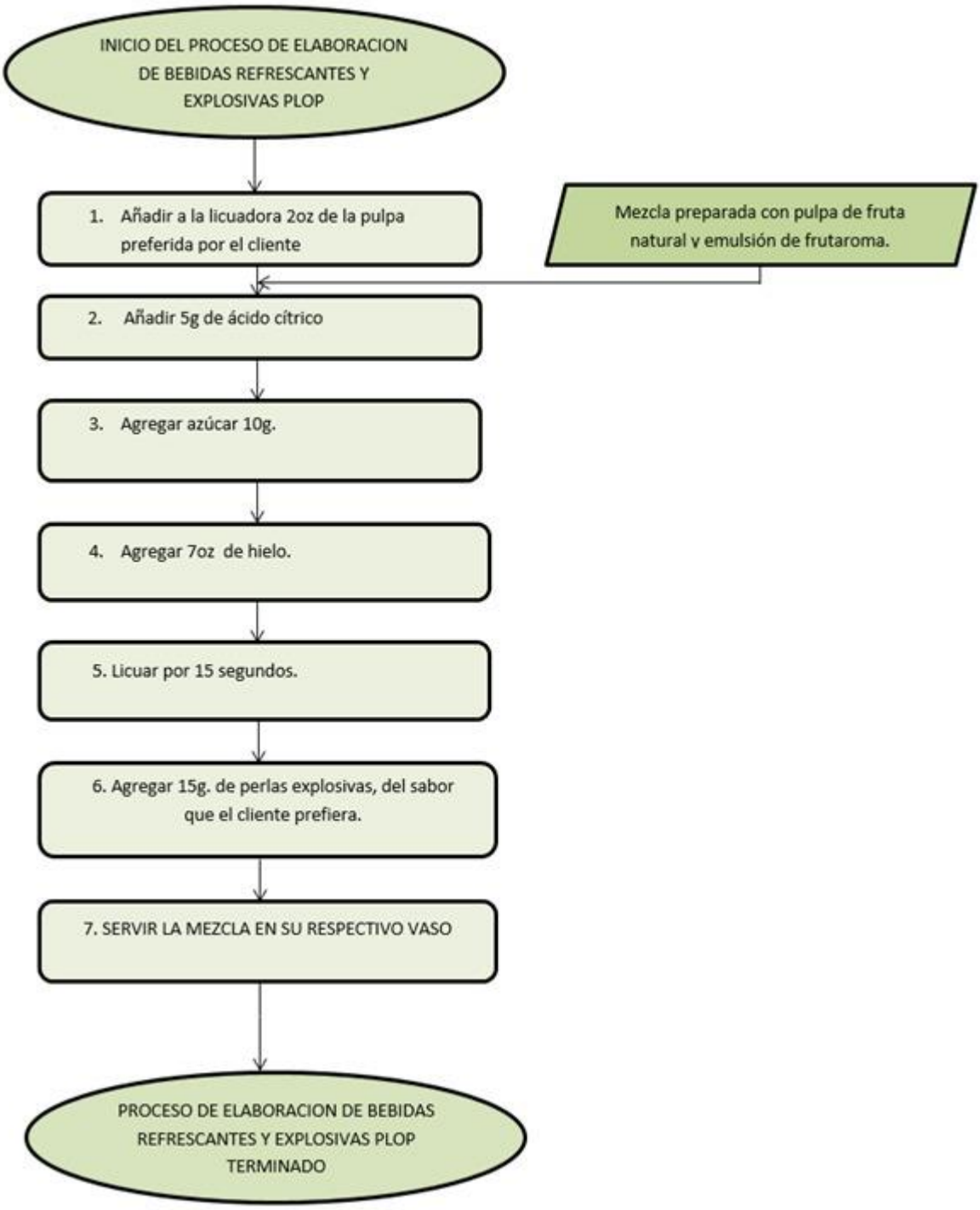
La empresa PLOP, se encontrará ubicada en cra 5 con 5ta, en medio de un gimnasio, un local de ropa y a sus alrededores se encuentra la alcaldía de Yumbo, el parque central, colegios, y en sí el sector comercial. El local tiene un área de 3mx4½m, el cual es amplio y cómodo para las personas que laboran y los clientes.

3.1.4 Diagramas y planes de desarrollo. Se realizan el plan funcional general, el diagrama de flujo del proceso y descripción de las operaciones.

Imagen 13. Plan funcional general

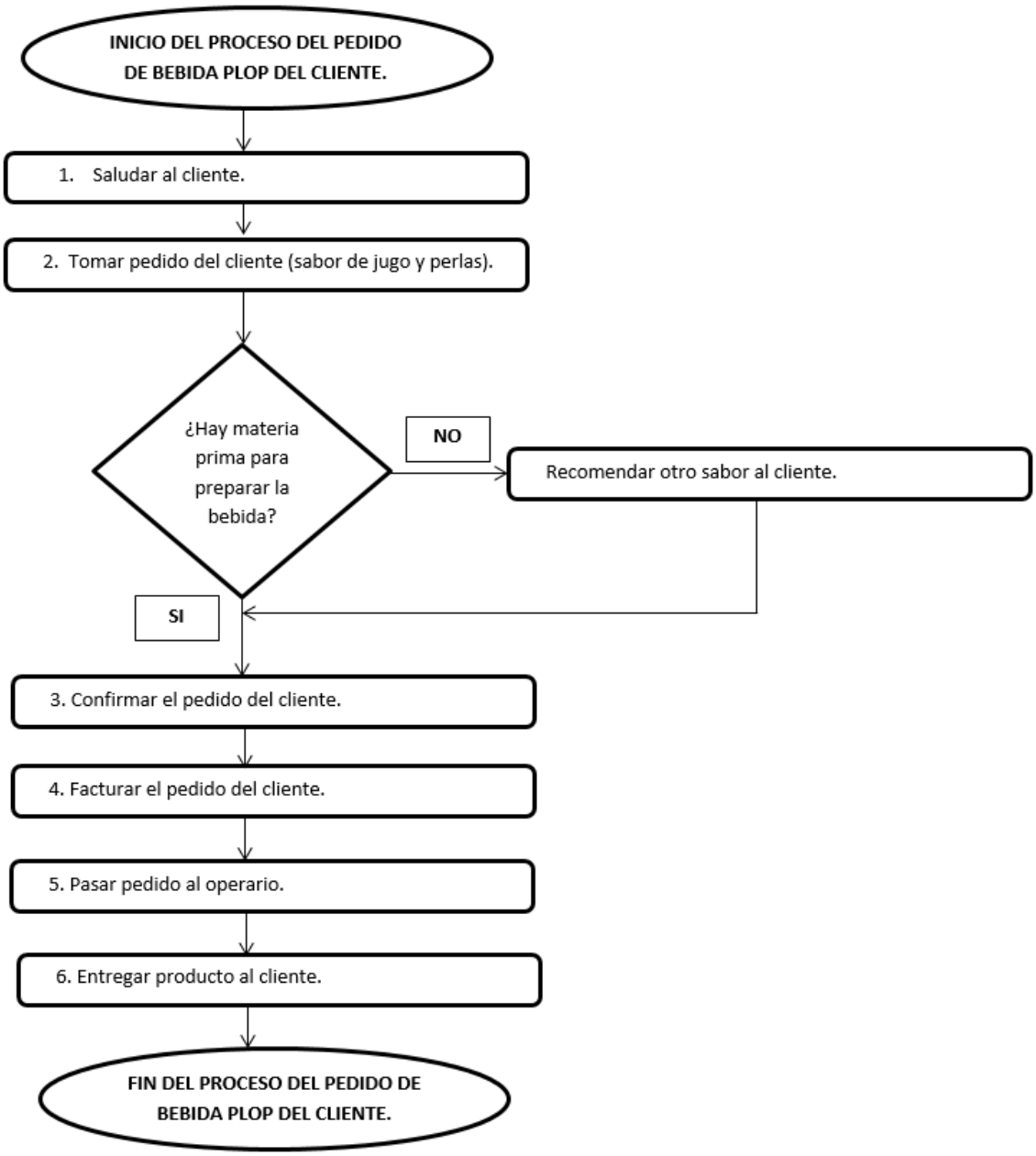
Fuente: Los autores.

Imagen 14. Diagrama de flujo de proceso



Fuente: Los autores

Imagen 15. Diagrama de flujo del proceso de pedido de la bebida PLOP del cliente



.Fuente: Los autores

3.1.5 Tecnología. Mercado de la tecnología. Teniendo en cuenta que hoy en día la tecnología es el furor, y con ella viene las redes sociales, las cuales son de suma importancia su correcta utilización ya que es el medio comúnmente más usado por las personas y es por ello que es una herramienta muy poderosa para potenciar una empresa, una marca, un producto, una imagen personal, etc. La empresa PLOP las utilizará para potenciar su marca a través de su página web, en Facebook, Instagram y la red que esté de moda en su momento, además involucrará al cliente para que haga parte de la imagen de PLOP, con el fin de que además que el producto se vuelva viral, el cliente gane reconocimiento de diversas formas.

Para poder lograr el impacto deseado, es necesario buscar apoyo de una persona que tenga los conocimientos necesarios para captar al cliente a través de una excelente publicidad, que se realicen dinámicas con el consumidor entre otras cosas, es decir crear una relación con los consumidores.

Por otro lado la tecnología en cuanto a los electrodomésticos, es necesario dar un correcto uso, en primer lugar para no sobre calentarlos teniéndolos conectados durante la APERTURA y segundo para no gastar energía innecesariamente, de esta manera contribuimos al medio ambiente.

3.1.6 Selección del equipo. Es necesario conocer el equipo que se requiere para la elaboración de las bebidas PLOP.

Tabla 17. Descripción y cantidad del equipo requerido

ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Silla bar media home collection	4	109.900	439.600
Juego de sillas modernas	1	120.000	120.000
Mesas para alimentos	1	200.000	200.000
stand	1	300.000	300.000
Parasol	1	150.000	150.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**1.209.600**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Licuadora oster semi industrial BPST02-B00	2	279.000	558.000
Caja registradora Casio alfanumérica	1	470.000	470.000
Nevera Haceb 200l se 2p da ti	1	999.900	999.900
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**2.027.900**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora	1	235.900	235.900
Celular Samsung J2 Prime 8gb	1	399.900	399.900
Computador portátil HP DUAL CORE	1	679.900	679.900
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**1.315.700**
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			**4.553.200**

Fuente: Los autores.

- ✓ Se seleccionó la licuadora Oster BPST02-B00, sus resultados son más profesionales y eficientes tiene un motor de 600 watts, resistente caja de alojamiento del motor de hierro fundido y exclusive Sistema de Acople Metal contra Metal que le garantizan una mayor calidad y durabilidad, Sirve para Preparar complejas recetas y licuados más refrescantes con su potente cuchilla picadora de hielo.
- ✓ La nevera Haceb se seleccionó porque tiene una capacidad de 220litros, el material de las bandejas esta hecho de vidrio templado, tiene bandeja unifica cada, iluminación LED y dispensador de agua.
- ✓ La Silla bar, es una silla moderna Permite rotación 360 grados y tienen una capacidad de resistencia de carga de 100 kg máximo.
- ✓ La mesa para alimentos se seleccionó porque está hecha de fibra de vidrio cuadrada con alta resistencia.

- ✓ La caja registradora se seleccionó porque proporciona una mayor funcionalidad, también ofrece la impresora térmica de 58 mm para una impresión rápida y tranquila, hay una pantalla de cliente incorporado de modo que los clientes pueden controlar los artículos que son comprados y el total final que deben. Además tiene cinco (5) teclas de departamento y ocho (8) totales.
- ✓ Impresora Samsung laser xpress sl-m2020w, tiene una capacidad de alta velocidad de impresión con un diseño compacto y posee un cartucho estándar con capacidad para 1.000 páginas.
- ✓ Celular Samsung J2 Prime, económico, moderno y fácil de manipular.
- ✓ Computador portátil HP Dual Core, amplia memoria RAM y velocidad rápida.

3.1.7 Calculo de cantidades de materias primas e insumos. Para el abastecimiento de PLOP:

Tabla 18. Materia prima necesaria

PRODUCTO BEBIDA PLOP					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**PRECIO TOTAL**	**CANTIDAD x UNIDAD**	**PRECIO UNITARIO**
PULPAS DE FRUTA	11.000	ONZAS	1.265.000	4	405
PERLAS EXPLOSIVAS	41.250	GRAMOS	834.900	15	263,3
ACIDO CITRICO	13.750	GRAMOS	75.900	5	24,3
AZÚCAR	27.500	GRAMOS	50.600	10	16,2
HIELO	2.750	VASO	447.810	1	143,37
COSTO UNITARIO					**856**
MDO					**760**
CIF					**965**
COSTO UNITARIO TOTAL					**2.581**
CIF					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**PRECIO TOTAL**	**CANTIDAD x UNIDAD**	**PRECIO UNITARIO**
VASOS	2.750	UNIDAD	556.875	1	202,5
TAPAS	2.750	UNIDAD	222.750	1	81
PITILLOS	2.750	UNIDAD	89.100	1	32,4
SERVILLETAS	2.750	UNIDAD	6.683	1	2,43
PORCENTAJE PRODUCCIÓN			2.068.502	3.200	646
TOTAL CIF					**965**

Fuente: Los autores.

Tabla 19. Insumos necesarios

INSUMOS				
DESCRIPCIÓN	**CANTIDAD**	**UND MEDIDA**	**COSTO**	**COSTO TOTAL**
Paquete de medidores	1	Paquete	$ 5.000	$ 5.000
Juego de recípientes plásticos (pulpas de fruta, azúcar y ácido cítrico)	1	Paquete	$ 61.400	$ 61.400
Jarra de plástico 2,5Lts (mezclas de frutas)	5	Unidad	$ 2.500	$ 12.500
Guantes	2	Caja	$ 3.000	$ 6.000
Tapabocas	2	Caja	$ 3.000	$ 6.000
Gorros	2	Caja	$ 3.000	$ 6.000

Fuente: Los autores.

Tabla 20. Gastos administrativos

PARAMETROS DE GASTOS			
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL AJUSTADO**
ADMINISTRACIÓN			
Arrendamiento	1	500.000	521.500
Servicios públicos	1	150.000	156.450
Servicios de telefonía	1	36.108	37.661
Mantenimiento local	1	200.000	208.600
Mantenimiento Equipo	1	250.000	260.750
Dotación	3	90.000	281.610
TOTAL			**1.466.571**
IMPLEMENTOS DE ASEO			
Kit de articulos de aseo	1	30.000	31.290
Limpiador desinfectante Sanpic	1	9.500	9.909
Blanqueador Clorox en galón	1	8.500	8.866
Detergente en Polvo	1	7.800	8.135
Jabon lavaloza	1	5.600	5.841
Esponjilla Multiuso	1	3.400	3.546
Bolsa basura safer	1	2.300	2.399
Papel higienico Familia x6	1	8.700	9.074
Jabon liquido lavamanos	1	6.700	6.988
Toallas secadoras	1	5.400	5.632
Paquetes de limpiones x4	1	3.000	3.129
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO			**94.809**
UTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			
Pegastic	1	3.200	3.338
Boligrafo Corrector	1	1.300	1.356
Sobre Manila x12	1	4.300	4.485
Clip Mariposa	1	4.500	4.694
Repuesto de minas x4	1	3.400	3.546
Paquete de rollo caja registradora	1	23.000	23.989
Resmas de papel tamaño carta	3	10.100	31.603
Lapiceros x10	1	6.000	6.258
Marcadores x8	1	11.500	11.995
Ganchos cosedora	2	8.500	17.731
Cartuchos impresora	1	35.000	36.505
TOTAL UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			**145.499**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			**1.706.878**

Fuente: Los autores.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL NEGOCIO

- ✓ Facilidad de ingreso de clientes: lo que genera mayor impacto en la influencia de compra.
- ✓ Carreteras óptimas.
- ✓ Cercanía al centro de la ciudad: mayor fluidez de personas.
- ✓ Ubicación relativamente lejos de la competencia.

Donde se encuentra ubicado el negocio, el nivel socioeconómico de los ciudadanos es estrato 2 y 3, lo que indica que su calidad de vida es media.

El clima en el punto estratégico es cálido, lo que genera mayor decisión de compra del producto ofrecido.

Las acciones para evitar la contaminación es eliminar correctamente los desechos e higienizar perfectamente el lugar de elaboración del producto, además de desconectar los aparatos electrónicos como las licuadoras cuando no estén en uso, para disminuir el consumo innecesario de energía.

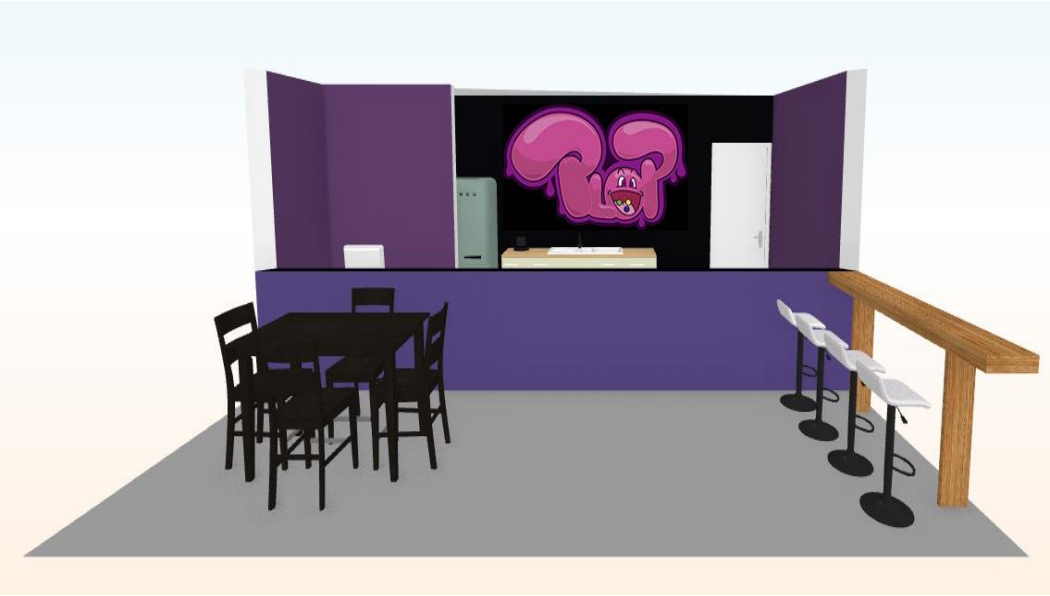
El punto estratégico de venta no se encuentra cerca de zonas francas.

Tabla 21. Ficha técnica del local.

FICHA TÉCNICA	
LOCAL PLOP	
ÁREA	3mx4 1⁄2m2
LOCALIZACIÓN	Cll 5 con 5 Al aire libre Ubicado en el centro de la ciudad de Yumbo

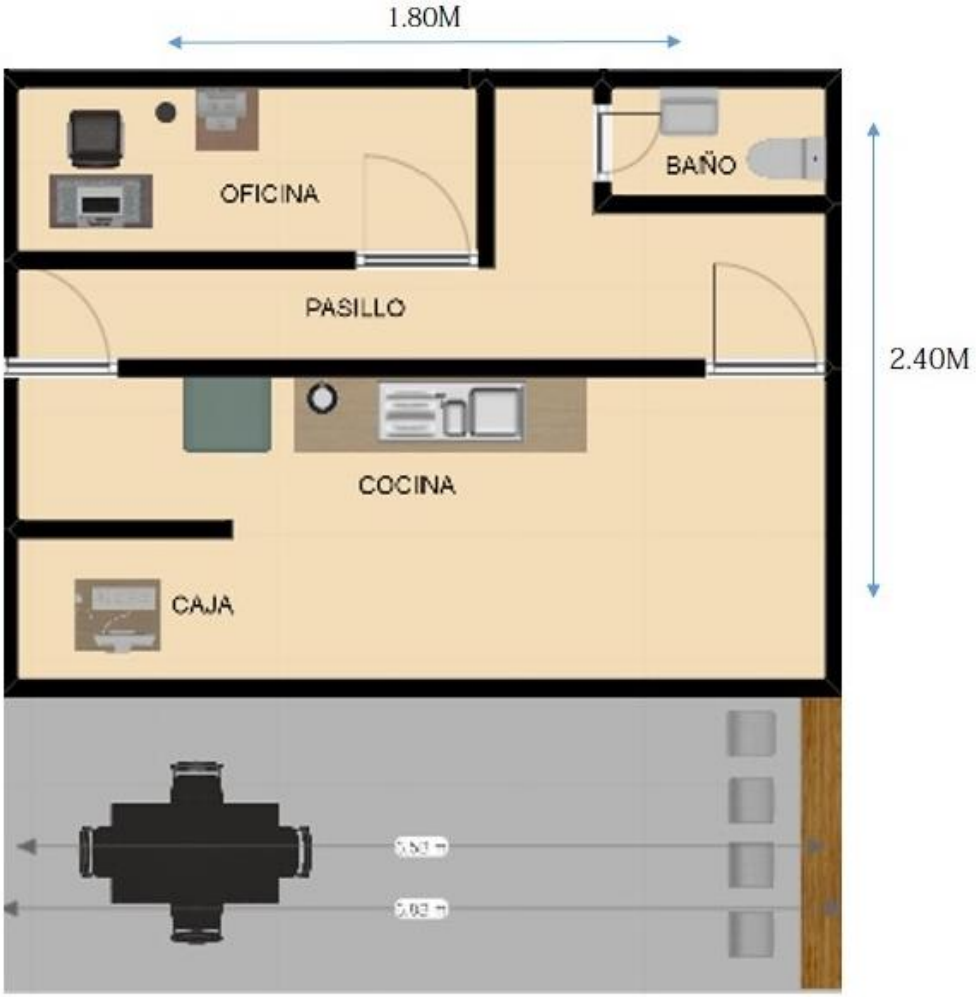
Fuente: Los autores

Imagen 16. Local de la empresa PLOP



Fuente: Los autores

Imagen 17. Plano del local de la empresa PLOP



Fuente: Los autores

4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

En el municipio de Yumbo, Departamento Valle del Cauca, República de Colombia, el 16 de Marzo del 2017,PAOLA ANDREA ARENAS MALES, mayor de edad identificado con cedula de ciudadanía numero 1.118.260.306 expedida en Yumbo Valle, de estado civil soltera domiciliado en el municipio de Yumbo en la dirección Calle 8N #4-34 barrio Lleras, SUSAN MICHELLE HERNANDEZ MENDOZA, mayor de edad identificado con cédula de ciudadanía numero 1.118.307.464 expedida en Yumbo Valle, estado civil soltera domiciliado en el municipio de Yumbo Valle en la dirección Carrera 10c #14-16 barrio Portales de Confundí y NICOLE AREVALO HERRERA, mayor de edad identificado con cédula de ciudadanía número 1.118.301.040 expedida en la ciudad de Yumbo Valle, estado civil soltera domiciliado en el municipio de Yumbo en la dirección Calle 24 #1n–21 barrio Riveras de Yumbo, quienes para la creación de la empresa deciden constituirla como una sociedad por acciones simplificada, (S.A.S) la cual tendrá presente regularla conforme lo establece la ley. No tendrá límite de socios por lo tanto las acciones serán libre de negociación siempre y cuando no se registre en los estatutos, La manera para construir el capital será teniendo en cuenta que los socios responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportes. La organización tendrá como finalidad la producción y comercialización de bebidas refrescantes.

4.1.1 Misión. PLOP (S.AS) bebidas explosivas, tiene como misión brindar al consumidor un espacio agradable para compartir con el fin de encantar paladares, crear nuevas experiencias, despertar nuevas emociones y escapar de la rutina.

Basados en la buenas prácticas de calidad, en la capacitación de los colaboradores y atención al cliente.

4.1.2 Visión. PLOP (S.A.S) aspira a posicionarse para el año 2021, como la marca más reconocida e innovadora a nivel departamental en el campo de bebidas, tendrá reconocimiento no solo por su creativo y delicioso producto, sino que se caracterizara por crear vivencias y momentos agradables, será muy llamativo debido a su innovador empaque, diseño y colores, acompañados de colaboradores calificados y clientes satisfechos.

4.1.3 Valores corporativos. Según nuestra cultura empresarial contamos con los siguientes valores:

- Responsabilidad: cumplir con excelencia nuestras tareas tanto internas con la empresa, como con los clientes.
- Integridad: Siempre haciendo lo correcto.
- Solidaridad: Siempre se demuestra interés por solucionar y satisfacer las necesidades de los demás.
- Trabajo en equipo: Se actúa en conjunto con dedicación y compromiso para alcanzar un solo objetivo común.
- Respeto: Dentro de la empresa para una buena convivencia y con los clientes para una buena comunicación.

4.1.4 Filosofía del trabajo. Para brindar un servicio de calidad la empresa pondrá todo su esfuerzo en, ser siempre los mejores, mediante el Compromiso, innovación y responsabilidad, reconociendo y valorando nuestro potencial, el de los colaboradores, y de esta manera garantizar la competitividad en el mercado.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A continuación se da a conocer la estructura organizacional de la empresa en forma jerárquica y la relación existente entre los cargos, según sus funciones y responsabilidades.

Imagen 18. Estructura organizacional

Fuente: Los autores

Se realizó el PHVA con el fin de llevar un orden en el proceso de compra en el punto de venta, como se muestra a continuación:

4.2.1 Descripción de los cargos.

4.2.1.1 Director contable y financiero.

Cuadro 2. Descripción de cargo (Director contable y financiero)

	Nombre de la empresa	CODIGO GTH - DC-005	VERSION 001
	DESCRIPCION DE CARGO	VIGENCIA 31/DIC/2018	PAGINA 1 DE 4

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Sección:	**Contable y financiera**
Nombre del cargo:	**Director contable y financiero.**
Cargo Jefe inmediato:	Junta directiva.
Ciudad:	Yumbo

2. OBJETIVO DEL CARGO

Dirigir, controlar y coordinar los procedimientos, verifica el cumplimiento de funciones delegadas, gestionar y calcular la estructura contable y presupuestal.

3. COMPETENCIA REQUERIDA			
Educación	Primaria		
	Educación media (Bachiller)		
	Educación superior		**Programas específicos**
	Técnico		
	Tecnológico		
	Profesional	X	Administración de empresas
	Especialización		
	Maestría		

Conocimientos específicos	Manejo de Herramientas Ofimáticas. Preferiblemente conocimiento en el Software financiero utilizado en MC								
Formación complementaria	Conocimiento en finanzas.								
Competencias	**Generales**				**Especificas**				
	• Actitud de Servicio • Orientación al Logro • Trabajo Interdisciplinario en Equipo • Integridad • Flexibilidad ante el Cambio • Desarrollo Propio de Otros • Liderazgo • Visión Integral de Negocio				• Orientación al detalle • Análisis de Información • Comunicación abierta • Planeación, Seguimiento y Control • Organización • Sentido de urgencia • Trabajo bajo presión				
Experiencia requerida	No requiere		Menor a 6 meses		Entre 1 y 2 años	X	Entre 2 y 4 años		Mayor a 4 años
	Experiencia especifica en el rol o roles afines o del mismo nivel de responsabilidad.								

4. RESPONSABILIDADES

GENERAL:
Garantizar el cumplimiento de las funciones para alcanzar los objetivos propuestos por la organización.

ESPECIFICAS:

Responsabilidad	Entregable

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 2

Direccionar y controlar los procesos de las funciones delegadas, para alcanzar los objetivos planteados, garantizar la presentación adecuada de los informes requeridos los cuales deben seguir normas y políticas exigidas, controlar el proceso de recursos y costos para el mejoramiento de rentabilidad de la empresa, cumplir los planes de trabajo dando apoyo y acompañamiento en cada área de la empresa, actualizar al personal de la empresa con respecto a normas y procesos financieros que al asumirlos llevan al cumplimiento de la excelencia	Reportar el estado financiero de la empresa en la junta directiva que se hace mensualmente para el cierre del mes, y uno cada año, debe presentar: - Estados financieros certificados (Estado de situación financiera - Estado de Resultados, Flujo de caja, Anexos e Indicadores Financieros) .-Confirmar el adecuado resguardo de la información contable y tributaria. -Revisión de políticas y procesos contables para su mantenimiento y actualización de acuerdo a la normatividad vigente y logro de objetivos estratégicos de la empresa. - Orientar al coordinador administrativo en la optimización de recursos. - Orientar al coordinador administrativo en la contratación de personal y capacitaciones.
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST	

Continuación cuadro 2

- Analizar los indicadores de gestión del proceso que representa.
- Realizar auditorías internas de calidad.
- Responder ante las necesidades internas de la empresa.
- Hacer cumplir los reglamentos y normas establecidos en la empresa.
- Aprobar los documentos del SGC que sean de su competencia.
- Asignar y aprobar los recursos requeridos (financieros, humanos y técnicos) que garanticen el funcionamiento y mejora del SGC.
- Definir las diferentes políticas organizacionales y garantizar su socialización.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la empresa.
- Velar por el cumplimiento de la misión y visión de la compañía.

RESPONSABILIDADES POR PERSONAS A CARGO

Ver Organigrama

5. AUTORIDAD

Decisiones sin consultar	Decisiones a consultar con socios
Actualización de procesos contables y financieros.	Registro contable de las operaciones normales de la empresa.
Contabilización de costos y gastos aprobados en el presupuesto de la empresa.	Cambios significativos de alto impacto productivo y económico en el proceso financiero.
Realización de pagos de tesorería aprobados en el presupuesto de la empresa.	Cambio en políticas en el proceso contable y financiero
Presentación declaraciones de obligaciones tributarias e informes a organismos de control y vigilancia excepto Declaración de Renta.	Contabilización de costos y gastos no aprobados en el presupuesto de la empresa.
Presentación declaración de renta de MC.	Traslados presupuéstales u otra modificaciones que cambien la estructura del presupuesto aprobado por la junta directiva.
	Cambio de la estructura Bancaria de la empresa.
	Respuestas de requerimientos legales con asesoramiento del asesor jurídico.
	Cambio en la estructura de personal del proceso contable y administrativo.
	Envió de información financiera a terceros cuando comprometan datos de privacidad de la empresa.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
01	**13 de marzo de 2017**	**Creación del Documento**

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 2

• Participar en la actualización de la identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos. • Participar en la construcción y ejecución de planes de acción. • Promover la comprensión de la política en los trabajadores. • Informar sobre las necesidades de capacitación y entrenamiento en Seguridad y Salud en el Trabajo. • Participar en la investigación de los incidentes y accidentes de trabajo. • Participar en las inspecciones de seguridad.
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Fuente: Los autores

4.2.1.2 Director administrativo y comercial.

Cuadro 3. Descripción de cargo (Director administrativo y financiero**)**

	Nombre de la empresa	CODIGO GTH - DC-005	VERSION 001
	DESCRIPCION DE CARGO	VIGENCIA 31/DIC/2018	PAGINA 1 DE 3

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Sección:	Gerencia general
Nombre del cargo:	**Director administrativo y comercial.**
Cargo Jefe inmediato:	Socios junta directiva
Ciudad	Yumbo

2. OBJETIVO DEL CARGO
Coordina y brinda orientación sobre las actividades operativas, planea capacitación y entrenamento del personal, vela por el bienestar social de los colaboradores, controla las actividades en relación con proveedores, compras y almacenamiento de inventario.

3. COMPETENCIA REQUERIDA			
Educación	Primaria		
	Educación media (Bachiller)		
	Educación superior		**Programas específicos**
	Técnico		
	Tecnológico		
	Profesional	X	Administrador
	Especialización	X	Mercadeo
	Maestría		
Conocimientos específicos	Manejo de Herramientas Ofimáticas. Preferiblemente conocimiento en el Software financiero utilizado en MC		
Formación complementaria	Conocimiento en la parte de mercadeo y negocios Conocimiento en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).		
Competencias	**Generales**		**Específicas**
	• Actitud de Servicio • Orientación al Logro • Trabajo Interdisciplinario en Equipo • Integridad • Flexibilidad ante el Cambio • Desarrollo Propio de Otros • Liderazgo • Visión Integral de Negocio		• Orientación al detalle • Análisis de Información • Comunicación abierta • Planeación, Seguimiento y Control • Organización • Sentido de urgencia • Trabajo bajo presión
Experiencia requerida	No requiere ☐ Menor a 6 meses x Entre 1 y 2 años ☐ Entre 2 y 4 años ☐ Mayor a 4 años ☐		
	Experiencia específica en el rol o roles afines o del mismo nivel de responsabilidad.		

4. RESPONSABILIDADES
GENERAL:
Garantizar el adecuado registro de las operaciones logísticas de la empresa, mediante el direccionamiento y control de procesos de promociones generando una visibilidad y oportuna captación del mercado potencial. Direccionar el proceso mercadeo y publicidad de la empresa mediante análisis y control de procesos que ayudaría al cumplimiento de utilidades presupuestadas, y estratégicas de la empresa.

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 3

ESPECIFICAS:	
Responsabilidad	**Habilidades**
Direccionar y controlar los procesos efectivos para el cumplimiento de las ventas, diseñar planes de ventas y objetivos estratégicos para elevar los ingresos de la empresa	-la planificación de la venta, elaboración de plan de acción el cual reduzca tiempos y administre tareas. - conocer de primera mano el producto y sus descripciones, - seleccionar de qué manera se publicitara el producto. - Encargado de contratación de personal y capacitación respectiva e el área de ventas. - Actitudes Compromiso, sinceridad, paciencia, determinación, coraje, responsabilidad, entusiasmo, honradez. - Habilidades personales auto disciplina, creatividad, espíritu de equipo, empatía, don de palabra, saber escuchar, buena memoria - Habilidades para las ventas reconocer necesidades y deseos del cliente, realizar ventas eficaces, retroalimentar a la empresa del mercado, prestación de servicio post-venta, cierre de venta, encontrar clientes, generar cultivar relaciones .
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST	
• Participar en la construcción y ejecución de planes de acción. • Promover la comprensión de la política en los trabajadores. • Informar sobre las necesidades de capacitación y entrenamiento en ventas y atención al cliente. • Participar en la investigación de los incidentes y accidentes de trabajo. • Participar en las inspecciones de seguridad.	
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	

DOCUMENTO APROBADO

- Liderar el proceso de gestión estratégica.
- Analizar los indicadores de gestión del proceso que representa las ventas.
- Elaborar y ajustar la planeación estratégica
- Supervisar continuamente los procesos e mercadeo.
- Definir acciones preventivas y correctivas al capacitar personal.
- Solicitar de planes de acción y propuestas de mejora de los diferentes procesos.
- Responder ante las necesidades internas y externas de la empresa.
- Hacer cumplir los reglamentos y normas establecidos en la empresa.
- Definir las diferentes políticas organizacionales y garantizar su socialización.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la empresa.
- Velar por el cumplimiento de la misión y visión de la compañía.

RESPONSABILIDADES POR PERSONAS A CARGO
Ver Organigrama

5. AUTORIDAD	
Decisiones sin consultar	**Decisiones a consultar con jefe**
Actualización de procesos comerciales.	Cambio de personal
Estrategias y logística del personal comercial en este caso, los operarios asesorarlos en dar una excelente asesoría al cliente	Cambios significativos de alto impacto productivo y económico en el proceso financiero que vincule publicidad y mercadeo
	Cambio en políticas en el proceso económico y financiero y de mercadeo

CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
01	**13 de Septiembre de 2017**	**Creación del Documento**

DOCUMENTO APROBADO

Fuente: Los autores.

4.2.1.3 Administrador punto de venta.

Cuadro 4. Descripción de cargo (Administrador punto de venta)

	Nombre de la empresa	CODIGO GTH - DC-005	VERSION 001
	DESCRIPCION DE CARGO	VIGENCIA 31/DIC/2018	PAGINA 1 DE 3

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Sección:	Gerencia general
Nombre del cargo:	Administrador
Cargo Jefe inmediato:	Socios junta directiva
Ciudad:	Yumbo

2. 3. BJETIVO DEL CARGO
Dirigir, controlar y coordinar los procesos y procedimientos, verificar el cumplimiento de funciones, gestionar y calcular la gestión contable y presupuestal.

4. COMPETENCIA REQUERIDA			
Educación	Primaria		
	Educación media (Bachiller)		
	Educación superior		**Programas específicos**
	Técnico		
	Tecnológico	x	Gestión empresarial
	Profesional	x	Administrador.
	Especialización		
	Maestría		
Conocimientos específicos	Manejo de Herramientas Ofimáticas. Preferiblemente conocimiento en el Software financiero utilizado en MC manejo de estrategias e ideas concretas que aporten al crecimiento de la empresa		
Formación complementaria	Conocimiento en Finanzas. Conocimiento en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Conocimientos contables		
Competencias	**Generales**		**Especificas**
	• Actitud de Servicio • Orientación al Logro • Trabajo Interdisciplinario en Equipo • Integridad • Flexibilidad ante el Cambio • Desarrollo Propio de Otros • Liderazgo • Visión Integral de Negocio		• Orientación al detalle • Análisis de Información • Comunicación abierta • Planeación, Seguimiento y Control • Organización • Sentido de urgencia • Trabajo bajo presión

Experiencia requerida	No requiere		Menor a 6 meses	x	Entre 1 y 2 años		Entre 2 y 4 años		Mayor a 4 años	
	Experiencia especifica en el rol o roles afines o del mismo nivel de responsabilidad.									

5. RESPONSABILIDADES
GENERAL: Un administrador es una persona con visión, que es capaz de aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa o institución. capacidad de tomar decisiones que orienten efectivamente a las empresas y que utilicen eficazmente los recursos que posee la empresa para alcanzar unos objetivos primordiales como son la innovación, la competitividad y la generación de valor económico y social tanto para el cliente como para sus partes relacionadas.

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 4

ESPECIFICAS:	
Responsabilidad	**Entregable**
Hacer acompañamiento al director comercial y financiero. Organización de métodos, producción, planeamiento, finanzas, mercadeo, supervisión, ventas, capacitación, selección de personal. Puede desempeñarse también como administrador financiero y contable, administrador de operaciones, administrador de recursos humanos, administrador de compras y ventas, administrador público, docencia universitaria, auditoria gerencia, consultoría empresarial	-Informes financieros delegados por director de finanzas, aprobación de personal a contratar recursos humanos, revisar balances y estados financieros de la empresa. -Revisión de políticas y procesos contables para su mantenimiento y actualización de acuerdo a la normatividad vigente y logro de objetivos estratégicos de la empresa
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST	
• Participar en la actualización de la identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos. • Participar en la construcción y ejecución de planes de acción. • Promover la comprensión de la política en los trabajadores. • Informar sobre las necesidades de capacitación y entrenamiento en Seguridad y Salud en el Trabajo. • Participar en la investigación de los incidentes y accidentes de trabajo. • Participar en las inspecciones de seguridad.	
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 4

- Liderar el proceso de gestión estratégica.
- Analizar los indicadores de gestión del proceso que representa.
- Elaborar y ajustar la planeación estratégica.
- Solicitar de planes de acción y propuestas de mejora de los diferentes procesos.
- Responder ante las necesidades internas de la empresa.
- Hacer cumplir los reglamentos y normas establecidos en la empresa.
- Aprobar los documentos del SGC que sean de su competencia.
- Asignar y aprobar los recursos requeridos (financieros, humanos y técnicos) que garanticen el funcionamiento y mejora del SGC.
- Definir las diferentes políticas organizacionales y garantizar su socialización.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la empresa.
- Velar por el cumplimiento de la misión y visión de la compañía.

RESPONSABILIDADES POR PERSONAS A CARGO
Ver Organigrama

6. AUTORIDAD	
Decisiones sin consultar	**Decisiones a consultar con jefe**
Registro contable de las operaciones normales de la empresa.	Cambios significativos de alto impacto productivo y económico en el proceso financiero.
Contabilización de costos y gastos aprobados en el presupuesto de la empresa.	Cambio en políticas en el proceso contable y financiero
Realización de pagos de tesorería aprobados en el presupuesto de la empresa.	Contabilización de costos y gastos no aprobados en el presupuesto de la empresa.
Actualización de procesos contables y financieros.	Traslados presupuéstales u otra modificaciones que cambien la estructura del presupuesto aprobado por la junta directiva.
	Endeudamiento a Bancos u otras líneas de financiación.
	Cambio de la estructura Bancaria de la empresa.
	Respuestas de requerimientos legales con asesoramiento del asesor jurídico.
	Presentación declaración de renta de MC.
	Cambio en la estructura de personal del proceso contable y administrativo.
	Envió de información financiera a terceros cuando comprometan datos de privacidad de la empresa.

CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
01	**13 de Marzo de 2017**	**Creación del Documento**

DOCUMENTO APROBADO

Fuente: Los autores

4.2.1.4 Mensajero.

Cuadro 5. Descripción de cargo (Mensajero)

	Nombre de la empresa	CODIGO GTH - DC-005	VERSION 001
	DESCRIPCION DE CARGO	VIGENCIA 31/DIC/2018	PAGINA 1 DE 3

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Sección:	Operativo
Nombre del cargo:	Mensajero
Cargo Jefe inmediato:	Administrador
Ciudad:	Yumbo

2. OBJETIVO DEL CARGO
Desarrolla los procesos de entrega de bebidas, velar por la entrega puntual de cada encargo y de que cada producto llegue en buenas condiciones al punto de llegada.

3. COMPETENCIA REQUERIDA				
Educación	Primaria			
	Educación media (Bachiller)			X
	Educación superior		**Programas específicos**	
	Técnico			
	Tecnológico			
	Profesional			
	Especialización			
	Maestría			
Conocimientos específicos	Habilidades para relacionarse con las personas, espíritu de trabajo en equipo, disposición amplia de servicio al cliente, capacidad de negociación.,			
Formación complementaria	Requiere licencia de conducción de motocicleta.			
Competencias	**Generales**		**Específicas**	
	• Actitud de Servicio • Orientación al Logro • Trabajo Interdisciplinario en Equipo • Integridad • Flexibilidad ante el Cambio • Desarrollo Propio de Otros • Liderazgo • Visión Integral de Negocio		• Orientación al detalle • Análisis de Información • Comunicación abierta • Organización • Sentido de urgencia • Trabajo bajo presión	
Experiencia requerida	No requiere: x	Menor a 6 meses:	Entre 1 y 2 años:	Entre 2 y 4 años: / Mayor a 4 años:
	Experiencia especifica en el rol o roles afines o del mismo nivel de responsabilidad.			

4. RESPONSABILIDADES
GENERAL: Garantizar que cada producto requerido por los clientes llegue en perfectas condiciones. Conocer y saber orientarse en los lugares donde hacen los domicilios. Dar al cliente una excelente atención, ya que se convierte en la imagen de la empresa.

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 5

ESPECIFICAS:	
Responsabilidad	**Entregable**
Ser imagen de la empresa en la parte externa, prestar un servicio integral excelente y oportuno al cliente o usuario con un alto nivel de eficiencia, eficacia, efectividad, regidos por los valores de calidad, compromiso y transparencia.	-Promueve las metas de la organización y respeta sus normas. -Antepone las necesidades de la organización a sus propias necesidades. -Apoya a la organización en situaciones difíciles. -Demuestra sentido de pertenencia en todas sus actuaciones. - reportar niveles de insumos para el excelente suministro de materia prima.
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST	
• Participar en la actualización de la identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos. • Informar sobre las necesidades de capacitación y entrenamiento en Seguridad y Salud en el Trabajo. • Participar en las inspecciones de seguridad.	
SISTEMA DE GESTIÒN DE CALIDAD	

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 5

- Responder ante las necesidades internas de la empresa.
- Hacer cumplir los reglamentos y normas establecidos en la empresa.
- Definir las diferentes políticas organizacionales y garantizar su socialización.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la empresa.
- Velar por el cumplimiento de la misión y visión de la compañía.

RESPONSABILIDADES POR PERSONAS A CARGO
Ver Organigrama

5. AUTORIDAD	
Decisiones sin consultar	**Decisiones a consultar con jefe**
Atiende y valora las necesidades y peticiones de los usuarios y de ciudadanos en general.	Confirmación de promociones y precios
Considera las necesidades de los usuarios al diseñar proyectos o servicios.	Regido a horario de servicio y lugar de entrega.
Da respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios de conformidad con el servicio que ofrece.	Cambio en políticas Misión y Visión
Establece diferentes canales de comunicación con el usuario para conocer sus necesidades y propuestas y responde a las mismas.	
Reconoce la interdependencia entre su trabajo y el de otros.	

CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
01	**13 de Marzo de 2017**	**Creación del Documento**

DOCUMENTO APROBADO

Fuente: Los autores

4.2.1.5 Operario.

Cuadro 6. Descripción de cargo (Operario)

	Nombre de la empresa	CODIGO GTH - DC-005	VERSION 001
		VIGENCIA	PAGINA
	CACIÓN DEL CARGO DESCRIPCION DE CARGO	31/DIC/2018	1 DE 3

Sección:	Producción
Nombre del cargo:	Operario
Cargo Jefe inmediato:	Administrador
Ciudad:	Yumbo

2. OBJETIVO DEL CARGO

Desarrolla los procesos de preparación de bebidas, controla el uso de materias primas, y es encargado de la adecuación del punto de venta.

3. COMPETENCIA REQUERIDA

Educación	Primaria		
	Educación media (Bachiller)		
	Educación superior		**Programas específicos**
	Técnico	X	Asesoría al cliente y manipulación de alimentos
	Tecnológico		
	Profesional		
	Especialización		
	Maestría		
Conocimientos específicos	Habilidades para relacionarse con las personas, espíritu de trabajo en equipo, disposición amplia de servicio al cliente, capacidad de negociación.,		
Formación complementaria	Conocimiento en Finanzas. Conocimiento en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).		
Competencias	**Generales**		**Especificas**
	• Actitud de Servicio • Orientación al Logro • Trabajo Interdisciplinario en Equipo • Integridad • Flexibilidad ante el Cambio • Desarrollo Propio de Otros • Liderazgo • Visión Integral de Negocio		• Orientación al detalle • Análisis de Información • Comunicación abierta • Organización • Sentido de urgencia • Trabajo bajo presión

Experiencia requerida	No requiere	x	Menor a 6 meses		Entre 1 y 2 años		Entre 2 y 4 años		Mayor a 4 años	
	Experiencia especifica en el rol o roles afines o del mismo nivel de responsabilidad.									

4. RESPONSABILIDADES

GENERAL:

Garantizar el adecuado registro de las operaciones económicas de la empresa, en cuanto a ventas y etas propuestas.

Direccionar el proceso publicitario de la empresa sea real en cuanto a promociones y variedades, y control de procesos que ayudaría al cumplimiento de utilidades presupuestadas, pagos de obligaciones y objetivos estratégicos de la empresa.

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 6

ESPECIFICAS:	
Responsabilidad	**Entregable**
Dirigir, coordinar y promover en la Oficina Asesora Comercial, el servicio integral excelente y oportuno al cliente o usuario con un alto nivel de eficiencia, eficacia, efectividad, regidos por los valores de calidad, compromiso y transparencia.	-Promueve las metas de la organización y respeta sus normas. -Antepone las necesidades de la organización a sus propias necesidades. -Apoya a la organización en situaciones difíciles. -Demuestra sentido de pertenencia en todas sus actuaciones. - reportar niveles de insumos para el excelente suministro de materia prima.
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST	
• Participar en la actualización de la identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos. • Informar sobre las necesidades de capacitación y entrenamiento en Seguridad y Salud en el Trabajo. • Participar en las inspecciones de seguridad.	
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	

DOCUMENTO APROBADO

Continuación cuadro 6

- Responder ante las necesidades internas de la empresa.
- Hacer cumplir los reglamentos y normas establecidos en la empresa.
- Definir las diferentes políticas organizacionales y garantizar su socialización.
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la empresa.
- Velar por el cumplimiento de la misión y visión de la compañía.

RESPONSABILIDADES POR PERSONAS A CARGO
Ver Organigrama

5. AUTORIDAD	
Decisiones sin consultar	**Decisiones a consultar con jefe**
Atiende y valora las necesidades y peticiones de los usuarios y de ciudadanos en general.	Confirmación de promociones y precios
Considera las necesidades de los usuarios al diseñar proyectos o servicios.	Cambios significativos de alto impacto productivo y económico en el proceso financiero.
Da respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios de conformidad con el servicio que ofrece la entidad.	Cambio en políticas Misión y Visión
Establece diferentes canales de comunicación con el usuario para conocer sus necesidades y propuestas y responde a las mismas.	Contabilización de costos y gastos no aprobados en el presupuesto de la empresa.
Reconoce la interdependencia entre su trabajo y el de otros.	Traslados presupuéstales u otra modificaciones que cambien la estructura del presupuesto aprobado por la junta directiva.

CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
01	**13 de Marzo de 2017**	**Creación del Documento**

DOCUMENTO APROBADO

Fuente: Los autores

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL

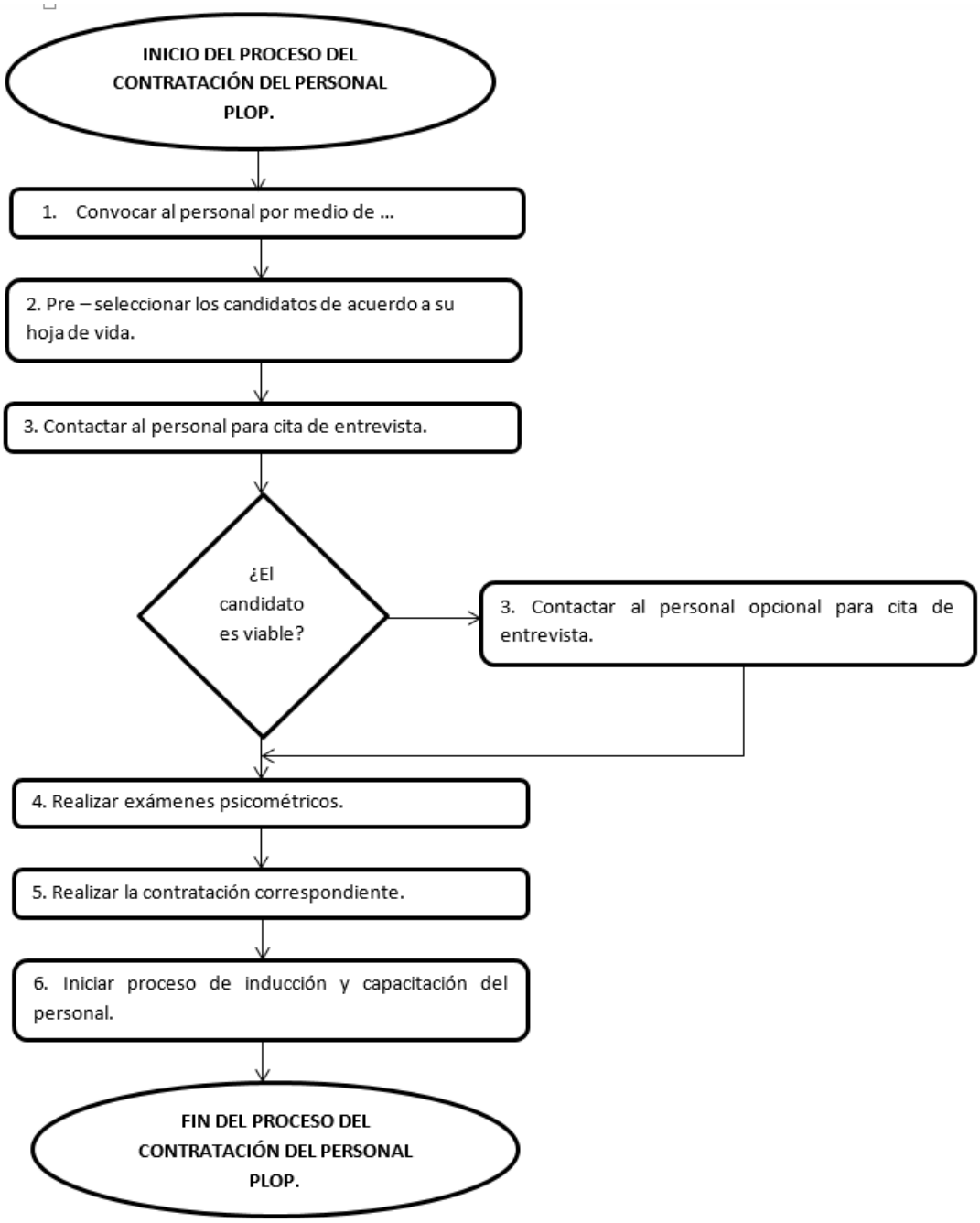
Para la selección del personal, se divulga la información a través de las redes sociales como Facebook con el fin de reclutar hojas de vida, posteriormente al anuncio se realizar la selección del personal por medio de etapas, teniendo en cuenta el perfil del cargo que solicita la empresa, las habilidades, actitudes y desempeños, de esta manera se espera realizar la selección de la forma más idónea.

1. Tener claridad del cargo que se requiere.
2. Definición del tiempo en que se requiere el personal.
3. Creación del perfil del cargo a promocionar.
4. Publicación de la vacante en los medio de comunicación.
5. Evaluación de los postulados del cargo.
6. Entrevista a las personas que cumplan con el perfil del cargo.
7. Elección de la persona que ocupará el cargo.
8. Contratación.
9. Exámenes de ingreso.
10. Inducción.
11. Capacitación.

4.4 PROCESO DEL SELECCIÓN DEL PERSONAL

La empresa realiza una serie de procedimientos con el fin de escoger a los mejores candidatos quienes ocuparan las vacantes ofertadas.

Imagen 19. Diagrama proceso de selección del personal



Fuente: Los autores

4.4.1 Solicitud de empleo. La empresa realiza el proceso de pre selección teniendo en cuenta las hojas de vida recolectadas, se estudia cada una para ver que cumpla con los requisitos académicos, luego se agenda las entrevistas, para esto es indispensable tener clara la respuesta de las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las funciones a realizar la candidata?

¿Qué habilidades son requeridas para ocupar el cargo?

¿Qué nivel de estudio es requerido para ocupar el cargo?

¿Qué experiencia tiene en relación con el cargo?

4.4.2 Entrevista. La entrevista se realiza con el propósito de conocer a la persona postulada, y de esta manera evaluar sus actitudes personales y competencias para diagnosticar si cumple con las características del cargo que solicita la empresa, esta actividad será realizada por el director comercial.

La entrevista a llevar a cabo tendrá la siguiente estructura:

- ✓ Presentación
- ✓ Dialogo introductorio: el objetivo es crear un entorno de confianza.
- ✓ Especificación del puesto: en este punto se realizan preguntas sobre su formación profesional y académica, experiencia laboral y factores personales.
- ✓ Cierre de la entrevista: aquí el entrevistador formulará preguntas no previstas durante la conversación.
- ✓ Despedida

4.4.3 Exámenes. Al seleccionar el personal todos los candidatos serán sometidos a pruebas psicométricas, las cuales luego serán evaluadas por el director comercial.

Los exámenes a tomar en cuenta son:

Psicométricos:

- ✓ Razonamiento numérico, este está relacionado con el servicio al cliente y perfiles comerciales.
- ✓ Razonamiento verbal: es la conexión de ideas bajo un determinado criterio.
- ✓ Test de personalidad: el fin es conocer aptitudes, intereses y temperamento del personal.

Físicos: para obtener información sobre la salud del personal, antecedentes o signos de enfermedad.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Posteriormente al proceso de selección se le solicita al candidato los documentos pertinentes: fotocopia de la cédula, actas de grado tecnólogo o profesional dependiendo el caso y documento de los antecedentes judiciales.

Se hace la debida contratación por contrato a término indefinido excepto el mensajero que será vinculado por contrato de prestación de servicios, el cual incluirá las causales de despido, todas las especificaciones del empleo, y procedimientos. Desde el día en que el empleador inicie sus funciones gozara de todos los requisitos que exige la ley, auxilio de transporte, cesantías, intereses de cesantías, prima, vacaciones, pensión, y arl.

4.5.1 Inducción del personal. El personal seleccionado entrara en un proceso de inducción donde se le da a conocer la historia de la empresa, misión, visión, políticas de la organización, los valores corporativos, se le explicara los procedimientos de su cargo, Se le brinda información específica sobre el cargo a ocupar y las funciones a desarrollar, se le muestra el lugar de trabajo, la organización de las instalaciones, se le dará a conocer el producto como materia prima hasta su elaboración final, de esta manera se espera que se familiarice con el producto, se le enseñara las herramientas tecnológicas que serán utilizadas en la

fabricación del producto, se explica el procedimiento de preparación de cada bebida, reglamentos y normas.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación. El proceso de capacitación será efectuado por el administrador, se hace teniendo en cuenta la evaluación de los indicadores de desempeño, posteriormente se desarrollaran inducciones sobre servicio al cliente, ejercicios de coaching empresarial ,tácticas de ventas y se les capacitara para que identifiquen posibles fallas que tengan la empresa y de esta manera ponerle pronta solución, el procesos se hará de acuerdo al cargo a ocupar para asegurar el funcionamiento de la empresa, el desarrollo personal del equipo de trabajo y para cumplir con el funcionamiento de la empresa sin ningún problema.

4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

4.7.1 Descripción de áreas. Área administrativa y financiera, comercial, operativa.

- ✓ Área administrativa y financiera: planear, dirigir, controlar y coordinar los procesos y procedimientos, verificar el cumplimiento de funciones, gestionar y calcular la gestión contable y presupuestal.
  - Director contable y financiero
  - Director administrativo y comercial

- ✓ Área comercial: Coordina y brinda orientación sobre las actividades operativas, planea capacitación y entrenamiento del personal, vela por el bienestar social de los colaboradores, controla las actividades en relación con proveedores, compras y almacenamiento de inventario.
  - Administrador punto de venta

- ✓ Área operativa: Desarrolla los procesos de preparación de bebidas, controla el uso de materias primas, entrega del producto terminado y es encargado de la adecuación del punto de venta.
  - Operario de bebidas
  - Mensajero

4.7.2 Fundamentación del cargo. La empresa requiere para cada cargo características específicas, es indispensable que los colaboradores cuenten con las siguientes habilidades y cualidades:

- ✓ Compromiso
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Actitud positiva
- ✓ Pro actividad
- ✓ Empatía
- ✓ Capacidad resolutiva

Cuadro 7. Características de cargo

CARGO	NIVEL ACADEMICO	EXPERIENCIA LABORAL
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Profesional	Mínimo 6 meses
DIRECTOR COMERCIAL	Profesional	Mínimo 6 meses
ADMINISTRADOR	Tecnológico	Mínimo 6 meses
OPERARIO	Técnico	No se requiere experiencia

Fuente: Los autores.

4.7.3 Identificación y naturaleza de los cargos. Se describen los cargos y su dependencia.

4.7.3.1 Director contable y financiero. Pertenece a gerencia general.

Cuadro 8. Identificación del cargo (director contable-financiero)

IDENTIFICACION DEL CARGO			
Nombre del cargo:	Director contable - financiero	**Dependencia:**	Gerencia general
Nivel funcional:	Directivo	**Número de personas a cargo:**	1
Jefe inmediato:	Socios junta directiva		

Fuente: Los autores.

4.7.3.2 Director administrativo comercial. Pertenece a gerencia general.

Cuadro 9. Identificación del cargo (director administrativo comercial)

IDENTIFICACION DEL CARGO			
Nombre del cargo:	Director administrativo - comercial	**Dependencia:**	Gerencia general
Nivel funcional:	Directivo	**Número de personas a cargo:**	1
Jefe inmediato:	Socios junta directiva		

Fuente: Los autores.

4.7.3.3 Administrador. Pertenece a gerencia general.

Cuadro 10. Identificación (administrador)

IDENTIFICACION DEL CARGO			
Nombre del cargo:	Administrador	**Dependencia:**	Gerencia general
Nivel funcional:	Directivo	**Número de personas a cargo:**	1
Jefe inmediato:	Director administrativo - financiero		

Fuente: Los autores.

4.7.3.4 Operario.

Pertenece a dependencia administrativa.

Cuadro 11. Identificación del cargo (operario)

IDENTIFICACION DEL CARGO			
Nombre del cargo:	Operario	**Dependencia:**	Administrativo
Nivel funcional:	Producción	**Número de personas a cargo:**	0
Jefe inmediato:	Administrador		

Fuente: Los autores.

4.7.3.5 Mensajero.

Pertenece a dependencia administrativa.

Cuadro 12. Identificación del cargo (mensajero)

IDENTIFICACION DEL CARGO			
Nombre del cargo:	Mensajero	**Dependencia:**	Administrativo
Nivel funcional:	Producción	**Número de personas a cargo:**	0
Jefe inmediato:	Administrador		

Fuente: Los autores.

4.7.4 Funciones estratégica del cargo. Descripción detallada de las tareas, actividades y funciones requeridas en el puesto de trabajo.

Cuadro 13. Funciones estratégicas del cargo

NOMBRE DEL CARGO	SALARIO	FUNCIONES PRINCIPALES	FUNCIONES SECUNDARIAS	EMPRESA UNIDADES MENSUALES (PROMEDIO)
DIRECTOR CONTABLE Y FINANCIERO	950.000	1 Diseñar y ejecutar metas a corto y largo plazo	1 Atender inquietudes o sugerencias de los colaboradores	3200
		2 Verificar el cumplimiento de las funciones delegadas		
		3 Proyeccion de estados financieros e informes contables o financieros		
		4 Calcular nomina		
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y COMERCIAL	950.000	1 Realizar horario de los colaboradores	1 Atender inquietudes o sugerencias de los colaboradores	
		2 Realizar pago de la nomina		
		3 Selección, reclutamiento y capacitacion		
		4 Planerar estrategias para aumentar las ventas		
ADMINISTRADOR DEL PUNTO DE VENTA	850.000	1Atender al cliente en caja	1 Motivar y capacitar el equipo	
		2 Controlar y verificar el movimiento del diario del dinero	2 identificar necesidades y expectativas del cliente	
		3 Realizar inventario diariamente	3 realizar un optimo y eficaz uso de los recursos	
		4 Compras de materia prima		
OPERARIO DE BEBIDAS	814.835	1 Preparar bebidas	1 Organizar materias primas e insumos en su respectivo lugar	
		2 Entregar pedidos en el tiempo adecuado		
		3 Mantener el lugar de trabajo limpio y organizado		
MENSAJERO	814.835	4 Repartir los domicilios en el tiempo estipulado		

Fuente: Los autores.

4.8 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PLOP.

Creación de la empresa

Para darle apertura a cualquier establecimiento de comercio es necesario tener en cuenta los trámites legales y certificaciones requeridas por la cámara de comercio encargada de inscripciones, a continuación se encontraran los formularios para adquirir los certificados y cotizaciones de algunas entidades.

Imagen 20. Formulario de Bomberos de Yumbo

CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE YUMBO
DPTO. PREVENCION Y SEGURIDAD
SOLICITUD DE INFORMACION BASE DE DATOS

1de1
Codigo: DIR-102-0125-17
REV. 06-2015
IMPLEMN. 06-2015
PYS-2-0258-17

FECHA: ☐☐☐☐

INSTRUCCIONES ESPECIALES:

1. ESTA INFORMACIÓN ES PARA USO EXCLUSIVO DEL CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE YUMBO.
2. UNA VEZ RECIBIDA ESTA INFORMACIÓN SERA ENVIADA LA LIQUIDACIÓN.
2. EL VALOR DE LA LIQUIDACIÓN DEBE SER CONSIGNADO LA CUENTA CORRIENTE Nº 018469999884 DEL BANCO DAVIVIENDA.
3. INMEDIATAMENTE SE CONSIGNE EL VALOR DE LA INSPECCIÓN DEBE ENVIAR COPIA DEL RECIBO DE CONSIGNACIÓN O TRANSFERENCIA.
4. LA INSPECCIÓN SE REALIZARA 5 DÍAS DESPUÉS DE RECIBIDA LA COPIA DE LA CONSIGNACIÓN
5. EL INFORME SE ENTREGARA 5 DÍAS DESPUÉS DE REALIZADA LA VISITA

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA: _____
NOMBRE DE RAZÓN SOCIAL: _____
NOMBRE DE REPRESENTANTE LEGAL: _____
PERSONA CONTACTO: _____
DIRECCIÓN: _____ TELÉFONO: _____
E-MAIL: _____
NIT/RUT: _____ CÓDIGO CIIU: _____
USO: (MARQUE CON UNA X) COMERCIAL: ____ INDUSTRIAL: _____ SERVICIOS: _____
ESTRATO: _____ ÁREA CONSTRUIDA m² _____
DESCRIBA BREVEMENTE EL OBJETO DE LA COMPAÑÍA: _____
_____
_____

ALMACENAMIENTO DE MATERIALES
MP - MATERIAS PRIMAS - PT PRODUCTO TERMINADO

CANTIDAD	*Kg*	*Ton*	DESCRIPCIÓN	MP	PT

Continuación de la imagen 17

CUENTA CON LOS SIGUIENTES SISTEMAS DE PROTECCIÓN

	SI	NO	OBSERVACIÓN
HIDRÁULICO CONTRA INCENDIO			
SISTEMA DE DETECCIÓN Y ALARMA			
PLAN DE EMERGENCIAS			

Para el día de la visita de inspección se deben presentar los documentos necesarios que soporten los anteriores sistemas (Documentos, diseños y planos).

POR FAVOR ADJUNTAR RUT

DILIGENCIO: _____

Fuente:(Bomberos voluntarios de Yumbo, 2018, fig. 1)

Imagen 21. Formulario para la certificación de permiso de Suelos

24.600 =

Alcaldia Municipal de Yumbo	MACROPROCESO: GESTIÓN FÍSICA DEL TERRITORIO	Código: GFT-OT-FO008
	PROCESO: ORDENAMIENTO TERRITORIAL	TRD:
	SUBPROCESO: N/A	Versión: 01
	REGISTRO: SOLICITUD DE EXPEDICIÓN DE CONCEPTOS Y CERTIFICADOS URBANÍSTICOS	Fecha de Emisión: Julio 30 de 2015

Número de Radicado

Urbano ☐ Rural ☐ | Residencial ☐ Industrial ☐ | Comercial ☐ | Otros ☐

Nombre del propietario	Nit. Ó C.C. #
Dirección del predio	Teléfono
Número predial	Mat. Inmobiliaria #
Barrio / corregimiento	Vereda

Tipo De Documento A Solicitar:

Certificado de Nomenclatura ☐
Concepto de Norma Urbanística ☐
Certificado Líneas de Demarcación ☐
Certificado Radio De Acción ☐
Concepto De Uso Del Suelo ☐
Certificado De Riesgo ☐
Certificado De Distancia ☐

Se solicita para: _____

REQUISITOS

- Para Certificado de Nomenclatura, Líneas de Demarcación, Concepto de Norma Urbanística y Certificado De Riesgo.
- -Copia cédula de ciudadania
- Copia cédula extranjeria (Extranjeros)
- Carta catastral (sólo certificado nomenclatura)
- Certificado inscripción catastral (sólo certificado nomenclatura)
- Certificado de Tradición (máximo 1 mes de vigencia)(Sólo para Norma Urbanística y Certificado de Riesgo).
- Fotocopia de Escritura (Sólo para Concepto Norma Urbanística, Certificado de Riesgo).
- Fotocopia del Recibo de Servicios Públicos (Sólo para Concepto Norma Urbanística, Certificado de Riesgo y Certificado de Nomenclatura).
- Certificado de Representación para Personas Jurídicas
- Plano de localización general del predio (Sólo para Certificado de Localización y Línea de Demarcación)
- Dos estampillas Pro- Universidad del Valle por valor de $ 200 pesos cada una
- (Este último cuando aplique)

Certificado Radio de Acción y Certificado de Distancia

- No requiere documentos anexos

Concepto de Uso del Suelo:

- No requiere documentos anexos

Cámara de Comercio - Predial

Espacio para diligenciar únicamente para CONCEPTO DE USO DEL SUELO

Nombre del Establecimiento _____

Descripción detallada de las actividades del establecimiento _____

FECHA DE RECEPCIÓN:

NOTA: ESTOS DOCUMENTOS SE PODRÁN RADICAR EN LAS DEPENDENCIAS DEL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN E INFORMÁTICA, TODOS LOS DÍAS EN HORARIO DE OFICINA.

FIRMA DEL INTERESADO/SOLICITANTE
NOMBRE:
C.C. No.

FIRMA DE QUIEN RECIBE
NOMBRE:
Departamento Administrativo de Planeación e Informática

Fuente: (Alcaldía Municipal de Yumbo, 2018, fig. 1)

Imagen 22. Formulario para la certificación de salud

Alcaldía de Yumbo	MACROPROCESO: GESTIÓN DE LA SALUD MUNICIPAL	Código: GSM-SP-01-FO051
	PROCESO: SALUD PÚBLICA	TRD: 160-09.03
	SUBPROCESO: ALIMENTOS Y BEBIDAS	Versión: 00
	REGISTRO: ACTA DE INSPECCION SANITARIA CON ENFOQUE DE RIESGO E INSTRUCTIVO PARA ESTABLECIMIENTOS DE PREPARACION DE ALIMENTOS	Fechad de emisión: Octubre 12 de 2016

CIUDAD _____ FECHA día / mes /año ACTA N° _____

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: Restaurante ☐ Cafetería ☐ Panadería ☐ Frutería ☐ Comidas rápidas ☐ Comedores ☐ Cuál: _____

ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD _____

IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

* CAMPO OBLIGATORIO

RAZÓN SOCIAL _____

*CÉDULA / NIT _____ *NÚMERO DE INSCRIPCIÓN _____

*NOMBRE COMERCIAL _____

*DIRECCIÓN _____ MATRICULA MERCANTIL _____

*DEPARTAMENTO _____ *MUNICIPIO _____

Barrio ☐ Vereda ☐ Comuna ☐ Localidad ☐ Sector ☐ Corregimiento ☐ Caserío ☐ UPZ ☐

Otro ☐ Cuál: _____

TELÉFONOS _____ FAX _____

CORREO ELECTRÓNICO _____

NOMBRE DEL PROPIETARIO _____

DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Número de documento _____

*NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL _____

*DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ *Número de documento _____

*DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN _____

*DEPARTAMENTO _____ *MUNICIPIO _____

*HORARIO Y DÍA DE FUNCIONAMIENTO _____ *NÚMERO DE TRABAJADORES _____

CONCEPTO SANITARIO DE ULTIMA VISITA SANITARIA

FECHA DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	día / mes /año	FAVORABLE		% DE CUMPLIMIENTO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	%
		FAVORABLE CON REQUERIMIENTOS			
		DESFAVORABLE			

*MOTIVO DE LA VISITA

PROGRAMACIÓN		SOLICITUD DEL INTERESADO		ASOCIADA A PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS	
SOLICITUD OFICIAL		EVENTO DE INTERÉS EN SALUD PÚBLICA		SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS/ PROCESOS SANCIONATORIOS ADMIN.	

OTRO ☐ Especifique:

EVALUACIÓN

Aceptable (A)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple la totalidad de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Aceptable con Requerimiento (AR)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple parcialmente los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
Inaceptable (I)	Marque con una X cuando el establecimiento no cumple ninguno de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar
No Aplica (NA)	Marque con una X la casilla "NA" en caso que el aspecto a verificar no se realice por parte del establecimiento y calificar como Aceptable (A). Justificar la razón del no aplica en el espacio de hallazgos.
Crítico (C)	Marque con una X la casilla "C" cuando el incumplimiento del aspecto a verificar afecte la inocuidad de los alimentos y deba aplicar Medida Sanitaria de Seguridad que impida que el establecimiento continúe ejerciendo sus labores

I. CONDICIONES SANITARIAS DE INSTALACIONES Y PROCESO

1	EDIFICACION E INSTALACIONES	A	AR	I	HALLAZGOS
1.1	**Localización y diseño.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numerales 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2,3 y 2.6,; Artículo 32, Numerales 1, 2, 3, 4, 6 y 7. Artículo 33, Numeral 8)*	2	1	0	

Continuación de la imagen 18

1.2	**Condiciones de pisos y paredes.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 7, Numeral 1, 2. Artículo 33, Numerales 1, 2 y 3.)*	2	1	0	
1.3	**Techos, iluminación y ventilación.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 7, Numeral 3, 4, 5, 7, 8. Artículo 33, Numeral 4.)*	2	1	0	
1.4	**Instalaciones sanitarias.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numeral 6.1, 6.2, 6.3, 6.4; Artículo 32, Numeral 9 y 11.)*	4	2	0	
	CALIFICACION DEL BLO QUE				La calificación del bloque corresponde al 10% del total del acta
2	**EQUIPOS Y UTENSILIOS**	A	AR	I	**HALLAZGOS**
2.1	**Condiciones de equipos y utensilios.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 8, Artículo 9, Numerales 1, 6, 8 y 9, Artículo 10, Numerales 2 y 3. Artículo 34.)*	5	2,5	0	
2.2	**Superficies de contacto con el alimento.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 8; Artículo 9, Numerales 2, 3, 4, 5, 7 y 10; Artículo 34. Artículo 35, Numeral 8 y 10.*	7	3,5	0	
	Resoluciones 683, 4142 y 4143 de CALIFICACION DEL BLO QUE				La calificación del bloque corresponde al 12% del total del acta
3	**PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS**	A	AR	I	**HALLAZGOS**

Continuación de la imagen 18

3.1	**Estado de salud.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 11; Numeral 1, 2, 4, 5. Artículo 14, Numeral 12.)*	7	3,5	0	
3.2	**Reconocimiento médico.** *(Resolución 2674 de 2013, Artículo 11, Numeral 1, 2, 3, 4)*	2	1	0	
3.3	**Prácticas higiénicas.** (Resolución 2674/2013, Artículo 14, Numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13 y 14. Artículo 36. Artículo 35, Numeral 5 y 7.)	7	3,5	0	
3.4	**Educación y capacitación.** *(Resolución 2674/2013, Artículos 12 y 13. Artículo 36.)*	4	2	0	
CALIFICACION DEL BLO QUE					La calificación del bloque corresponde al 20% del total del acta
4	REQUISITOS HIGIENICOS	A	AR	I	HALLAZGOS
4.1	**Control de materias primas e insumos.** *(Decreto 561 de 1984, Art. 89. Resolución 2674/2013, Artículo 16, Numerales 1, 3, 4 y 5. Artículo 35 , Numerales 1, 2 y 3. Resolución 5109 de 2005. Resolución 1506 de 2011. Resoluciones 683, 4142 y 4143 de 2012; 834 y 835 de 2013.)*	5	2,5	0	

Continuación de la imagen 18

4.2	**Prevención de la contaminación cruzada.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 16, Numeral 7; Artículo 18, Numeral 7; Artículo 20, Numeral 5; Artículo 35, Numeral 4.)*	9		0	
4.3	**Manejo de temperaturas.** *(Ley 9 de 1979, Artículo 293, 425. Resolución 2674/2013, Artículo 18, Numeral 3.1, 3.2, 3.3 y 5.)*	7	3,5	0	
4.4	**Condiciones de almacenamiento.** *(Resoluciones 683/2012, 2674/2013 Artículo 16, Numeral 5 y 6. Artículo 33, Numeral 9.)*	4	2	0	NA
CALIFICACION DEL BLO QUE					La calificación del bloque corresponde al 25% del total del acta
5	**SANEAMIENTO**	A	AR	I	**HALLAZGOS**
5.1	**Suministro y calidad de agua potable.** *(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numeral 3.1, 3.2, 3.3, 3.5.1, 3.5.2 y 3.5.3; Artículo 26, Numeral 4. Artículo 32, Numeral 8. Resolución 2115 de 2007, Artículo 9.)*	7	3,5	0	

Continuación de la imagen 18

5.2	**Residuos líquidos.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 6, Numeral 4, Artículo 32, Numerales 5 y 10.)*	4	2	0	
5.3	**Residuos sólidos.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 6, Numerales 5.1, 5.2 y 5.3. Artículo 33, Numerales 5, 6 y 7. Artículo 18, Numeral 11.)*	4	2	0	
5.4	**Control integral de plagas.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 2jl , Numeral 3.)*	9		0	
5.5	**Limpieza y desinfección de áreas, equipos y utensilios.** *(Resolución 2674/2013 Artículo 6 Numeral 6.5; Artículo 26 Numeral 1)*	7	3,5	0	
5.6	**Soportes documentales de saneamiento.** *(Decreto 1575 de 2007, Artículo 10. Resolución 2674/2013 Artículo 26.)*	2	1	0	
CALIFICACION DEL BLOQUE					La calificación del bloque corresponde al 33% del total del acta

II. CONCEPTO SANITARIO

% DE CUMPLIMIENTO	CONCEPTO. Seleccione con una equis (X) el concepto sanitario a emitir		NIVEL DE CUMPLIMIENTO	
		FAVORABLE	90-100%	En caso que uno o más de los aspectos a evaluar sea identificado como crítico y calificado como Inaceptable (I), independiente del porcentaje de cumplimiento obtenido, el CONCEPTO SANITARIO a emitir será DESFAVORABLE y se
		FAVORABLE CON REQUERIMIENTOS	60 - 89,9%	

Continuación de la imagen 18

	DESFAVORABLE	< 59,9%	procederá a aplicar la MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD respectiva.

III. RELACIÓN DE LAS MUESTRAS TOMADAS EN EL ESTABLECIMIENTO

NUMERO TOTAL DE MUESTRAS TOMADAS	
NUMERO DEL ACTA DE TOMA DE MUESTRAS	

IV. REQUERIMIENTOS SANITARIOS

Se debe ajustar el establecimiento a la normatividad sanitaria vigente corrigiendo los hallazgos registrados en la presente acta.

V. APLICACIÓN DE MEDIDA SANITARIA DE SEGURIDAD

Si	No	Cuál:

VI. OBSERVACIONES

Por parte de la autoridad sanitaria:

Por parte del establecimiento:

VII. NOTIFICACIÓN DEL ACTA

Para constancia previa lectura y ratificación del contenido de la presente acta firman los funcionarios y personas que intervinieron en la visita, hoy _____ del mes de _____ del año _____ en la Ciudad de _____.

De la presente acta se deja copia en poder del interesado, representante legal, responsable del establecimiento o quien atendió la visita.

NOTA: El acta debe ser notificada dentro de un plazo no mayor de cinco (5) días contados a partir de la realización de la visita.

POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS QUE REALIZAN LA VISITA

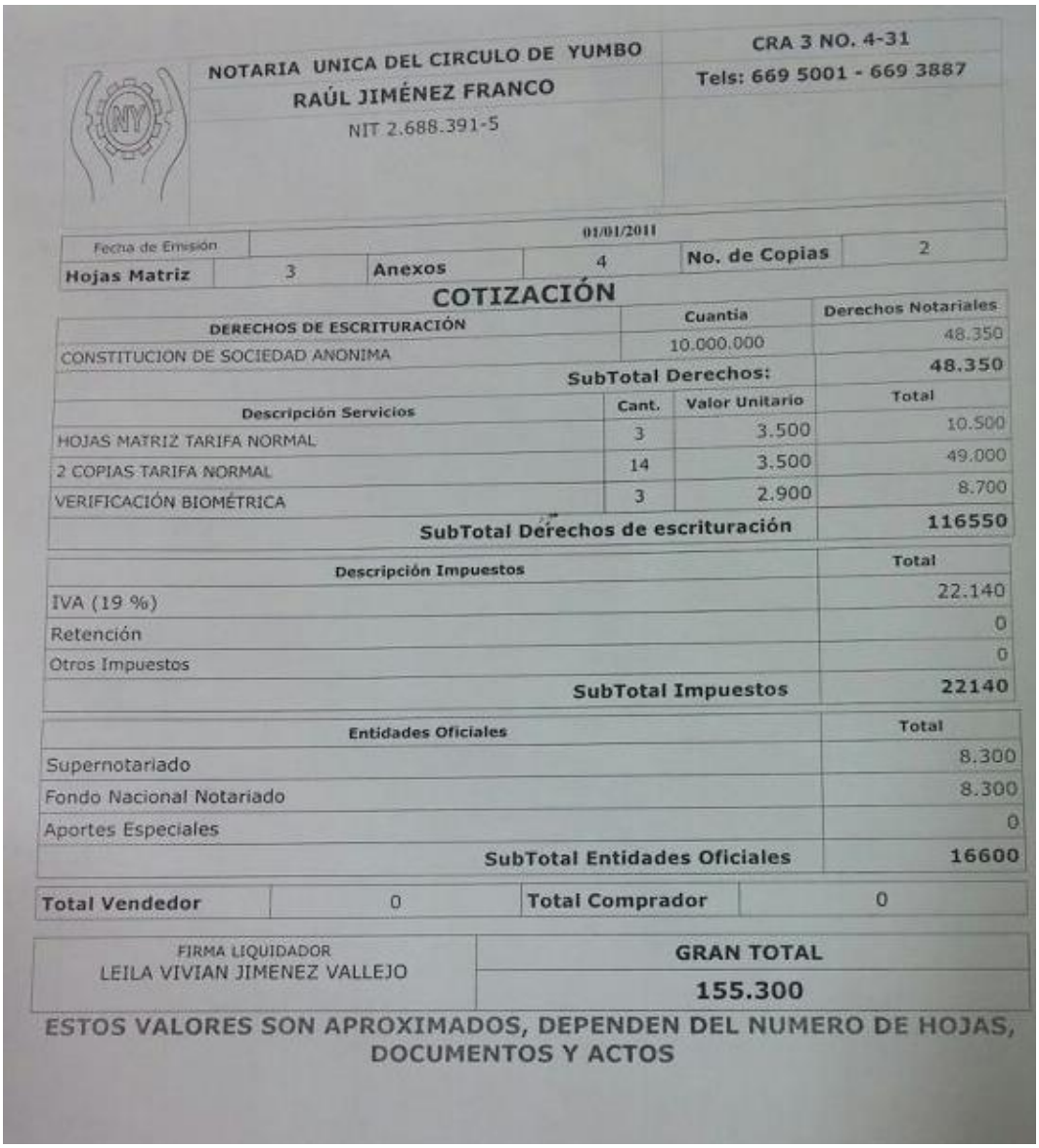
FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE:	NOMBRE:
CEDULA:	CEDULA:
CARGO:	CARGO:
INSTITUCION:	INSTITUCION:

POR PARTE DEL ESTABLECIMIENTO

FIRMA:	FIRMA:
NOMBRE:	NOMBRE:
CEDULA:	CEDULA:
CARGO:	CARGO:

Fuente:(Gestión de la salud municipal de Yumbo, 2018, fig. 1)

Imagen 23. Gastos notariales



NOTARIA UNICA DEL CIRCULO DE YUMBO
RAÚL JIMÉNEZ FRANCO
NIT 2.688.391-5

CRA 3 NO. 4-31
Tels: 669 5001 - 669 3887

Fecha de Emisión	01/01/2011				
Hojas Matriz	3	Anexos	4	No. de Copias	2

COTIZACIÓN

DERECHOS DE ESCRITURACIÓN	Cuantía	Derechos Notariales
CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA	10.000.000	48.350
SubTotal Derechos:		48.350

Descripción Servicios	Cant.	Valor Unitario	Total
HOJAS MATRIZ TARIFA NORMAL	3	3.500	10.500
2 COPIAS TARIFA NORMAL	14	3.500	49.000
VERIFICACIÓN BIOMÉTRICA	3	2.900	8.700
SubTotal Derechos de escrituración			116550

Descripción Impuestos	Total
IVA (19 %)	22.140
Retención	0
Otros Impuestos	0
SubTotal Impuestos	22140

Entidades Oficiales	Total
Supernotariado	8.300
Fondo Nacional Notariado	8.300
Aportes Especiales	0
SubTotal Entidades Oficiales	16600

Total Vendedor	0	Total Comprador	0

FIRMA LIQUIDADOR LEILA VIVIAN JIMENEZ VALLEJO	GRAN TOTAL 155.300

ESTOS VALORES SON APROXIMADOS, DEPENDEN DEL NUMERO DE HOJAS, DOCUMENTOS Y ACTOS

Fuente: (Notaria primera de Yumbo., 2018, fig. 1)

Imagen 24. Registro de cámara y comercio de Cali

Cámara de Comercio de Cali

Solicitud de Inscripción

Registros Públicos

F-RP-0064
Versión 6
Vigencia:04/01/2016

DATOS DE LA EMPRESA O ENTIDAD

Nombre propietario o Razón social _____

NIT _____

DATOS DE LA PERSONA QUE PRESENTA LA DOCUMENTACION – SIPREF

Nombres y apellidos _____

Numero de Identificacion: _____ C.C. ☐ C.E. ☐ TI ☐ PASAPORTE ☐

Fecha de expedición del documento de identificación _____

Lugar de expedición del documento de identidad: _____

Solicito la inscripción de (relacione los actos que desea registrar):

_____

_____

Atentamente,

_____

Firma del solicitante

De conformidad con la Circular Unica de 2001 de la Superintendencia de Industria y Comercio, en los registros que llevan las Cámaras de Comercio se inscriben a solicitud del comerciante únicamente los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad, con lo cual se concluye que el registro es taxativo y rogado, de tal manera que siempre debe mediar la solicitud del interesado y en ella estipular que actos se solicitan registrar de los documentos presentados.

Para llevar a cabo el trámite registral que se encuentra desarrollando, su huella dactilar será tratada con el objetivo de verificar electrónicamente ante la réplica de la

Continuación imagen 21

Base de Datos Biográfica de la Registraduría Nacional del Estado Civil, su identidad, para lo cual usted como titular del dato, autoriza de Expresa e informada, a la Cámara de Comercio de Cali, a utilizar sus datos biométricos para la fidad antes indicada:

AUTORIZO ☐

DATOS DEL RESPONSABLE DEL REGISTRO

Información necesaria para que la Cámara de Comercio de Cali contacte al titular del registro en caso de requerirlo

Nombres y apellidos: _____

Cargo: _____
(Indique la relación con la entidad: representante legal, socio, miembro de cuerpo colegiado, reviso r fiscal, asesor)

Número(s) telefónico(s): _____

Correo(s) electrónico(s): _____

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

El sistema de información de la Registraduría Nacional del Estado Civil presentó fallas al momento d
Validarse la huella o el número el número de identificación: Falla técnica ☐

La persona que presenta la documentación cuenta con impedimento físico para realizar consulta biométrica:

Nombre de quien autoriza Coordinador CAE / Responsable CAE Sede: _____

Nombre del cajero: _____

Observaciones: _____
forma libre, consciente,

_____

Continuación de la imagen 21

CONTROL DE DOCUMENTOS PRESENTADOS

Señor usuario, la información que se suministra a continuación es una validación de los documentos que se presentan para registro la cual es diligenciada por funcionarios de la Cámara de Comercio de Cali, en ningún caso constituye una revisión formal del contenido de los mismos.

Fecha

Form. verif. Registraduría (quien presenta el trámite)
Poder para realizar trámites

Orie.	Vent.	Digit.
Dev.	Rein.	

ACTO	DOCUMENTOS	Orie. / Dev.	Vent. / Rein.	Digit.
Matrícula y Constitución Mercantil	Solicitud de inscripción			
	Formulario CAE			
	Formulario RUT			
	Formuario RUES			
	Anexo 1 establecimiento			
	Inventario de bienes			
	Doc. de constitución			
	Cartas de aceptación			
	Copias de cédula			
	Form. verif. Registraduría			
Apertura de Agencias y Sucursales	Solicitud de inscripción			
	Formulario CAE			
	Anexo 1 suc. o agen.			
	Doc. de aper. - nomb.			
	Cartas de aceptación			
	Copias de cédula			
	Form. verif. Registraduría			
	Doc. de constitución			
	Reformas			
Inscripción Esal	Solicitud de inscripción			
	Formulario CAE			
	Formulario RUT			
	Formuario RUES			
	Doc. de constitución			
	Estatutos			
	Cartas de aceptación			
	Copias de cédula			
	Form. verif. Registraduría			
Nombramientos	Solicitud de inscripción			
	Escritura			
	Acta			
	Documento privado			
	Prov. Judicial o administ.			
	Cartas de aceptación			
	Copias de cédula			
	Form. verif. Registraduría			
	Cop. Tarj. Prof. Rev. Fisc.			
Providencias	Prov. Judicial o admtivo.			

ACTO	DOCUMENTOS	Orie. / Dev.	Vent. / Rein.	Digit.
Esal	Solicitud de inscripción			
	Copia boleta fiscal			
	Escritura			
	Acta			
	Documento privado			
	Balance			
	Certificados			
	Prov. Jud. o administ.			
	Form. verif. Registraduría			
Libros, modificaciones, traspasos, grupo empresarial	Solicitud de inscripción			
	Documento registro			
	Libros			
	Formato 490 DIAN			
	Form. verif. Registraduría			
Registro Proponentes	Solicitud de inscripción			
	Form. verif. Registraduría			
	Formuario RUES			
	Cert. Aport. Parafis.			
	Cop. Tarj. Prof. Cont./ R.F			
	Cert. Jun. Cent. Cont.			
	Cert. tamaño empresa			
	Cert. exis. y represent.			
	Copia de cédula P.N.			
	Estatutos certificados			
	Copia del acto admtivo			
	Copia RUT			
	Cert. Ent. contratante			
	Cert. complementaria prop.			
	Copia de contratos			
	Cert. complementaria prop.			
	Balance			
	Estado resultados			
	Notas a Est. Financ.			
	Cambio en el patrimonio			
	Cambio Sit. Financiera			
	Flujo de efectivo			
	Cert. Cap. financiera			
	Cert. situación control			
	Cert. Ent. vigilada o no			

Observaciones

FECHA	DEV.	REIN.	NOMBRE AUXILIAR DE REGISTRO	NOMBRE USUARIO	FIRMA

Fuente: (Cámara de comercio de Cali, 2017, sec. 2)

5 HERRAMIENTAS DE APOYO

5.1 INVERSIÓN

Tabla 22. Inversión

INVERSIÓN EN PESOS			
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Silla bar media home collection	4	109.900	439.600
Juego de sillas modernas	1	120.000	120.000
Mesas para alimentos	1	200.000	200.000
stand	1	300.000	300.000
Parasol	1	150.000	150.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**1.209.600**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Licuadora Oster semi industrial BPST02-B00	2	279.000	558.000
Caja registradora Casio alfanumérica	1	470.000	470.000
Nevera Haceb 200l se 2p da ti	1	999.900	999.900
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**2.027.900**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora	1	235.900	235.900
Celular Samsung J2 Prime 8gb	1	399.900	399.900
Computador portátil HP DUAL CORE	1	679.900	679.900
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**1.315.700**
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			**4.553.200**
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil Cámara de Comercio	1	80.000	80.000
Bomberos	1	0	0
Uso de suelos	1	24.600	24.600
Higiene y Sanidad	1	0	0
Gastos notariales	1	155.300	155.300
Avisos y tableros	1	12.000	12.000
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN			**271.900**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Paquete de medidores	1	5.000	5.000
Juego de recipientes plásticos	1	61.400	61.400
Jarra de plástico 2,5 lts	5	2.500	12.500
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**78.900**

Continuación tabla 23

ACTIVOS INTANGINLES			
Windows	1	300.000	300.000
Office	1	179.999	179.999
Antivirus	1	75.000	75.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**554.999**
ADECUACIONES			
Pinturas y otros	1	446.360	446.360
Instalación del parasol	1	80.000	80.000
TOTAL ADECUACIONES			**526.360**
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Volantes			60.000
Evento			580.000
Pautas por redes sociales			200.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			840.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**2.272.159**
CAPITAL DE TRABAJO			
Nominas			6.833.816
Gastos de administración			780.209
Gastos de Ventas			231.080
Inventarios			0
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**7.845.105**
TOTAL DE INVERSION			**14.670.464**
% Inversión a financiar			**20,00%**
INVERSION A FINANCIAR			**2.934.093**
Meses a diferir			**12**
VALOR DIFERIDO MENSUAL			**189.347**

Fuente: Los autores

De acuerdo a la tabla el capital de trabajo $7.852.639 pesos representa el 53% del total de la inversión que son $14.677.998 pesos, siendo el capital de trabajo el gasto más significativo, de igual manera el ítem maquinaria y equipo representa el 14% con $2.027.900 pesos siendo este el segundo gasto más significativo.

5.2 DEPRECIACIÓN

Tabla 23. Depreciación

DEPRECIACION EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	33.600	403.200	403.200	403.200		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	33.798	405.580	405.580	405.580	405.580	405.580
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	36.547	438.567	438.567	438.567		
TOTAL		103.946	1.247.347	1.247.347	1.247.347	405.580	405.580
MESES DEL AÑO	12						

Fuente: Los autores.

De acuerdo con la tabla de depreciación el ítem que más ha perdido valor con el pasar de un año es equipo de cómputo y comunicaciones $438.567 pesos y representa el 35% del total de la depreciación que son 1.247.347, dejando el equipo de cómputo y comunicación con el valor más alto en la depreciación.

5.3 BALANCE INICIAL

5.3.1 Balance inicial sin financiación y con financiación. El balance debe elaborarse al inicio de cada proyecto, en él se incluyen los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa.

De acuerdo con la tabla de balance sin financiación el ítem con mayor influencia es el de caja con un valor de 7.852.639 pesos, cuyo valor representa el 5% del total de los activos y la inversión inicial que es de $14.677.998, por otro lado se observa que el ítem con mayor influencia en el balance inicial con financiación es el de las obligaciones financieras con $2.935.600 pesos cuyo valor representa el 20% del total de la inversión.

Tabla 24. Balance inicial sin financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja	7.852.639
Cuentas por cobrar o deudores	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**7.852.639**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700
(-) Depreciacion acumulada	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	2.272.159
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por pagar o acreedores	0
Cesantias x pagar	0
Intereses a la cesantia por pagar	0
Impuesto de renta por pagar	0
IVA/INC por pagar	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciónes Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital Social	14.677.998
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**14.677.998**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**

Fuente: Los autores

Tabla 25. Balance inicial con financiación

BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTE	
Caja	7.852.639
Cuentas por cobrar o deudores	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**7.852.639**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700
(-)DEPRECIACIÓN	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	2.272.159
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por pagar o acreedores	
Cesantias x pagar	
Intereses a la cesantia por pagar	
Impuesto de renta por pagar	
IVA/INC por pagar	
ICA por pagar	
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciónes Financieras	2.935.600
Leasing Financiero	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**2.935.600**
TOTAL PASIVOS	**2.935.600**
PATRIMONIO	
Capital Social	11.742.398
Utilidad acumulada	
Reserva legal acumulada	
TOTAL PATRIMONIO	**11.742.398**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**

Fuente: Los autores

5.4 AMORTIZACIÓN

Tabla 26. Amortización

AMORTIZACIÓN EN PESOS						
		N° Cuota	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
VALOR PRESTAMO	2.935.600	0				2.935.600
TEA (%)	19,28%	1	105.777	43.448	62.328	2.873.271
TASA NOMINAL MES (%)	17,76%	2	105.777	42.526	63.251	2.810.020
TASA MENSUAL (%)	1,48%	3	105.777	41.589	64.187	2.745.833
MESES DEL AÑO	12	4	105.777	40.639	65.137	2.680.696
NUMERO DE CUOTAS	36	5	105.777	39.675	66.101	2.614.595
		6	105.777	38.697	67.080	2.547.515
		7	105.777	37.704	68.072	2.479.443
		8	105.777	36.697	69.080	2.410.363
		9	105.777	35.674	70.102	2.340.261
		10	105.777	34.637	71.140	2.269.121
		11	105.777	33.584	72.193	2.196.928
		12	105.777	32.515	73.261	2.123.667
		13	105.777	31.431	74.345	2.049.322
		14	105.777	30.331	75.446	1.973.876
		15	105.777	29.214	76.562	1.897.314
		16	105.777	28.081	77.696	1.819.618
		17	105.777	26.931	78.845	1.740.773
		18	105.777	25.764	80.012	1.660.760
		19	105.777	24.580	81.197	1.579.564
		20	105.777	23.378	82.398	1.497.165
		21	105.777	22.159	83.618	1.413.547
		22	105.777	20.921	84.856	1.328.692
		23	105.777	19.665	86.111	1.242.580
		24	105.777	18.391	87.386	1.155.194
		25	105.777	17.097	88.679	1.066.515
		26	105.777	15.785	89.992	976.523
		27	105.777	14.453	91.324	885.200
		28	105.777	13.101	92.675	792.525
		29	105.777	11.730	94.047	698.478
		30	105.777	10.338	95.439	603.039
		31	105.777	8.925	96.851	506.187
		32	105.777	7.492	98.285	407.903
		33	105.777	6.037	99.739	308.163
		34	105.777	4.561	101.216	206.948
		35	105.777	3.063	102.714	104.234
		36	105.777	1.543	104.234	(0)
				872.358	**2.935.600**	
		AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**		
	INTERÉS	457.387	300.846	114.125	**872.358**	
	AMORTIZACIÓN	811.932	968.473	1.155.194	**2.935.600**	
		1.269.319	1.269.319	1.269.319		

Fuente: Los autores

Amortización es aquella que devuelve gradualmente el capital que se toma prestado.

Se observa en la tabla de amortización que el valor más alto durante los 3 años que corresponden al préstamo, es el del tercer año con un valor de $1.155.194 pesos cuyo valor representa el 39% del total del préstamo por un valor de $2.935.600.

5.5 LEASING

Tabla 27. Leasing

LEASING FINANCIERO EN PESOS						
		N° Cuota	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
VALOR ACTIVO	2.027.900	0				2.027.900
% OPCIÓN DE COMPRA	10,00%	1	63.467	21.606	41.861	1.986.039
VALOR OPCIÓN DE COMPRA	202.790	2	63.467	21.160	42.307	1.943.732
DTF(%)	5,15%	3	63.467	20.710	42.758	1.900.974
SPREAD (%)	8,0%	4	63.467	20.254	43.213	1.857.761
TEA (%)	13,56%	5	63.467	19.794	43.674	1.814.087
TASA NOMINAL MES (%)	12,79%	6	63.467	19.328	44.139	1.769.948
TASA MENSUAL (%)	1,07%	7	63.467	18.858	44.609	1.725.339
MESES DEL AÑO	12	8	63.467	18.383	45.085	1.680.254
NUMERO DE CUOTAS	36	9	63.467	17.902	45.565	1.634.689
VP DE LA OPCIÓN DE COMPRA	138.467	10	63.467	17.417	46.050	1.588.639
VALOR PARA CÁLCULO CUOTA	1.889.433	11	63.467	16.926	46.541	1.542.098
		12	63.467	16.430	47.037	1.495.060
		13	63.467	15.929	47.538	1.447.522
		14	63.467	15.423	48.045	1.399.478
		15	63.467	14.911	48.557	1.350.921
		16	63.467	14.394	49.074	1.301.847
		17	63.467	13.871	49.597	1.252.250
		18	63.467	13.342	50.125	1.202.125
		19	63.467	12.808	50.659	1.151.466
		20	63.467	12.268	51.199	1.100.267
		21	63.467	11.723	51.745	1.048.522
		22	63.467	11.172	52.296	996.227
		23	63.467	10.614	52.853	943.373
		24	63.467	10.051	53.416	889.957
		25	63.467	9.482	53.985	835.972
		26	63.467	8.907	54.560	781.412
		27	63.467	8.326	55.142	726.270
		28	63.467	7.738	55.729	670.540
		29	63.467	7.144	56.323	614.217
		30	63.467	6.544	56.923	557.294
		31	63.467	5.938	57.530	499.764
		32	63.467	5.325	58.143	441.622
		33	63.467	4.705	58.762	382.860
		34	63.467	4.079	59.388	323.471
		35	63.467	3.446	60.021	263.450
		36	63.467	2.807	60.660	202.790
				459.717	**1.825.110**	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERÉS	228.770	156.506	74.442	**459.717**
AMORTIZACIÓN	532.840	605.103	687.167	**1.825.110**
	761.609	**761.609**	**761.609**	

Fuente: Los autores

LEASSING es el sistema de arrendamiento u opción de compra de bienes por parte de un ente financiero

Se observa en la tabla que el valor más alto durante los 3 años que corresponden al leasing es el del tercer año con $687167 pesos representando el 30% del valor total que corresponde a $2.284.827, en el primer año el valor total es de $532.840 siendo este el valor más bajo representando un 23% del valor total del leasing.

5.6 PARÁMETROS GENERALES

5.6.1 Parámetros económicos. Aquellos que indican la recuperación económica.

Tabla 28. Parámetros económicos

PARAMETROS ECONÓMICOS					
ITEM	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
IPC (%)	4,09%	3,68%	3,68%	3,68%	3,68%
TRM ($/US$)	2.984,00	2.984,00	2.984,00	2.984,00	2.984,00
VARIACIÓN TRM (%)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
INCREMENTO % EN PRECIOS	4,09%	3,68%	3,68%	3,68%	3,68%
INCREMENTO % EN COSTOS	4,09%	3,68%	3,68%	3,68%	3,68%
INCREMENTO % EN UNIDADES	3,27%	3,27%	3,27%	3,27%	3,27%
IMPUESTO DE RENTA (%)	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
IVA (%)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (TARIFA x MIL)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
RESERVA LEGAL (%)	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM AÑO 2017	2.984,00				

Fuente: Los autores

Tabla 29. Parámetros económicos (PIB)

	PIB A PRECIOS CONSTANTES DEL AÑO 2005 EN MMM$															
	2000	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
PIB (MMM$)	2.261	2.419	2.374	2.538	2.691	2.923	3.066	3.306	3.381	3.480	3.343	3.411	3.531	3.681	3.815	3.789
VARIACIÓN PIB (%)		6,99%	(1,86%)	6,91%	6,03%	8,62%	4,89%	7,83%	2,27%	2,93%	(3,94%)	2,03%	3,52%	4,25%	3,64%	(0,68%)
PRODUCTO		169	(44)	175	162	252	150	259	77	102	(132)	69	124	156	139	(26)
PIB PROMEDIO (%)																

Fuente: Los autores.

De acuerdo con la tabla de parámetro económico la tasa de crecimiento de los precios (IPC) es de 4.09% para el primer año, mientras que para los siguiente años

tendrá una variación porcentual de los precios de 3.68%, por lo tanto el precio de una bebida explosiva PLOP es de $4.623 pesos, ofertándose para los próximos años en $4.793 pesos, al mismo tiempo el incremento de los costos será de 3.68%, por lo tanto el costo unitario de $2.777 pesos aumentara a $2.879 para los próximos años.

5.6.2 Parámetros laborales. Se establecen las deducciones, prestaciones sociales y parafiscales legales vigentes.

Tabla 30. Parámetros laborales

PARAMETROS LABORALES	
ITEM	
SMMLV ($)	814.731
AUXILIO TRANSPORTE ($)	91.387
CESANTIAS (%)	8,33%
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)	1,00%
PRIMA (%)	8,33%
VACACIONES (%)	4,17%
SALUD (%)	0,00%
PENSIONES (%)	12,00%
ARL (%)	0,5226%
ARL PRODUCCIÓN (%)	0,5226%
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR (%)	4,00%
ICBF (%)	0,00%
SENA (%)	0,00%

Fuente: Los autores

5.6.3 Cargos y salarios. Se establecen los cargos y sus respectivos salarios.

Tabla 31. Cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS	
ADMINISTRACIÓN	
Director Contable-Financiero	0
Director Administrativo-Comercial	950.000
Administrador	850.000
Personal con auxilio	3
PRODUCCIÓN	
Operario 1	814.731
Operario 2	814.731
Personal con auxilio	2
SERVICIO	
Mensajero	814.731
Personal con auxilio	1

Fuente: Los autores

5.6.4 Parámetros recaudo.

Tabla 32. Parámetros de recaudo

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

Fuente: Los autores

5.6.5 Parámetros de pagos.

Tabla 33. Parámetros de pagos

PAGOS	
CONTADO	100,00%
CREDITO	0,00%
PLAZO (DÍAS)	0

Fuente: Los autores

5.6.6 Registro mercantil e industria y comercio. Valores para el registro mercantil.

Tabla 34. Registro mercantil e industria y comercio

REGISTRO MERCANTIL	
LIMITE INFERIOR	3.688.585
LIMITE SUPERIOR	5.164.019
PROMEDIO	4.426.302
% A APLICAR	1,81%
VALOR A PAGAR	80.000

Fuente: Los autores

5.6.7 Parámetros gastos administración y ventas. Se establecen los gastos administrativos y de ventas.

Tabla 35. Parámetros gastos de administración y ventas

PARAMETROS DE GASTOS			
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL AJUSTADO**
ADMINISTRACIÓN			
Arrendamiento	1	500.000	521.500
Servicios públicos	1	150.000	156.450
Servicios de telefonía	1	36.108	37.661
Mantenimiento local	1	200.000	208.600
Mantenimiento Equipo	1	250.000	260.750
Honorarios contador	1	814.731	849.765
TOTAL			**2.034.725**
IMPLEMENTOS DE ASEO			
Kit de articulos de aseo	1	30.000	31.290
Limpiador desinfectante Sanpic	1	9.500	9.909
Blanqueador Clorox en galón	1	8.500	8.866
Detergente en Polvo	1	7.800	8.135
Jabon lavaloza	1	5.600	5.841
Esponjilla Multiuso	1	3.400	3.546
Bolsa basura safer	1	2.300	2.399
Papel higienico Familia x6	1	8.700	9.074
Jabon liquido lavamanos	1	6.700	6.988
Toallas secadoras	1	5.400	5.632
Paquetes de limpiones x4	1	3.000	3.129
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO			**94.809**
UTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			
Pegastic	1	3.200	3.338
Boligrafo Corrector	1	1.300	1.356
Sobre Manila x12	1	4.300	4.485
Clip Mariposa	1	4.500	4.694
Repuesto de minas x4	1	3.400	3.546
Paquete de rollo caja registradora x10	1	23.000	23.989
Resmas de papel tamaño carta	3	10.100	31.603
Lapiceros x10	1	6.000	6.258
Marcadores x8	1	11.500	11.995
Ganchos cosedora	2	8.500	17.731
Cartuchos impresora	1	35.000	36.505
TOTAL UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			**145.499**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			**2.275.032**
VENTAS			
Gastos de entrega/fletes	1	22.000	22.946
Gastos de mercadotecnia	1	200.000	208.600
TOTAL GASTOS VENTAS			**231.546**
TOTAL GASTOS			**2.506.578**

Fuente: Los autores

5.7 GASTOS GENERALES DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN

Tabla 36. Gastos generales de venta y administración

GASTOS EN PESOS												
	ENE	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**	**MAY.**	**JUN.**	**JUL.**	**AGO.**	**SEP.**	**OCT.**	**NOV.**	**DIC.**
ADMINISTRACIÓN												
Arrendamiento	130.375	130375	130375	130375	130375	130375	130375	130375	130375	130375	130375	130375
Servicios públicos	39.113	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5	39112,5
Servicios de telefonía	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661	37.661
Mantenimiento local	52.150					52.150						
Honorarios contador	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610	281.610
IMPLEMENTOS DE ASEO	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809	94.809
UTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA	145.499		145.499		145.499		145.499		145.499		145.499	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**781.215**	**583.567**	**729.065**	**583.567**	**729.065**	**635.717**	**729.065**	**583.567**	**729.065**	**583.567**	**729.065**	**583.567**
VENTAS												
Gastos de entrega/fletes	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946	22.946
Gastos de mercadotecnia	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600
TOTAL GASTOS VENTAS	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**	**231.546**
GASTOS DEPRECIACIÓN	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946
GASTOS DIFERIDOS	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	**1.306.053**	**1.108.405**	**1.253.903**	**1.108.405**	**1.253.903**	**1.160.555**	**1.253.903**	**1.108.405**	**1.253.903**	**1.108.405**	**1.253.903**	**1.108.405**
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	**1.012.761**	**815.113**	**960.611**	**815.113**	**960.611**	**867.263**	**960.611**	**815.113**	**960.611**	**815.113**	**960.611**	**815.113**

Continuación tabla 37

GASTOS EN PESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRACIÓN					
Boligrafo Corrector	1.564.500	1.620.822	1.679.172	1.739.622	1.802.248
Sobre Manila x12	469.350	486.247	503.751	521.887	540.674
Clip Mariposa	451.928	468.197	485.052	502.514	520.605
Repuesto de minas x4	104.300	108.055	111.945	115.975	120.150
Resmas de papel tamaño carta	3.379.320	3.500.976	3.627.011	3.757.583	3.892.856
Marcadores x8	1.137.704	1.178.662	1.221.094	1.265.053	1.310.595
0	872.991	904.419	936.978	970.709	1.005.654
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**7.980.093**	**8.267.376**	**8.565.002**	**8.873.342**	**9.192.782**
VENTAS					
0	275.352	285.265	295.534	306.173	317.196
0	2.503.200	2.593.315	2.686.675	2.783.395	2.883.597
TOTAL GASTOS VENTAS	**2.778.552**	**2.878.580**	**2.982.209**	**3.089.568**	**3.200.793**
GASTOS DEPRECIACIÓN	1.247.347	1.247.347	1.247.347	405.580	405.580
GASTOS DIFERIDOS	2.272.159				
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	**14.278.151**	**12.393.303**	**12.794.557**	**12.368.490**	**12.799.155**
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	**10.758.645**	**11.145.956**	**11.547.211**	**11.962.910**	**12.393.575**

Fuente: Los autores

De acuerdo a la tabla de gasto generales de venta y administración el ítem que tuvo mayor participación durante el primer año es el de administración, con una valor de $7.980.093 pesos que representan el 55% del total de los gastos que van al estado de resultados, por otra parte los gastos con menos representación son los de venta por un valor de $2.778.552 pesos que representan el 20% del total de los gastos que son $14.278.151 pesos, una vez sumados los gatos de administración y de venta nos da el mínimos que se debe tener en caja que sería $10.758.645 que

representan el 75% del valor total de los gatos que son $14.278.151 pesos durante el primer año, el 22% restante lo conforman los gatos de depreciación y diferidos.

5.8 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO PLOP

Tabla 37. Costo unitario bebida PLOP

PRODUCTO BEBIDA PLOP					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**PRECIO TOTAL**	**CANTIDAD x UNIDAD**	**PRECIO UNITARIO**
PULPAS DE FRUTA	11.000	ONZAS	1.113.750	4	405
PERLAS EXPLOSIVAS	41.250	GRAMOS	735.075	15	267,3
ACIDO CITRICO	13.750	GRAMOS	66.825	5	24,3
AZÚCAR	27.500	GRAMOS	44.550	10	16,2
HIELO	2.750	VASO	394.268	1	143,37
COSTO UNITARIO					**856**
MDO					**874**
CIF					**1.047**
COSTO UNITARIO TOTAL					**2.777**

CIF					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**PRECIO TOTAL**	**CANTIDAD x UNIDAD**	**PRECIO UNITARIO**
VASOS	2.750	UNIDAD	556.875	1	202,5
TAPAS	2.750	UNIDAD	222.750	1	81
PITILLOS	2.750	UNIDAD	89.100	1	32,4
SERVILLETAS	2.750	UNIDAD	6.683	1	2,43
PORCENTAJE PRODUCCIÓN			2.150.269	2.950	729
TOTAL CIF					**1047**

Fuente: Los autores

De acuerdo a la tabla de costo unitario del producto para producir una bebida explosiva PLOP, esta nos cuesta $2.777 pesos en base a que el producto requiere de materia, mano obra y los cosos indirectos de fabricación.

5.9 CALCULO DE LA DEMANDA

Tabla 38. Calculo de la demanda

DEMANDA	
MERCADO POTENCIAL	2.710
% INTERESADOS	85,00%
MERCADO OBJETIVO PERSONAS	2.304
FRECUENCIA DE COMPRA X MES	4
CANTIDAD DE COMPRA	2
DEMANDA GLOBAL	18.428
PARTICIPACIÓN %	16,01%
DEMANDA A SATISFACER X MES	2.950

Fuente. Los autores

De acuerdo con los datos de la tabla el mercado potencial para las bebidas explosivas PLOP son las 2.710 personas que demanda el municipio de yumbo, de igual forma se observa que de las 2.710 personas se toma como mercado objetivo 2.304 sumado de la frecuencia de compra de las bebidas que es 4 veces por mes a una cantidad de 2 que nos deja como demanda global 18.428 con una participación de 16.01% lo que nos deja a atender por mes 2.950 personas

5.10 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS

Tabla 39. Proyección de costos y ventas

VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
UNIDADES																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
BEBIDA PLOP (450 ML)	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	2.950	35.400	36.556	37.750	38.983	40.256
TOTAL	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**2.950**	**35.400**	**36.556**	**37.750**	**38.983**	**40.256**
PRECIO DE VENTA																	
BEBIDA PLOP (450 ML)	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.666	4.838	5.016	5.200
COSTO UNITARIO																	
BEBIDA PLOP (450 ML)	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.877	2.981	3.088	3.199
VENTAS TOTALES																	
BEBIDA PLOP (450 ML)	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	163.653.130	175.081.791	187.308.569	200.389.200	214.383.313
TOTAL	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**163.653.130**	**175.081.791**	**187.308.569**	**200.389.200**	**214.383.313**
COSTOS TOTALES																	
BEBIDA PLOP (450 ML)	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	98.305.157	105.170.265	112.514.795	120.372.228	128.778.382
TOTAL	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**8.192.096**	**98.305.157**	**105.170.265**	**112.514.795**	**120.372.228**	**128.778.382**
COSTO UNITARIO SIN MDO Y SIN CIF																	
BEBIDA PLOP (450 ML)	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	887	919	952	986
COSTOS TOTALES SIN MDO Y SIN CIF																	
BEBIDA PLOP (450 ML)	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	2.525.701	30.308.418	32.424.996	34.689.385	37.111.906	39.703.604
TOTAL	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**2.525.701**	**30.308.418**	**32.424.996**	**34.689.385**	**37.111.906**	**39.703.604**
PRECIO PROMEDIO	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.666	4.838	5.016	5.200
COSTO PROMEDIO	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.777	2.877	2.981	3.088	3.199

Fuente: Los autores

Como se muestra en la tabla de costos y venta el costo promedio para realizar una bebida explosiva PLOP es $2.777 pesos y al mismo tiempo el precio de venta promedio es de $4.500 pesos, por lo tanto se llega a la conclusión que por cada venta de una bebida explosiva PLOP obtiene una ganancia de $ 1.723 pesos

5.11 PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

5.11.1 Estados de resultado sin financiación y con financiación. En el primer año se obtuvo una pérdida de $664.452 que corresponde a un 0,40% de las ventas netas a partir del segundo hasta el quinto año de actividad, la empresa PLOP obtiene unas utilidades del 1,3%, 2%, 3%, y del 3,6% respectivamente. El CMV (costo de mercadería vendida) corresponde al 60% de las ventas totales en los cinco primeros años de actividad. El total de egresos corresponde al 40%, 37%, 36%, 35% y al 34% de las ventas totales.

Tabla 40. Estado de resultados sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS												
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**
Ventas	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761
Descuentos												
Devoluciones												
VENTAS NETAS	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**
CMV	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096
UTILIDAD BRUTA	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**
EGRESOS												
Nomina	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825
Gastos Admon	781.215	583.567	729.065	583.567	729.065	635.717	729.065	583.567	729.065	583.567	729.065	583.567
Gastos de Ventas	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546
Gastos Depreciacion	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946
Gastos Diferidos	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347
ICA	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005
TOTAL EGRESOS	**5.613.883**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.468.385**	**5.561.733**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.416.235**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(168.219)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**(22.720)**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS												
Gastos Financieros Prestamos												
Gastos Financieros Leassing												
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**(168.219)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**(22.720)**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**
IMPUESTO DE RENTA	0	10.006	0	10.006	0	0	0	10.006	0	10.006	0	10.006
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**(168.219)**	**19.424**	**(116.069)**	**19.424**	**(116.069)**	**(22.720)**	**(116.069)**	**19.424**	**(116.069)**	**19.424**	**(116.069)**	**19.424**
RESERVA LEGAL	0	1.942	0	1.942	0	0	0	1.942	0	1.942	0	1.942
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(168.219)**	**17.481**	**(116.069)**	**17.481**	**(116.069)**	**(22.720)**	**(116.069)**	**17.481**	**(116.069)**	**17.481**	**(116.069)**	**17.481**
UTILIDAD ACUMULADA												
RESERVA LEGAL ACUMULADA												

Continuación de la tabla 41

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS					
INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Ventas	163.653.130	175.081.791	187.308.569	200.389.200	214.383.313
Descuentos					
Devoluciones					
VENTAS NETAS	**163.653.130**	**175.081.791**	**187.308.569**	**200.389.200**	**214.383.313**
CMV	98.305.157	105.170.265	112.514.795	120.372.228	128.778.382
UTILIDAD BRUTA	**65.347.973**	**69.911.527**	**74.793.774**	**80.016.972**	**85.604.931**
EGRESOS					
Nomina	51.153.900	52.995.440	54.903.276	56.879.794	58.927.467
Gastos Admon	7.980.093	8.267.376	8.565.002	8.873.342	9.192.782
Gastos de Ventas	2.778.552	2.878.580	2.982.209	3.089.568	3.200.793
Gastos Depreciacion	1.247.347	1.247.347	1.247.347	405.580	405.580
Gastos Diferidos	2.272.159	0	0	0	0
ICA	540.055	577.770	618.118	661.284	707.465
TOTAL EGRESOS	**65.972.106**	**65.966.513**	**68.315.952**	**69.909.569**	**72.434.087**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(624.133)**	**3.945.013**	**6.477.823**	**10.107.404**	**13.170.844**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
Gastos Financieros Prestamos	0				
Gastos Financieros Leassing	0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**(624.133)**	**3.945.013**	**6.477.823**	**10.107.404**	**13.170.844**
IMPUESTO DE RENTA	50.031	1.341.305	2.202.460	3.436.517	4.478.087
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**(674.164)**	**2.603.709**	**4.275.363**	**6.670.886**	**8.692.757**
RESERVA LEGAL	9.712	260.371	427.536	667.089	869.276
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(683.876)**	**2.343.338**	**3.847.827**	**6.003.798**	**7.823.481**
UTILIDAD ACUMULADA	(683.876)	1.659.462	5.507.289	11.511.086	19.334.568
RESERVA LEGAL ACUMULADA	9.712	270.083	697.619	1.364.708	2.233.983

Fuente: Los autores

Tabla 41. Estado de resultados con financiación

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS												
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**
Ventas	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761
Descuentos												
Devoluciones												
VENTAS NETAS	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**	**13.637.761**
CMV	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096
UTILIDAD BRUTA	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**	**5.445.664**
EGRESOS												
Nomina	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825	4.262.825
Gastos Admon	781.215	583.567	729.065	583.567	729.065	635.717	729.065	583.567	729.065	583.567	729.065	583.567
Gastos de Ventas	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546
Gastos Depreciacion	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946	103.946
Gastos Diferidos	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347	189.347
ICA	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005	45.005
TOTAL EGRESOS	**5.613.883**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.468.385**	**5.561.733**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.416.235**	**5.561.733**	**5.416.235**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(168.219)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**(22.720)**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**	**(116.069)**	**29.430**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS												
Gastos Financieros Prestamos	43.448	42.526	41.589	40.639	39.675	38.697	37.704	36.697	35.674	34.637	33.584	32.515
Gastos Financieros Leasing												
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**43.448**	**42.526**	**41.589**	**40.639**	**39.675**	**38.697**	**37.704**	**36.697**	**35.674**	**34.637**	**33.584**	**32.515**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**(211.667)**	**(13.096)**	**(157.658)**	**(11.210)**	**(155.744)**	**(61.417)**	**(153.773)**	**(7.267)**	**(151.743)**	**(5.207)**	**(149.653)**	**(3.086)**
IMPUESTO DE RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**(211.667)**	**(13.096)**	**(157.658)**	**(11.210)**	**(155.744)**	**(61.417)**	**(153.773)**	**(7.267)**	**(151.743)**	**(5.207)**	**(149.653)**	**(3.086)**
RESERVA LEGAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(211.667)**	**(13.096)**	**(157.658)**	**(11.210)**	**(155.744)**	**(61.417)**	**(153.773)**	**(7.267)**	**(151.743)**	**(5.207)**	**(149.653)**	**(3.086)**
UTILIDAD ACUMULADA												
RESERVA LEGAL ACUMULADA												

Continuación tabla 42

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS					
INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Ventas	163.653.130	175.081.791	187.308.569	200.389.200	214.383.313
Descuentos					
Devoluciones					
VENTAS NETAS	**163.653.130**	**175.081.791**	**187.308.569**	**200.389.200**	**214.383.313**
CMV	98.305.157	105.170.265	112.514.795	120.372.228	128.778.382
UTILIDAD BRUTA	**65.347.973**	**69.911.527**	**74.793.774**	**80.016.972**	**85.604.931**
EGRESOS					
Nomina	51.153.900	52.995.440	54.903.276	56.879.794	58.927.467
Gastos Admon	7.980.093	8.267.376	8.565.002	8.873.342	9.192.782
Gastos de Ventas	2.778.552	2.878.580	2.982.209	3.089.568	3.200.793
Gastos Depreciacion	1.247.347	1.247.347	1.247.347	405.580	405.580
Gastos Diferidos	2.272.159	0	0	0	0
ICA	540.055	577.770	618.118	661.284	707.465
TOTAL EGRESOS	**65.972.106**	**65.966.513**	**68.315.952**	**69.909.569**	**72.434.087**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(624.133)**	**3.945.013**	**6.477.823**	**10.107.404**	**13.170.844**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
Gastos Financieros Prestamos	457.387	300.846	114.125	0	0
Gastos Financieros Leasing	0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**457.387**	**300.846**	**114.125**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**(1.081.520)**	**3.644.167**	**6.363.698**	**10.107.404**	**13.170.844**
IMPUESTO DE RENTA	0	1.239.017	2.163.657	3.436.517	4.478.087
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**(1.081.520)**	**2.405.150**	**4.200.041**	**6.670.886**	**8.692.757**
RESERVA LEGAL	0	240.515	420.004	667.089	869.276
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(1.081.520)**	**2.164.635**	**3.780.037**	**6.003.798**	**7.823.481**
UTILIDAD ACUMULADA	(1.081.520)	1.083.115	4.863.152	10.866.950	18.690.431
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	240.515	660.519	1.327.608	2.196.883

Fuente: Los autores

Iniciando actividad con financiación la empresa PLOP en el primer año, se obtuvo una pérdida de $1.081.520 que corresponde a un 0,66% de las ventas netas. A partir del segundo hasta el quinto año de actividad, la empresa PLOP obtiene unas utilidades liquidas del 1,2%, 2%, 3% y del 3,6% respectivamente.

5.11.2 Flujo de caja sin financiación y con financiación. Muestra la información acerca de la capacidad de la empresa para pagar las deudas.

Tabla 42. Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS												
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**
Recaudos	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761	13.637.761
IVA COBRADO	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175	2.591.175
INC COBRADO	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021	1.091.021
TOTAL INGRESOS	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**	**17.319.956**
EGRESOS												
Nómina	3.595.072	3.595.072	3.595.072	3.595.072	3.595.072	5.176.598	3.595.072	3.595.072	3.595.072	3.595.072	3.595.072	6.483.963
Gastos Administración	781.215	583.567	729.065	583.567	729.065	635.717	729.065	583.567	729.065	583.567	729.065	583.567
Gastos Ventas	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546	231.546
IVA PAGADO	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	8.445.165	0	0	0	8.445.165	0	0	0
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	2.182.042	0	2.182.042	0	2.182.042	0	2.182.042	0	2.182.042	0
Seguros												
Impuesto de Renta												
ICA												
Pagos	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096	8.192.096
TOTAL EGRESOS	**13.279.813**	**13.082.165**	**15.409.705**	**13.082.165**	**23.854.870**	**14.715.840**	**15.409.705**	**13.082.165**	**23.854.870**	**13.082.165**	**15.409.705**	**15.971.056**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**4.040.143**	**4.237.791**	**1.910.251**	**4.237.791**	**-6.534.914**	**2.604.116**	**1.910.251**	**4.237.791**	**-6.534.914**	**4.237.791**	**1.910.251**	**1.348.901**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO												
Gastos Finanacieros Préstamo												
Amortización Préstamos												
Gastos Finanacieros Leasing												
Amortización Leasing												
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**4.040.143**	**4.237.791**	**1.910.251**	**4.237.791**	**-6.534.914**	**2.604.116**	**1.910.251**	**4.237.791**	**-6.534.914**	**4.237.791**	**1.910.251**	**1.348.901**
Saldo Inicial de Caja	7.852.639	11.892.782	16.130.573	18.040.824	22.278.616	15.743.702	18.347.818	20.258.069	24.495.861	17.960.947	22.198.738	24.108.990
SALDO FINAL DE CAJA	**11.892.782**	**16.130.573**	**18.040.824**	**22.278.616**	**15.743.702**	**18.347.818**	**20.258.069**	**24.495.861**	**17.960.947**	**22.198.738**	**24.108.990**	**25.457.890**

Continuación tabla 43

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS					
INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Recaudos	159.309.447	170.566.378	182.618.733	195.522.717	209.338.507
IVA COBRADO	30.268.795	32.407.612	34.697.559	37.149.316	39.774.316
INC COBRADO	12.744.756	13.645.310	14.609.499	15.641.817	16.747.081
TOTAL INGRESOS	**202.322.997**	**216.619.300**	**231.925.791**	**248.313.851**	**265.859.904**
EGRESOS					
Nómina	47.591.390	52.884.007	54.830.138	56.847.887	58.939.889
Gastos Administración	7.970.830	8.264.156	8.568.277	8.883.590	9.210.506
Gastos Ventas	2.772.958	2.875.002	2.980.803	3.090.496	3.204.226
IVA PAGADO	5.758.599	6.165.507	6.601.166	7.067.610	7.567.013
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	16.340.130	25.664.802	27.478.297	29.419.935	31.498.771
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	10.620.630	13.495.218	14.448.801	15.469.764	16.562.870
Seguros	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta	0	0	0	566.875	1.688.856
ICA	0	525.721	562.869	602.642	645.225
Pagos	98.216.615	105.156.679	112.587.133	120.542.629	129.060.266
TOTAL EGRESOS	**189.271.152**	**215.031.092**	**228.057.484**	**242.491.428**	**258.377.623**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**13.051.845**	**1.588.208**	**3.868.307**	**5.822.422**	**7.482.281**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO					
Gastos Financieros Préstamo	0				
Amortización Préstamos	0				
Gastos Financieros Leasing	0				
Amortización Leasing	0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**13.051.845**	**1.588.208**	**3.868.307**	**5.822.422**	**7.482.281**
Saldo Inicial de Caja	7.845.105	20.896.950	22.485.158	26.353.466	32.175.888
SALDO FINAL DE CAJA	**20.896.950**	**22.485.158**	**26.353.466**	**32.175.888**	**39.658.169**

Fuente. Los autores

Tabla 43. Flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS												
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**
Recaudos	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787	13.275.787
IVA COBRADO	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400	2.522.400
INC COBRADO	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063	1.062.063
TOTAL INGRESOS	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**	**16.860.250**
EGRESOS												
Nómina	3.593.584	3.593.584	3.593.584	3.593.584	3.593.584	5.174.501	3.593.584	3.593.584	3.593.584	3.593.584	3.593.584	6.481.046
Gastos Administración	780.209	582.959	728.164	582.959	728.164	635.004	728.164	582.959	728.164	582.959	728.164	582.959
Gastos Ventas	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080	231.080
IVA PAGADO	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883	479.883
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	8.170.065	0	0	0	8.170.065	0	0	0
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	2.124.126	0	2.124.126	0	2.124.126	0	2.124.126	0	2.124.126	0
Seguros												
Impuesto de Renta												
ICA												
Pagos	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718	8.184.718
TOTAL EGRESOS	**13.269.475**	**13.072.224**	**15.341.556**	**13.072.224**	**23.511.621**	**14.705.186**	**15.341.556**	**13.072.224**	**23.511.621**	**13.072.224**	**15.341.556**	**15.959.686**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**3.590.775**	**3.788.026**	**1.518.694**	**3.788.026**	**-6.651.371**	**2.155.064**	**1.518.694**	**3.788.026**	**-6.651.371**	**3.788.026**	**1.518.694**	**900.563**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO												
Gastos Finanacieros Préstamo	43.426	42.504	41.568	40.619	39.655	38.677	37.685	36.678	35.656	34.619	33.567	32.499
Amortización Préstamos	62.297	63.219	64.154	65.104	66.067	67.045	68.037	69.044	70.066	71.103	72.156	73.224
Gastos Finanacieros Leasing												
Amortización Leasing												
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**	**105.722**
FLUJO DE CAJA NETO	**3.485.053**	**3.682.303**	**1.412.972**	**3.682.303**	**-6.757.093**	**2.049.341**	**1.412.972**	**3.682.303**	**-6.757.093**	**3.682.303**	**1.412.972**	**794.841**
Saldo Inicial de Caja	7.845.105	11.330.158	15.012.461	16.425.433	20.107.736	13.350.643	15.399.985	16.812.956	20.495.260	13.738.166	17.420.470	18.833.442
SALDO FINAL DE CAJA	**11.330.158**	**15.012.461**	**16.425.433**	**20.107.736**	**13.350.643**	**15.399.985**	**16.812.956**	**20.495.260**	**13.738.166**	**17.420.470**	**18.833.442**	**19.628.283**

Continuación de la tabla 44

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS					
INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Recaudos	163.653.130	175.081.791	187.308.569	200.389.200	214.383.313
IVA COBRADO	31.094.095	33.265.540	35.588.628	38.073.948	40.732.829
INC COBRADO	13.092.250	14.006.543	14.984.686	16.031.136	17.150.665
TOTAL INGRESOS	**207.839.475**	**222.353.875**	**237.881.883**	**254.494.284**	**272.266.807**
EGRESOS					
Nómina	47.611.283	52.867.906	54.771.151	56.742.912	58.785.657
Gastos Administración	7.980.093	8.267.376	8.565.002	8.873.342	9.192.782
Gastos Ventas	2.778.552	2.878.580	2.982.209	3.089.568	3.200.793
IVA PAGADO	5.758.599	6.160.749	6.590.983	7.051.262	7.543.685
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	16.890.330	26.515.026	28.366.694	30.347.672	32.466.992
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	10.910.209	13.854.161	14.821.662	15.856.728	16.964.077
Seguros	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta	0	0	1.239.017	2.163.657	3.436.517
ICA	0	540.055	577.770	618.118	661.284
Pagos	98.305.157	105.170.265	112.514.795	120.372.228	128.778.382
TOTAL EGRESOS	**190.234.224**	**216.254.119**	**230.429.282**	**245.115.488**	**261.030.169**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**17.605.251**	**6.099.756**	**7.452.601**	**9.378.796**	**11.236.638**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO					
Gastos Finanacieros Préstamo	457.387	300.846	114.125	0	0
Amortización Préstamos	811.932	968.473	1.155.194		0
Gastos Finanacieros Leasing	0				
Amortización Leasing	0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**1.269.319**	**1.269.319**	**1.269.319**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**16.335.932**	**4.830.437**	**6.183.282**	**9.378.796**	**11.236.638**
Saldo Inicial de Caja	7.852.639	24.188.571	29.019.008	35.202.290	44.581.087
SALDO FINAL DE CAJA	**24.188.571**	**29.019.008**	**35.202.290**	**44.581.087**	**55.817.725**

Fuente: Los autores

5.11.3 Balance general sin financiación y con financiación.

Informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de la empresa en un momento determinado.

Tabla 44. Balance general sin financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	7.852.639	25.457.890	31.507.616	38.857.929	48.197.923	59.434.561
Cuentas por cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.852.639	**25.457.890**	**31.507.616**	**38.857.929**	**48.197.923**	**59.434.561**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600	1.209.600	1.209.600	1.209.600	1.209.600	1.209.600
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900	2.027.900	2.027.900	2.027.900	2.027.900	2.027.900
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700	1.315.700	1.315.700	1.315.700	1.315.700	1.315.700
(-) Depreciacion acumulada		1.247.347	2.494.693	3.742.040	4.147.620	4.553.200
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**	**3.305.853**	**2.058.507**	**811.160**	**405.580**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	2.272.159	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**	**3.305.853**	**2.058.507**	**811.160**	**405.580**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**	**28.763.743**	**33.566.122**	**39.669.089**	**48.603.503**	**59.434.561**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por pagar o acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias x pagar	0	3.163.051	3.276.921	3.394.890	3.517.106	3.643.721
Intereses a la cesantia por pagar	0	379.566	393.230	407.387	422.053	437.247
Impuesto de renta por pagar	0	50.031	1.341.305	2.202.460	3.436.517	4.478.087
IVA/INC por pagar	0	10.627.207	11.369.354	12.163.329	13.012.751	13.921.492
ICA por pagar	0	540.055	577.770	618.118	661.284	707.465
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**14.759.910**	**16.958.580**	**18.786.184**	**21.049.711**	**23.188.012**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciónes Financieras	0					
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**14.759.910**	**16.958.580**	**18.786.184**	**21.049.711**	**23.188.012**
PATRIMONIO						
Capital Social	14.677.998	14.677.998	14.677.998	14.677.998	14.677.998	14.677.998
Utilidad acumulada	0	-683.876	1.659.462	5.507.289	11.511.086	19.334.568
Reserva legal acumulada	0	9.712	270.083	697.619	1.364.708	2.233.983
TOTAL PATRIMONIO	**14.677.998**	**14.003.834**	**16.607.543**	**20.882.905**	**27.553.792**	**36.246.549**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**	**28.763.743**	**33.566.122**	**39.669.089**	**48.603.503**	**59.434.561**

Fuente: Los autores

Tabla 45. Balance general con financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	7.852.639	24.188.571	29.019.008	35.202.290	44.581.087	55.817.725
Cuentas por cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.852.639	**24.188.571**	**29.019.008**	**35.202.290**	**44.581.087**	**55.817.725**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600	1.209.600	1.209.600	1.209.600	1.209.600	1.209.600
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900	2.027.900	2.027.900	2.027.900	2.027.900	2.027.900
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700	1.315.700	1.315.700	1.315.700	1.315.700	1.315.700
(-) Depreciacion acumulada		1.247.347	2.494.693	3.742.040	4.147.620	4.553.200
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**	**3.305.853**	**2.058.507**	**811.160**	**405.580**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	2.272.159	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**	**3.305.853**	**2.058.507**	**811.160**	**405.580**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**	**27.494.424**	**31.077.515**	**36.013.450**	**44.986.667**	**55.817.725**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por pagar o acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias x pagar	0	3.163.051	3.276.921	3.394.890	3.517.106	3.643.721
Intereses a la cesantia por pagar	0	379.566	393.230	407.387	422.053	437.247
Impuesto de Renta por pagar	0	0	1.239.017	2.163.657	3.436.517	4.478.087
IVA/INC por pagar	0	10.627.207	11.369.354	12.163.329	13.012.751	13.921.492
ICA por pagar	0	540.055	577.770	618.118	661.284	707.465
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**14.709.879**	**16.856.292**	**18.747.381**	**21.049.711**	**23.188.012**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciónes Financieras	2.935.600	2.123.667	1.155.194	0		
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**2.935.600**	**2.123.667**	**1.155.194**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**2.935.600**	**16.833.546**	**18.011.486**	**18.747.381**	**21.049.711**	**23.188.012**
PATRIMONIO						
Capital Social	11.742.398	11.742.398	11.742.398	11.742.398	11.742.398	11.742.398
Utilidad acumulada	0	-1.081.520	1.083.115	4.863.152	10.866.950	18.690.431
Reserva legal acumulada	0	0	240.515	660.519	1.327.608	2.196.883
TOTAL PATRIMONIO	**11.742.398**	**10.660.878**	**13.066.028**	**17.266.069**	**23.936.955**	**32.629.713**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**	**27.494.424**	**31.077.515**	**36.013.450**	**44.986.667**	**55.817.725**

Fuente: Los autores

5.11.4 Análisis vertical balance general sin financiación y con financiación. Se observa que desde el año uno la concentración de mayor porcentaje se encuentra en los activos corrientes, teniendo como inicio un 53,50% y al cabo del año cinco se evidencia un 100%. Comparado con los activos no corrientes su porcentaje va disminuyendo, inicia con un 31,02% y al año cinco es de 0%, lo que indica que el flujo del dinero de la empresa es adecuado con su actividad económica. Al iniciar la actividad de la empresa sin financiación, en el año uno el total del porcentaje se encuentra en el capital social, lo cual es beneficioso para la empresa al no iniciar con pasivos, pero en el siguiente año se tiene un pasivo corriente del 51,31% y va disminuyendo hasta el 39,01% en el año cinco. Por otro lado, al contar con financiación, el porcentaje de este seria en un inicio del 20% respecto al total del pasivo + patrimonio, finalizando en el año tres con un 0%.

Tabla 46. Análisis vertical balance general sin financiación

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS												
	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja	7.852.639	53,50%	25.457.890	88,51%	31.507.616	93,87%	38.857.929	97,96%	48.197.923	99,17%	59.434.561	100,00%
Cuentas por cobrar o deudores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventarios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.852.639	**53,50%**	**25.457.890**	**88,51%**	**31.507.616**	**93,87%**	**38.857.929**	**97,96%**	**48.197.923**	**99,17%**	**59.434.561**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600	8,24%	1.209.600	4,21%	1.209.600	3,60%	1.209.600	3,05%	1.209.600	2,49%	1.209.600	2,04%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900	13,82%	2.027.900	7,05%	2.027.900	6,04%	2.027.900	5,11%	2.027.900	4,17%	2.027.900	3,41%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700	8,96%	1.315.700	4,57%	1.315.700	3,92%	1.315.700	3,32%	1.315.700	2,71%	1.315.700	2,21%
(-) Depreciacion acumulada		0,00%	1.247.347	4,34%	2.494.693	7,43%	3.742.040	9,43%	4.147.620	8,53%	4.553.200	7,66%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**	**31,02%**	**3.305.853**	**11,49%**	**2.058.507**	**6,13%**	**811.160**	**2,04%**	**405.580**	**0,83%**	**0**	**0,00%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	2.272.159	15,48%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**	**15,48%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**	**46,50%**	**3.305.853**	**11,49%**	**2.058.507**	**6,13%**	**811.160**	**2,04%**	**405.580**	**0,83%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**	**100,00%**	**28.763.743**	**100,00%**	**33.566.122**	**100,00%**	**39.669.089**	**100,00%**	**48.603.503**	**100,00%**	**59.434.561**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por pagar o acreedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantias x pagar	0	0,00%	3.163.051	11,00%	3.276.921	9,76%	3.394.890	8,56%	3.517.106	7,24%	3.643.721	6,13%
Intereses a la cesantia por pagar	0	0,00%	379.566	1,32%	393.230	1,17%	407.387	1,03%	422.053	0,87%	437.247	0,74%
Impuesto de renta por pagar	0	0,00%	50.031	0,17%	1.341.305	4,00%	2.202.460	5,55%	3.436.517	7,07%	4.478.087	7,53%
IVA/INC por pagar	0	0,00%	10.627.207	36,95%	11.369.354	33,87%	12.163.329	30,66%	13.012.751	26,77%	13.921.492	23,42%
ICA por pagar	0	0,00%	540.055	1,88%	577.770	1,72%	618.118	1,56%	661.284	1,36%	707.465	1,19%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**14.759.910**	**51,31%**	**16.958.580**	**50,52%**	**18.786.184**	**47,36%**	**21.049.711**	**43,31%**	**23.188.012**	**39,01%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciónes Financieras	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**0,00%**	**14.759.910**	**51,31%**	**16.958.580**	**50,52%**	**18.786.184**	**47,36%**	**21.049.711**	**43,31%**	**23.188.012**	**39,01%**
PATRIMONIO												
Capital Social	14.677.998	100,00%	14.677.998	51,03%	14.677.998	43,73%	14.677.998	37,00%	14.677.998	30,20%	14.677.998	24,70%
Utilidad acumulada	0	0,00%	-683.876	-2,38%	1.659.462	4,94%	5.507.289	13,88%	11.511.086	23,68%	19.334.568	32,53%
Reserva legal acumulada	0	0,00%	9.712	0,03%	270.083	0,80%	697.619	1,76%	1.364.708	2,81%	2.233.983	3,76%
TOTAL PATRIMONIO	**14.677.998**	**100,00%**	**14.003.834**	**48,69%**	**16.607.543**	**49,48%**	**20.882.905**	**52,64%**	**27.553.792**	**56,69%**	**36.246.549**	**60,99%**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**	**100,00%**	**28.763.743**	**100,00%**	**33.566.122**	**100,00%**	**39.669.089**	**100,00%**	**48.603.503**	**100,00%**	**59.434.561**	**100,00%**

Fuente: Los autores

Tabla 47. Análisis vertical balance general con financiación

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS												
	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja	7.852.639	53,50%	24.188.571	87,98%	29.019.008	93,38%	35.202.290	97,75%	44.581.087	99,10%	55.817.725	100,00%
Cuentas por cobrar o deudores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventarios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.852.639	**53,50%**	**24.188.571**	**87,98%**	**29.019.008**	**93,38%**	**35.202.290**	**97,75%**	**44.581.087**	**99,10%**	**55.817.725**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600	8,24%	1.209.600	4,40%	1.209.600	3,89%	1.209.600	3,36%	1.209.600	2,69%	1.209.600	2,17%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900	13,82%	2.027.900	7,38%	2.027.900	6,53%	2.027.900	5,63%	2.027.900	4,51%	2.027.900	3,63%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700	8,96%	1.315.700	4,79%	1.315.700	4,23%	1.315.700	3,65%	1.315.700	2,92%	1.315.700	2,36%
(-) Depreciacion acumulada		0,00%	1.247.347	4,54%	2.494.693	8,03%	3.742.040	10,39%	4.147.620	9,22%	4.553.200	8,16%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**	**31,02%**	**3.305.853**	**12,02%**	**2.058.507**	**6,62%**	**811.160**	**2,25%**	**405.580**	**0,90%**	**0**	**0,00%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	2.272.159	15,48%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**	**15,48%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**	**46,50%**	**3.305.853**	**12,02%**	**2.058.507**	**6,62%**	**811.160**	**2,25%**	**405.580**	**0,90%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**	**100,00%**	**27.494.424**	**100,00%**	**31.077.515**	**100,00%**	**36.013.450**	**100,00%**	**44.986.667**	**100,00%**	**55.817.725**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por pagar o acreedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantias x pagar	0	0,00%	3.163.051	11,50%	3.276.921	10,54%	3.394.890	9,43%	3.517.106	7,82%	3.643.721	6,53%
Intereses a la cesantia por pagar	0	0,00%	379.566	1,38%	393.230	1,27%	407.387	1,13%	422.053	0,94%	437.247	0,78%
Impuesto de Renta por pagar	0	0,00%	0	0,00%	1.239.017	3,99%	2.163.657	6,01%	3.436.517	7,64%	4.478.087	8,02%
IVA/INC por pagar	0	0,00%	10.627.207	38,65%	11.369.354	36,58%	12.163.329	33,77%	13.012.751	28,93%	13.921.492	24,94%
ICA por pagar	0	0,00%	540.055	1,96%	577.770	1,86%	618.118	1,72%	661.284	1,47%	707.465	1,27%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**14.709.879**	**53,50%**	**16.856.292**	**54,24%**	**18.747.381**	**52,06%**	**21.049.711**	**46,79%**	**23.188.012**	**41,54%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciónes Financieras	2.935.600	20,00%	2.123.667	7,72%	1.155.194	3,72%	0	0,00%		0,00%		0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**2.935.600**	**20,00%**	**2.123.667**	**7,72%**	**1.155.194**	**3,72%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**2.935.600**	**20,00%**	**16.833.546**	**61,23%**	**18.011.486**	**57,96%**	**18.747.381**	**52,06%**	**21.049.711**	**46,79%**	**23.188.012**	**41,54%**
PATRIMONIO												
Capital Social	11.742.398	80,00%	11.742.398	42,71%	11.742.398	37,78%	11.742.398	32,61%	11.742.398	26,10%	11.742.398	21,04%
Utilidad acumulada	0	0,00%	-1.081.520	-3,93%	1.083.115	3,49%	4.863.152	13,50%	10.866.950	24,16%	18.690.431	33,48%
Reserva legal acumulada	0	0,00%	0	0,00%	240.515	0,77%	660.519	1,83%	1.327.608	2,95%	2.196.883	3,94%
TOTAL PATRIMONIO	**11.742.398**	**80,00%**	**10.660.878**	**38,77%**	**13.066.028**	**42,04%**	**17.266.069**	**47,94%**	**23.936.955**	**53,21%**	**32.629.713**	**58,46%**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**	**100,00%**	**27.494.424**	**100,00%**	**31.077.515**	**100,00%**	**36.013.450**	**100,00%**	**44.986.667**	**100,00%**	**55.817.725**	**100,00%**

Fuente: Los autores

5.11.5 Análisis vertical estado de resultados sin financiación y con financiación. **S**e observa que el 100% de los ingresos de la empresa se generan por su actividad económica. Del año uno al año cinco el porcentaje de CMV es del 60,07%, un alto porcentaje en costo de mercancía vendida. Del año uno al año cinco el porcentaje de egresos disminuye de 29,68% a un 25,23% lo que indica que se da buen manejo de gastos en la empresa. La utilidad del ejercicio va creciendo de un 6,09% a un 9,20% del año uno al año cinco, un aumento considerable para el sostenimiento de la empresa.

Tabla 48. Análisis vertical estado de resultados sin financiación

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS										
INGRESOS	**AÑO 1**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANÁLISIS VERTICAL**
Ventas	163.653.130		175.081.791		187.308.569		200.389.200		214.383.313	
Descuentos										
Devoluciones										
VENTAS NETAS	**163.653.130**	**100,00%**	**175.081.791**	**100,00%**	**187.308.569**	**100,00%**	**200.389.200**	**100,00%**	**214.383.313**	**100,00%**
CMV	98.305.157	60,07%	105.170.265	60,07%	112.514.795	60,07%	120.372.228	60,07%	128.778.382	60,07%
UTILIDAD BRUTA	**65.347.973**	**39,93%**	**69.911.527**	**39,93%**	**74.793.774**	**39,93%**	**80.016.972**	**39,93%**	**85.604.931**	**39,93%**
EGRESOS										
Nomina	33.756.018	20,63%	34.971.234	19,97%	36.230.199	19,34%	37.534.486	18,73%	38.885.728	18,14%
Gastos Admon	7.980.093	4,88%	8.267.376	4,72%	8.565.002	4,57%	8.873.342	4,43%	9.192.782	4,29%
Gastos de Ventas	2.778.552	1,70%	2.878.580	1,64%	2.982.209	1,59%	3.089.568	1,54%	3.200.793	1,49%
Gastos Deprecicacion	1.247.347	0,76%	1.247.347	0,71%	1.247.347	0,67%	405.580	0,20%	405.580	0,19%
Gastos Diferidos	2.272.159	1,39%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	540.055	0,33%	577.770	0,33%	618.118	0,33%	661.284	0,33%	707.465	0,33%
TOTAL EGRESOS	**48.574.224**	**29,68%**	**47.942.307**	**27,38%**	**49.642.875**	**26,50%**	**50.564.261**	**25,23%**	**52.392.348**	**24,44%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**16.773.749**	**10,25%**	**21.969.219**	**12,55%**	**25.150.900**	**13,43%**	**29.452.712**	**14,70%**	**33.212.583**	**15,49%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos Financieros Prestamos	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos Financieros Leassing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**16.773.749**	**10,25%**	**21.969.219**	**12,55%**	**25.150.900**	**13,43%**	**29.452.712**	**14,70%**	**33.212.583**	**15,49%**
IMPUESTO DE RENTA	5.703.075	3,48%	7.469.535	4,27%	8.551.306	4,57%	10.013.922	5,00%	11.292.278	5,27%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**11.070.674**	**6,76%**	**14.499.685**	**8,28%**	**16.599.594**	**8,86%**	**19.438.790**	**9,70%**	**21.920.305**	**10,22%**
RESERVA LEGAL	1.107.067	0,68%	1.449.968	0,83%	1.659.959	0,89%	1.943.879	0,97%	2.192.030	1,02%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**9.963.607**	**6,09%**	**13.049.716**	**7,45%**	**14.939.634**	**7,98%**	**17.494.911**	**8,73%**	**19.728.274**	**9,20%**

Fuente: Los autores

Tabla 49. Análisis vertical estado de resultados con financiación

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS										
INGRESOS	**AÑO 1**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANÁLISIS VERTICAL**
Ventas	163.653.130		175.081.791		187.308.569		200.389.200		214.383.313	
Descuentos										
Devoluciones										
VENTAS NETAS	**163.653.130**	**100,00%**	**175.081.791**	**100,00%**	**187.308.569**	**100,00%**	**200.389.200**	**100,00%**	**214.383.313**	**100,00%**
CMV	98.305.157	60,07%	105.170.265	60,07%	112.514.795	60,07%	120.372.228	60,07%	128.778.382	60,07%
UTILIDAD BRUTA	**65.347.973**	**39,93%**	**69.911.527**	**39,93%**	**74.793.774**	**39,93%**	**80.016.972**	**39,93%**	**85.604.931**	**39,93%**
EGRESOS										
Nomina	33.756.018	20,63%	34.971.234	19,97%	36.230.199	19,34%	37.534.486	18,73%	38.885.728	18,14%
Gastos Admon	7.980.093	4,88%	8.267.376	4,72%	8.565.002	4,57%	8.873.342	4,43%	9.192.782	4,29%
Gastos de Ventas	2.778.552	1,70%	2.878.580	1,64%	2.982.209	1,59%	3.089.568	1,54%	3.200.793	1,49%
Gastos Depreciacion	1.247.347	0,76%	1.247.347	0,71%	1.247.347	0,67%	405.580	0,20%	405.580	0,19%
Gastos Diferidos	2.272.159	1,39%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	540.055	0,33%	577.770	0,33%	618.118	0,33%	661.284	0,33%	707.465	0,33%
TOTAL EGRESOS	**48.574.224**	**29,68%**	**47.942.307**	**27,38%**	**49.642.875**	**26,50%**	**50.564.261**	**25,23%**	**52.392.348**	**24,44%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**16.773.749**	**10,25%**	**21.969.219**	**12,55%**	**25.150.900**	**13,43%**	**29.452.712**	**14,70%**	**33.212.583**	**15,49%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos Financieros Prestamos	457.387	0,28%	300.846	0,17%	114.125	0,06%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	457.387	0,28%	300.846	0,17%	114.125	0,06%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**16.316.362**	**9,97%**	**21.668.373**	**12,38%**	**25.036.775**	**13,37%**	**29.452.712**	**14,70%**	**33.212.583**	**15,49%**
IMPUESTO DE RENTA	5.547.563	3,39%	7.367.247	4,21%	8.512.504	4,54%	10.013.922	5,00%	11.292.278	5,27%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**10.768.799**	**6,58%**	**14.301.126**	**8,17%**	**16.524.272**	**8,82%**	**19.438.790**	**9,70%**	**21.920.305**	**10,22%**
RESERVA LEGAL	1.076.880	0,66%	1.430.113	0,82%	1.652.427	0,88%	1.943.879	0,97%	2.192.030	1,02%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**9.691.919**	**5,92%**	**12.871.014**	**7,35%**	**14.871.844**	**7,94%**	**17.494.911**	**8,73%**	**19.728.274**	**9,20%**

Fuente: Los autores

5.11.6 Análisis horizontal balance general sin financiación y con financiación. Dentro del balance general se observa un crecimiento entre los activos corrientes de la siguiente manera: del año uno al año dos hay un incremento del 224,20 %, del año dos al año tres un incremento del 23.76% y al año cinco una variación del 23,32%, lo que refleja un crecimiento desacelerado con respecto al nivel de ventas presentado en el estado de resultados, ya que su crecimiento es del mismo porcentaje los primeros cinco años de actividad. En los activos no corrientes hay una disminución del 27,39% (año uno) hasta un 100% (año cinco) lo cual indica que no hay inversión en activos fijos. En el año dos se tienen pasivos corrientes del 14,90% y van disminuyendo al 10,16% en el año cinco. En el primer año se tiene un crecimiento del total pasivo + patrimonio del 95,97% y del segundo al quinto año un crecimiento del 16.70% al 22,28% lo que indica que la empresa cuenta con buen musculo financiero.

Tabla 50. Análisis horizontal balance general sin financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS							
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS							
ACTIVOS CORRIENTES							
Caja	7.852.639	25.457.890	17.605.251	224,20%	31.507.616	6.049.725	23,76%
Cuentas por cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.852.639	**25.457.890**	**17.605.251**	**224,20%**	**31.507.616**	**6.049.725**	**23,76%**
ACTIVOS NO CORRIENTES							
ACTIVOS FIJOS							
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600	1.209.600	0	0,00%	1.209.600	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900	2.027.900	0	0,00%	2.027.900	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700	1.315.700	0	0,00%	1.315.700	0	0,00%
(-) Depreciacion acumulada		1.247.347	1.247.347	0	2.494.693	1.247.347	100,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**	**3.305.853**	**(1.247.347)**	**(27,39%)**	**2.058.507**	**(1.247.347)**	**(37,73%)**
ACTIVOS DIFERIDOS							
Diferidos	2.272.159	0	(2.272.159)	(100,00%)	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**	**0**	(2.272.159)	(100,00%)	**0**	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**	**3.305.853**	**(3.519.506)**	**(51,57%)**	**2.058.507**	**(1.247.347)**	**(37,73%)**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**	**28.763.743**	**14.085.746**	**95,97%**	**33.566.122**	**4.802.379**	**16,70%**
PASIVOS							
PASIVOS CORRIENTES							
Cuentas por pagar o acreedores	0	0	0	0	0	0	0
Cesantias x pagar	0	3.163.051	3.163.051	0	3.276.921	113.870	3,60%
Intereses a la cesantia por pagar	0	379.566	379.566	0	393.230	13.664	3,60%
Impuesto de renta por pagar	0	50.031	50.031	0	1.341.305	1.291.274	2580,96%
IVA/INC por pagar	0	10.627.207	10.627.207	0	11.369.354	742.147	6,98%
ICA por pagar	0	540.055	540.055	0	577.770	37.715	6,98%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**14.759.910**	**14.759.910**	0	**16.958.580**	**2.198.670**	**14,90%**
PASIVOS NO CORRIENTES							
Obligaciónes Financieras	0		0	0		0	0
Leasing Financiero	0		0	0		0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	0	**0**	**0**	0
TOTAL PASIVOS	**0**	**14.759.910**	**14.759.910**	0	**16.958.580**	**2.198.670**	**14,90%**
PATRIMONIO							
Capital Social	14.677.998	14.677.998	0	0,00%	14.677.998	0	0,00%
Utilidad acumulada	0	(683.876)	(683.876)	0	1.659.462	2.343.338	(342,66%)
Reserva legal acumulada	0	9.712	9.712	0	270.083	260.371	2680,96%
TOTAL PATRIMONIO	**14.677.998**	**14.003.834**	**(674.164)**	**(4,59%)**	**16.607.543**	**2.603.709**	**18,59%**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**	**28.763.743**	**14.085.746**	**95,97%**	**33.566.122**	**4.802.379**	**16,70%**

Continuación tabla 51

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS								
AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
38.857.929	7.350.314	23,33%	48.197.923	9.339.994	24,04%	59.434.561	11.236.638	23,31%
0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0
38.857.929	**7.350.314**	**23,33%**	**48.197.923**	**9.339.994**	**24,04%**	**59.434.561**	**11.236.638**	**23,31%**
1.209.600	0	0,00%	1.209.600	0	0,00%	1.209.600	0	0,00%
2.027.900	0	0,00%	2.027.900	0	0,00%	2.027.900	0	0,00%
1.315.700	0	0,00%	1.315.700	0	0,00%	1.315.700	0	0,00%
3.742.040	1.247.347	50,00%	4.147.620	405.580	10,84%	4.553.200	405.580	9,78%
811.160	**(1.247.347)**	**(60,59%)**	**405.580**	**(405.580)**	**(50,00%)**	**0**	**(405.580)**	**(100,00%)**
0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	**0**	0	0	**0**	0	0
811.160	**(1.247.347)**	**(60,59%)**	**405.580**	**(405.580)**	**(50,00%)**	**0**	**(405.580)**	**(100,00%)**
39.669.089	**6.102.967**	**18,18%**	**48.603.503**	**8.934.414**	**22,52%**	**59.434.561**	**10.831.058**	**22,28%**
0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.394.890	117.969	3,60%	3.517.106	122.216	3,60%	3.643.721	126.616	3,60%
407.387	14.156	3,60%	422.053	14.666	3,60%	437.247	15.194	3,60%
2.202.460	861.155	64,20%	3.436.517	1.234.058	56,03%	4.478.087	1.041.570	30,31%
12.163.329	793.975	6,98%	13.012.751	849.422	6,98%	13.921.492	908.741	6,98%
618.118	40.348	6,98%	661.284	43.166	6,98%	707.465	46.181	6,98%
18.786.184	**1.827.604**	**10,78%**	**21.049.711**	**2.263.528**	**12,05%**	**23.188.012**	**2.138.301**	**10,16%**
	0	0		0	0		0	0
	0	0		0	0		0	0
0	**0**	0	**0**	**0**	0	**0**	**0**	0
18.786.184	**1.827.604**	**10,78%**	**21.049.711**	**2.263.528**	**12,05%**	**23.188.012**	**2.138.301**	**10,16%**
14.677.998	0	0,00%	14.677.998	0	0,00%	14.677.998	0	0,00%
5.507.289	3.847.827	231,87%	11.511.086	6.003.798	109,02%	19.334.568	7.823.481	67,96%
697.619	427.536	158,30%	1.364.708	667.089	95,62%	2.233.983	869.276	63,70%
20.882.905	**4.275.363**	**25,74%**	**27.553.792**	**6.670.886**	**31,94%**	**36.246.549**	**8.692.757**	**31,55%**
39.669.089	**6.102.967**	**18,18%**	**48.603.503**	**8.934.414**	**22,52%**	**59.434.561**	**10.831.058**	**22,28%**

Fuente: Los autores

Tabla 51. Análisis horizontal balance general con financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS							
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS							
ACTIVOS CORRIENTES							
Caja	7.852.639	24.188.571	16.335.932	208,03%	29.019.008	4.830.437	19,97%
Cuentas por cobrar o deudores	0	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.852.639	**24.188.571**	**16.335.932**	**208,03%**	**29.019.008**	**4.830.437**	**19,97%**
ACTIVOS NO CORRIENTES							
ACTIVOS FIJOS							
MUEBLES Y ENSERES	1.209.600	1.209.600	0	0,00%	1.209.600	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	2.027.900	2.027.900	0	0,00%	2.027.900	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.315.700	1.315.700	0	0,00%	1.315.700	0	0,00%
(-) Depreciacion acumulada		1.247.347	1.247.347	0	2.494.693	1.247.347	100,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**4.553.200**	**3.305.853**	**(1.247.347)**	**(27,39%)**	**2.058.507**	**(1.247.347)**	**(37,73%)**
ACTIVOS DIFERIDOS							
Diferidos	2.272.159	0	(2.272.159)	(100,00%)	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**2.272.159**	**0**	**(2.272.159)**	**(100,00%)**	**0**	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**6.825.359**	**3.305.853**	**(3.519.506)**	**(51,57%)**	**2.058.507**	**(1.247.347)**	**(37,73%)**
TOTAL ACTIVOS	**14.677.998**	**27.494.424**	**12.816.427**	**87,32%**	**31.077.515**	**3.583.090**	**13,03%**
PASIVOS							
PASIVOS CORRIENTES							
Cuentas por pagar o acreedores	0	0	0	0	0	0	0
Cesantias x pagar	0	3.163.051	3.163.051	0	3.276.921	113.870	3,60%
Intereses a la cesantia por pagar	0	379.566	379.566	0	393.230	13.664	3,60%
Impuesto de Renta por pagar	0	0	0	0	1.239.017	1.239.017	0,00%
IVA/INC por pagar	0	10.627.207	10.627.207	0	11.369.354	742.147	6,98%
ICA por pagar	0	540.055	540.055	0	577.770	37.715	6,98%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**14.709.879**	**14.709.879**	0	**16.856.292**	**2.146.413**	**14,59%**
PASIVOS NO CORRIENTES							
Obligaciónes Financieras	2.935.600	2.123.667	(811.932)	(27,66%)	1.155.194	(968.473)	(45,60%)
Leasing Financiero	0		0	0		0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**2.935.600**	**2.123.667**	**(811.932)**	**(27,66%)**	**1.155.194**	**(968.473)**	**(45,60%)**
TOTAL PASIVOS	**2.935.600**	**16.833.546**	**13.897.947**	**473,43%**	**18.011.486**	**1.177.940**	**7,00%**
PATRIMONIO							
Capital Social	11.742.398	11.742.398	0	0,00%	11.742.398	0	0,00%
Utilidad acumulada	0	-1.081.520	(1.081.520)	0	1.083.115	2.164.635	(200,15%)
Reserva legal acumulada	0	0	0	0	240.515	240.515	0,00%
TOTAL PATRIMONIO	**11.742.398**	**10.660.878**	**(1.081.520)**	**(9,21%)**	**13.066.028**	**2.405.150**	**22,56%**
PASIVO + PATRIMONIO	**14.677.998**	**27.494.424**	**12.816.427**	**87,32%**	**31.077.515**	**3.583.090**	**13,03%**

Continuación tabla 52

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS								
AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
35.202.290	6.183.282	21,31%	44.581.087	9.378.796	26,64%	55.817.725	11.236.638	25,20%
0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0
35.202.290	**6.183.282**	**21,31%**	**44.581.087**	**9.378.796**	**26,64%**	**55.817.725**	**11.236.638**	**25,20%**
1.209.600	0	0,00%	1.209.600	0	0,00%	1.209.600	0	0,00%
2.027.900	0	0,00%	2.027.900	0	0,00%	2.027.900	0	0,00%
1.315.700	0	0,00%	1.315.700	0	0,00%	1.315.700	0	0,00%
3.742.040	1.247.347	50,00%	4.147.620	405.580	10,84%	4.553.200	405.580	9,78%
811.160	**(1.247.347)**	**(60,59%)**	**405.580**	**(405.580)**	**(50,00%)**	**0**	**(405.580)**	**(100,00%)**
0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	**0**	0	0	**0**	0	0
811.160	**(1.247.347)**	**(60,59%)**	**405.580**	**(405.580)**	**(50,00%)**	**0**	**(405.580)**	**(100,00%)**
36.013.450	**4.935.936**	**15,88%**	**44.986.667**	**8.973.216**	**24,92%**	**55.817.725**	**10.831.058**	**24,08%**
0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.394.890	117.969	3,60%	3.517.106	122.216	3,60%	3.643.721	126.616	3,60%
407.387	14.156	3,60%	422.053	14.666	3,60%	437.247	15.194	3,60%
2.163.657	924.640	74,63%	3.436.517	1.272.860	58,83%	4.478.087	1.041.570	30,31%
12.163.329	793.975	6,98%	13.012.751	849.422	6,98%	13.921.492	908.741	6,98%
618.118	40.348	6,98%	661.284	43.166	6,98%	707.465	46.181	6,98%
18.747.381	**1.891.089**	**11,22%**	**21.049.711**	**2.302.330**	**12,28%**	**23.188.012**	**2.138.301**	**10,16%**
0	(1.155.194)	(100,00%)		0	0,00%		0	0
	0	0		0	0		0	0
0	**(1.155.194)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	0,00%	**0**	**0**	0
18.747.381	**735.895**	**4,09%**	**21.049.711**	**2.302.330**	**12,28%**	**23.188.012**	**2.138.301**	**10,16%**
11.742.398	0	0,00%	11.742.398	0	0,00%	11.742.398	0	0,00%
4.863.152	3.780.037	349,00%	10.866.950	6.003.798	123,45%	18.690.431	7.823.481	71,99%
660.519	420.004	174,63%	1.327.608	667.089	100,99%	2.196.883	869.276	65,48%
17.266.069	**4.200.041**	**32,14%**	**23.936.955**	**6.670.886**	**38,64%**	**32.629.713**	**8.692.757**	**36,32%**
36.013.450	**4.935.936**	**15,88%**	**44.986.667**	**8.973.216**	**24,92%**	**55.817.725**	**10.831.058**	**24,08%**

Fuente: Los autores

5.11.7 Análisis horizontal estado de resultados sin financiación y con financiación. Se observa que las ventas tienen un incremento anual del 6,98% del año uno al cinco. El total de egresos tiene una concentración pequeña con respecto al total de ventas, su rango oscila entre el 1,86% y el 3,55% lo que es positivo dentro de los resultados. La utilidad neta tiene variaciones dentro de los primeros cinco años, tiene un crecimiento de 32,80% en el primero año, luego decrece del 15,55%, en el siguiente año crece al 17,64% y en el último año tiene un porcentaje de 12,77%, lo que indica que se debe entrar a evaluar las operaciones económicas y financieras de la empresa.

Tabla 52. Análisis horizontal estado de resultados sin financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS				
INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**VARIACIÓN ABSOLUTA**	**VARIACIÓN RELATIVA**
Ventas	163.653.130	175.081.791	11.428.661	6,98%
Descuentos				
Devoluciones				
VENTAS NETAS	163.653.130	175.081.791	11.428.661	6,98%
CMV	98.305.157	105.170.265	6.865.108	6,98%
UTILIDAD BRUTA	**65.347.973**	**69.911.527**	**4.563.554**	**6,98%**
EGRESOS				
Nomina	33.756.018	34.971.234	1.215.217	3,60%
Gastos Admon	7.980.093	8.267.376	287.283	3,60%
Gastos de Ventas	2.778.552	2.878.580	100.028	3,60%
Gastos Deprecicacion	1.247.347	1.247.347	0	0,00%
Gastos Diferidos	2.272.159	0	(2.272.159)	(100,00%)
ICA	540.055	577.770	37.715	6,98%
TOTAL EGRESOS	**48.574.224**	**47.942.307**	**(631.917)**	**(1,30%)**
UTILIDAD OPERACIONAL	**16.773.749**	**21.969.219**	**5.195.470**	**30,97%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS				
Gastos Financieros Prestamos	0		0	0
Gastos Financieros Leassing	0		0	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**16.773.749**	**21.969.219**	**5.195.470**	**30,97%**
IMPUESTO DE RENTA	5.703.075	7.469.535	1.766.460	30,97%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**11.070.674**	**14.499.685**	3.429.010	30,97%
RESERVA LEGAL	1.107.067	1.449.968	342.901	30,97%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**9.963.607**	**13.049.716**	**3.086.109**	**30,97%**

Fuente: Los autores

Continuación tabla 53

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS								
AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
187.308.569	12.226.778	6,98%	200.389.200	13.080.631	6,98%	214.383.313	**13.994.112**	6,98%
187.308.569	12.226.778	6,98%	200.389.200	13.080.631	6,98%	214.383.313	13.994.112	6,98%
112.514.795	7.344.530	6,98%	120.372.228	7.857.433	6,98%	128.778.382	8.406.154	6,98%
74.793.774	**4.882.248**	**6,98%**	**80.016.972**	**5.223.198**	**6,98%**	**85.604.931**	**5.587.958**	**6,98%**
36.230.199	1.258.964	3,60%	37.534.486	1.304.287	3,60%	38.885.728	1.351.241	3,60%
8.565.002	297.626	3,60%	8.873.342	308.340	3,60%	9.192.782	319.440	3,60%
2.982.209	103.629	3,60%	3.089.568	107.360	3,60%	3.200.793	111.224	3,60%
1.247.347	0	0,00%	405.580	(841.767)	(67,48%)	405.580	0	0,00%
0	0	0,00%	0	0	0	0	0	0
618.118	40.348	6,98%	661.284	43.166	6,98%	707.465	46.181	6,98%
49.642.875	**1.700.567**	**3,55%**	**50.564.261**	**921.386**	**1,86%**	**52.392.348**	**1.828.087**	**3,62%**
25.150.900	**3.181.681**	**14,48%**	**29.452.712**	**4.301.812**	**17,10%**	**33.212.583**	**3.759.871**	**12,77%**
	0	0		0	0		0	0
	0	0		0	0		0	0
0	**0**	0	**0**	**0**	0	**0**	**0**	0
25.150.900	**3.181.681**	**14,48%**	**29.452.712**	**4.301.812**	**17,10%**	**33.212.583**	**3.759.871**	**12,77%**
8.551.306	1.081.771	14,48%	10.013.922	1.462.616	17,10%	11.292.278	1.278.356	12,77%
16.599.594	2.099.909	14,48%	**19.438.790**	2.839.196	17,10%	**21.920.305**	2.481.515	12,77%
1.659.959	209.991	14,48%	1.943.879	283.920	17,10%	2.192.030	248.152	12,77%
14.939.634	**1.889.918**	**14,48%**	**17.494.911**	**2.555.276**	**17,10%**	**19.728.274**	**2.233.364**	**12,77%**

Fuente: Los autores

Tabla 53. Análisis horizontal estado de resultados con financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS				
INGRESOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**VARIACIÓN ABSOLUTA**	**VARIACIÓN RELATIVA**
Ventas	163.653.130	175.081.791	11.428.661	6,98%
Descuentos				
Devoluciones				
VENTAS NETAS	163.653.130	175.081.791	11.428.661	6,98%
CMV	98.305.157	105.170.265	6.865.108	6,98%
UTILIDAD BRUTA	**65.347.973**	**69.911.527**	**4.563.554**	**6,98%**
EGRESOS				
Nomina	33.756.018	34.971.234	1.215.217	3,60%
Gastos Admon	7.980.093	8.267.376	287.283	3,60%
Gastos de Ventas	2.778.552	2.878.580	100.028	3,60%
Gastos Depreciacion	1.247.347	1.247.347	0	0,00%
Gastos Diferidos	2.272.159	0	(2.272.159)	(100,00%)
ICA	540.055	577.770	37.715	6,98%
TOTAL EGRESOS	**48.574.224**	**47.942.307**	**(631.917)**	**(1,30%)**
UTILIDAD OPERACIONAL	**16.773.749**	**21.969.219**	**5.195.470**	**30,97%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS				
Gastos Financieros Prestamos	457.387	300.846	(156.541)	(34,22%)
Gastos Financieros Leasing	0			
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**457.387**	**300.846**	**(156.541)**	**(34,22%)**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	**16.316.362**	**21.668.373**	**5.352.011**	**32,80%**
IMPUESTO DE RENTA	5.547.563	7.367.247	1.819.684	32,80%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	10.768.799	14.301.126	3.532.327	32,80%
RESERVA LEGAL	1.076.880	1.430.113	353.233	32,80%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**9.691.919**	**12.871.014**	**3.179.094**	**32,80%**

Fuente: Los autores

Continuación tabla 54

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS								
AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
187.308.569	12.226.778	6,98%	200.389.200	13.080.631	6,98%	214.383.313	**13.994.112**	6,98%
187.308.569	12.226.778	6,98%	200.389.200	13.080.631	6,98%	214.383.313	13.994.112	6,98%
112.514.795	7.344.530	6,98%	120.372.228	7.857.433	6,98%	128.778.382	8.406.154	6,98%
74.793.774	**4.882.248**	**6,98%**	**80.016.972**	**5.223.198**	**6,98%**	**85.604.931**	**5.587.958**	**6,98%**
36.230.199	1.258.964	3,60%	37.534.486	1.304.287	3,60%	38.885.728	1.351.241	3,60%
8.565.002	297.626	3,60%	8.873.342	308.340	3,60%	9.192.782	319.440	3,60%
2.982.209	103.629	3,60%	3.089.568	107.360	3,60%	3.200.793	111.224	3,60%
1.247.347	0	0,00%	405.580	(841.767)	(67,48%)	405.580	0	0,00%
0	0	0,00%	0	0	0	0	0	0
618.118	40.348	6,98%	661.284	43.166	6,98%	707.465	46.181	6,98%
49.642.875	**1.700.567**	**3,55%**	**50.564.261**	**921.386**	**1,86%**	**52.392.348**	**1.828.087**	**3,62%**
25.150.900	**3.181.681**	**14,48%**	**29.452.712**	**4.301.812**	**17,10%**	**33.212.583**	**3.759.871**	**12,77%**
114.125	(186.722)	(62,07%)	0	(114.125)	(100,00%)	0	0	0,00%
114.125	**(186.722)**	**(62,07%)**	**0**	**(114.125)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	0,00%
25.036.775	**3.368.402**	**15,55%**	**29.452.712**	**4.415.937**	**17,64%**	**33.212.583**	**3.759.871**	**12,77%**
8.512.504	1.145.257	15,55%	10.013.922	1.501.418	17,64%	11.292.278	1.278.356	12,77%
16.524.272	2.223.145	15,55%	19.438.790	2.914.518	17,64%	21.920.305	2.481.515	12,77%
1.652.427	222.315	15,55%	1.943.879	291.452	17,64%	2.192.030	248.152	12,77%
14.871.844	**2.000.831**	**15,55%**	**17.494.911**	**2.623.066**	**17,64%**	**19.728.274**	**2.233.364**	**12,77%**

Fuente: Los autores

5.11.8 Razones financieras del balance general sin financiación y con financiación. Muestran los indicadores del estado financiero**.**

INDICADORES DE LIQUIDEZ:

- ✓ Capital neto de trabajo: Una vez la empresa BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP cancele el total de sus obligaciones corrientes le quedan en el año 1 $9.478.692 para cubrir las obligaciones que surjan en el normal desarrollo de su actividad económica. De igual manera en los siguientes 4 años cancelando las deudas corrientes le queda un excedente representativo para la empresa.
- ✓ Razón corriente: Para el año 1 la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP por cada peso que adeude cuenta con $1,64 para respaldarla, es decir paga el peso y le quedan 64 centavos de excedente; dicho de otra manera, del 100% de sus activos corrientes el 60,81% es para el pago de sus obligaciones y el 39,18% le quedan disponibles. En los 4 años subsiguientes también tiene como respaldar sus deudas y cuenta con excedente de dinero.
- ✓ Prueba acida: La empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP en ninguno de los 5 años depende de sus inventarios para poder atender sus obligaciones corrientes.

De acuerdo a los anteriores indicadores se puede evidenciar que la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP se encuentra con liquidez, puesto que con o sin sus inventarios cumple con sus compromisos a corto plazo quedando además con excedentes.

INDICADORES DE SOLVENCIA**:**

- ✓ Nivel de endeudamiento: La empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP presenta una participación en el primer año del 61,23% de los activos, lo cual le permite manejar como política de endeudamiento con terceros en mejor proporción, igualmente para los años 2 y 3; siendo algo riesgoso para la compañía, por tanto se requiere hallar estrategias que maximicen las ventas y así disminuir este nivel de endeudamiento, lo cual se ve reflejado en el año 4 y 5; donde la participación de los activos es de 46,79% y 41,54% respectivamente, siendo un indicador aceptable para la compañía.

INDICADORES DE RENTABILIDAD:

- ✓ Rendimiento sobre activos: para la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP en el año 1 no recupera la utilidad neta, teniendo en cuenta la inversión de los activos totales, ya que su porcentaje es negativo; lo cual hace que la empresa destruya valor en el mercado, puesto que es muy bajo al compararlo con el costo de capital cuyo promedio es de 15%. Pero para los años 2, 3,4 y 5 recupera la utilidad en neta en 7,74%, 11,66%, 14,83% y 15,57% respectivamente, lo cual es razonable para la empresa.
- ✓ Rendimiento sobre patrimonio: Los propietarios de la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP, en el año 1 no generan rentabilidad, pero para los 4 años siguientes generan rentabilidad del 18,41%, 24,33%, 27,87% y 26,64% respectivamente, teniendo en cuenta su inversión; lo cual es un indicador bueno para la empresa si se tiene en cuenta que en los CDT en el momento se está reconociendo el 5,15% efectivo anual.
- ✓ Margen bruto: La empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP en el año 1 y siguientes obtiene una utilidad del 39,93% una vez descontado de las ventas mano de obra directa, costos de fabricación y la materia prima.

- ✓ Margen operacional: La empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP en el año 1 no genera rentabilidad por cuanto una vez a las ventas se le descuenta los costos de producción, gastos de administración y gastos de venta arroja el
- ✓ -0,38%; por tanto la gerencia debe incrementar las ventas y optimizar los costos y gastos operacionales, lo cual se ve reflejado en los años 2, 3, 4 y 5 donde generó una rentabilidad del 2,25%, 3,46%, 5,04% y 6,14% respectivamente.
- ✓ Margen Neto: En el año 1 la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP una vez descuenta de las ventas los costos de producción, gastos operacionales, gastos financieros e impuestos no genera rentabilidad, pero para los 4 años siguientes genera rentabilidad en 2,08% para el año 2, 3,40% para el año 3, 5,04% para el año 4 y 6,14% para el año 5; lo cual le permite determinar el pago de dividendos o repartición de utilidades.

Tabla 54. Razones financieras del balance general sin financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Capital Neta de Trabajo	10.697.980	14.549.036	20.071.745	27.148.212	36.246.549
Razón Corriente	1,72	1,86	2,07	2,29	2,56
Prueba Ácida	1,72	1,86	2,07	2,29	2,56
Endeudamiento	51,31%	50,52%	47,36%	43,31%	39,01%
Rendimiento sobre Activos	-2,34%	7,76%	10,78%	13,73%	14,63%
Rendimiento sobre Patrimonio	-2,34%	7,76%	10,78%	13,73%	14,63%
Margen Bruto	39,93%	39,93%	39,93%	39,93%	39,93%
Márgen Operacional	-0,38%	2,25%	3,46%	5,04%	6,14%
Márgen Neto	-0,38%	2,25%	3,46%	5,04%	6,14%
Días del año	365				

Fuente: Los autores

Tabla 55. . Razones financieras del balance general con financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital Neta de Trabajo	9.478.692	12.162.716	16.454.909	23.531.375	32.629.713
Razón Corriente	1,64	1,72	1,88	2,12	2,41
Prueba Ácida	1,64	1,72	1,88	2,12	2,41
Endeudamiento	61,23%	57,96%	52,06%	46,79%	41,54%
Rendimiento sobre Activos	-3,93%	7,74%	11,66%	14,83%	15,57%
Rendimiento sobre Patrimonio	-10,14%	18,41%	24,33%	27,87%	26,64%
Margen Bruto	39,93%	39,93%	39,93%	39,93%	39,93%
Márgen Operacional	-0,38%	2,25%	3,46%	5,04%	6,14%
Márgen Neto	-0,66%	2,08%	3,40%	5,04%	6,14%
Días del año	365				

Fuente: Los autores

5.11.9 Punto de equilibrio sin financiación y con financiación. La empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP requiere vender sin obtener financiación como mínimo 2.218und, 2014und, 2.787und, 3.448unds, 4.279unds, para los años 1, 2 ,3 ,4 y 5 respectivamente. Y obteniendo financiación requiere vender 1.997unds, 1.910unds, 2.749unds, 3.448unds, 4.279unds respectivamente. Con este nivel de ventas el beneficio es cero, por cuanto estas ventas solo cubrirán los costos sin la empresa perder o ganar dinero; pero si las ventas tienen un decremento se perderá dinero y si por el contrario aumenta este nivel de ventas la empresa generará utilidades.

Tabla 56. Punto de equilibrio sin financiación y con financiación

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 SIN FINANCIACIÓN	250	169	222	169	222	171	222	169	222	169	222	169	2.218	2.014	2.787	3.448	4.279
ER CON FINANCIACIÓN	226	152	199	153	200	150	201	155	202	156	204	157	1.997	1.910	2.749	3.448	4.279

Fuente: Los autores

5.11.10 Análisis de sensibilidad sin financiación y con financiación. En la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP haciendo una disminución en el margen bruto de un 5%, esta variable es medianamente sensible, ya que con un porcentaje muy bajo se pone en riesgo el proyecto; volviéndolo inviable, puesto que el VPN es menor a 1.

Tabla 57. Análisis de sensibilidad sin financiación y con financiación

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
DISMINUCIÓN MÁRGEN BRUTO EN 5%				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN ($)	9.902.935	(811.624)	10.772.549	(10.745)
TIR (%)	77,89%	31,46%	92,73%	35,16%
B/C (VECES)	1,67	0,94	1,92	1,00

Fuente: Los autores

5.11.11 Resumen del flujo de caja sin financiación y con financiación. Se muestra la proyección de los flujos de la empresa PLOP.

Tabla 58. Resumen del flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INVERSIÓN	(14.677.998)					
INGRESOS		207.839.475	222.353.875	237.881.883	254.494.284	272.266.807
EGRESOS		190.234.224	216.304.150	230.531.570	245.154.290	261.030.169
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		**17.605.251**	**6.049.725**	**7.350.314**	**9.339.994**	**11.236.638**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	**(14.677.998)**	**17.605.251**	**6.049.725**	**7.350.314**	**9.339.994**	**11.236.638**

DTF (%)	5,64%
SPREAD (%)	28,00%
CDO (%)	35,22%
VPN ($)	9.902.935
TIR (%)	77,89%
B/C (VECES)	1,67

Fuente: Los autores

De acuerdo al VPN el cual es de $9.902.935 la empresa de BEBIDAS EXPLOSIVAS PLOP recupera la inversión a pesos de hoy y le queda un excedente. Basado en la TIR la cual es de 77,89% está por encima del costo de oportunidad el cual es de 35,22% lo cual quiere decir que según la relación beneficio/costo por cada peso que la empresa invierte, recupera ese peso de inversión y le queda un excedente de 67 centavos de pesos por cada peso. Por lo anterior se deduce que este proyecto SI es viable.

Tabla 59. Resumen del flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	(11.742.398)					
INGRESOS		207.839.475	222.353.875	237.881.883	254.494.284	272.266.807
EGRESOS		190.234.224	216.254.119	230.429.282	245.115.488	261.030.169
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		**17.605.251**	**6.099.756**	**7.452.601**	**9.378.796**	**11.236.638**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO		1.269.319	1.269.319	1.269.319	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	**(11.742.398)**	**16.335.932**	**4.830.437**	**6.183.282**	**9.378.796**	**11.236.638**

DTF (%)	5,64%
SPREAD (%)	28,00%
CDO (%)	35,22%
VPN ($)	10.772.549
TIR (%)	92,73%
B/C (VECES)	1,92

Fuente: Los autores

Siendo el VPN de $10.772.549 la empresa recupera su inversión y queda este excedente, además la TIR está por encima del costo de oportunidad representados en 92,73% y 35,22% respectivamente, por tanto se tiene una relación de costo beneficio positivo debido a que por cada peso de inversión se logra recuperarlo y además queda un excedente de 92 centavos de pesos.

Con lo anterior se concluye la viabilidad del proyecto en ambos escenarios.

6 CONCLUSIONES

A lo largo del presente proyecto de emprendimiento, la investigación arrojo lo siguiente: se logró demostrar que aunque el mercado de las bebidas es muy extenso nuestro producto "PLOP" puede atraer al cliente de manera espontánea dando la libertad no solo de satisfacer una necesidad sino creando diversas emociones al consumirlo, al mismo tiempo convirtiéndose en el producto estrella de las bebidas Frappes y granizados, siendo natural y nutritivo, garantizando su liderazgo en costos, precios e innovación.

7 REFERENCIAS

Alcaldía de Bogotá. (s. f.). LEY 9DE 1979 Ministerio de Salud. Recuperado 10 de abril de 2017, a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177

Alcaldía Municipal de Yumbo. (2016). base estadística 2016-2017-Alcaldia municipal.pdf. Recuperado a partir de http://www.yumbo.gov.co/Transparencia/Estudiopublicacionesinvestigaciones/Anuario%20Estad%C3%ADstico%202016-2015.pdf

Alcaldía Municipal de Yumbo. (2018). *Certificación permiso de suelos*.

Arias, J. (2010). MERCADOTECNIA: LA COMPETENCIA. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de http://jennyarias03.blogspot.com.co/2010/06/la-competencia.html

Asociación de bebidas refrescantes. (2013). Qué son-Historia de las bebidas. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de http://www.refrescantes.es/que-son/

Bomberos voluntarios de Yumbo. (2018). *Formulario cuerpo de bomberos Yumbo Valle del Cauca.*

Cámara de comercio de Cali. (2017). CÁMARA DE COMERCIO DE CALI :: Matricula Web :: Última actualización. Recuperado 20 de marzo de 2018, a partir de https://servicios.ccc.org.co/ruesm/08/autenticacion-mutacion

Cheesman de Rueda, S. (2011). Conceptos básicos en investigación. Recuperado a partir de https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/conceptos.pdf

Cheesman, S. (2011). CONCEPTOS BÁSICOS EN INVESTIGACIÓN.

Conocimientos nuevo milenio. (2013). Tipología de clientes según sus móviles de compra. Recuperado 6 de marzo de 2018, a partir de http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha10501.html

Corona Vázquez, G. (2012). Comportamiento_del_consumidor-corona vazquez.pdf. RED TERCER MILENIO S.C. Recuperado a partir de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comportamiento_del_consumidor.pdf

Cortés Cortés, M. E., & Iglesias León, M. (2005). *Generalidades sobre metodología de la investigación*. Ciudad del Carmen, Camp.: Universidad Autónoma del Carmen. Recuperado a partir de file:///C:/Users/Paola%20%20Andrea/Documents/octavo%20semestre/plop/bibliografia/metodologia_investigacion-cortes%20cortes.pdf

Dinero. (2015). El mercado de las calorías: bebidas. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de http://www.dinero.com/empresas/articulo/el-mercado-bebidas-colombia/205804

Editorial La RepúblicaS.A.S. (2015). El ingreso per cápita promedio de los hogares colombianos. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://www.larepublica.co/economia/el-ingreso-per-capita-promedio-de-los-hogares-colombianos-fue-578422-en-2014-2264541

Ferrer, J. (2010). Metodología De La Investigación: TECNICAS DE LA INVESTIGACION. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de http://metodologia02.blogspot.com.co/p/tecnicas-de-la-investigacion.html

García González, F. (2012). Conceptos de Innovación. Recuperado a partir de http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Gestión de la salud municipal de Yumbo. (2018). *Certificación de salud de Yumbo Valle del Cauca.*

Haceb. (2017a). NEVERA 220L SE 2P DA TI - HACEB. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://www.haceb.com/Detalle/rvdsfpid/nevera-220l-se-2p-da-ti-386/rvdsfcatid/neveras-7

Haceb. (2017b). *NEVERA 220L SE 2P DA TI - HACEB*. Recuperado a partir de https://www.haceb.com/Detalle/rvdsfpid/nevera-220l-se-2p-da-ti-386/rvdsfcatid/neveras-7

Homecenter. (2018). Home Collection Silla Bar Media Luna Roja. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/258854/Silla-Bar-Media-Luna-Roja/258854

La Republica. (2015). El ingreso per cápita promedio de los hogares colombianos fue $578.422 en 2014. Recuperado 16 de marzo de 2017, a partir de http://www.larepublica.co/el-ingreso-c%C3%A1pita-promedio-de-los-hogares-colombianos-fue-578422-en-2014_264541

Linio Colombia. (2018). Caja Registradora Casio Alfanumérica Térmica Pcr T280. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://www.linio.com.co/p/caja-registradora-casio-alfanumerica-termica-pcr-t280-negro-oq16yc

Manipulación de Alimentos Colombia. (2017). NORMATIVIDAD. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de http://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad

Mercado Libre Colombia. (2017). Samsung Impresora Láser Xpress Sl-m2020w Wireless. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-463409197-samsung-impresora-laser-xpress-sl-m2020w-wireless-_JM

Mercado Libre Colombia. (2018a). Celular Samsung J2 Prime 5 8gb 8mp/5mp 4g. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-448145176-celular-samsung-j2-prime-5-8gb-8mp5mp-4g-_JM

Mercado Libre Colombia. (2018b). Juego 4 Sillas Karla Y Mesa Madera Para Cafe Bar Restaurante -. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-464075320-juego-4-sillas-karla-y-mesa-madera-para-cafe-bar-restaurante-_JM

Mercado Libre Colombia. (2018c). Licuadora Oster Profesional Bpst02-b00 600w. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-452217816-licuadora-oster-profesional-bpst02-b00-600w-2-velocidades-_JM

Mercado Libre Colombia. (2018d). *Licuadora Oster Profesional Bpst02-b00 600w*. Recuperado a partir de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-452217816-licuadora-oster-profesional-bpst02-b00-600w-2-velocidades-_JM

Mercado Libre Colombia. (2018e). Portátil Hp 245 G6 Amd Dual Core E2-9000e 500gb Freedos -. Recuperado 19 de marzo de 2018, a partir de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-460336469-portatil-hp-245-g6-amd-dual-core-e2-9000e-500gb-freedos-_JM

Montiel, A. (2013). Psicología. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de https://marketiin.wordpress.com/tag/psicologia/

Montiel, A. (2014). Comportamiento del consumidor. Recuperado 6 de marzo de 2018, a partir de https://marketiin.wordpress.com/tag/comportamiento-del-consumidor-2/

Nielsen. (2017). Así crece el negocio de jugos naturales en Colombia. Recuperado 20 de marzo de 2018, a partir de http://www.portafolio.co/negocios/asi-crece-el-negocio-de-jugos-naturales-en-colombia-505649

Notaria primera de Yumbo. (2018). *Cotización de gastos notariales*.

Psicoactiva mujer hoy. (2016). La Teoría de los Rasgos de la Personalidad y sus principales autores. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de https://www.psicoactiva.com/blog/la-teoria-los-rasgos-la-personalidad-principales-autores/

Sánchez Galán, J. (2016). Consumidor. Recuperado 7 de marzo de 2018, a partir de http://economipedia.com/definiciones/consumidor.html

Schiffman, L. G., Wisenblit, J., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México [etc.: Prentice-Hall. Recuperado a partir de http://biblioteca.soymercadologo.com/wp-

content/uploads/2016/04/Comportamiento-del-Consumidor-10ed-Schiffman-y-Lazar-Kanuk.pdf

8 ANEXOS

Anexo 1. Perlas de fruta con sabor a kiwi

Fuente: Los autores

Anexo 2. Perlas de fruta con sabor a maracuyá.

Fuente: Los autores

Anexo 3. Perlas de fruta con sabor a cereza.

Fuente: Los autores

Anexo 4. Perlas de fruta con sabor a arándano azul.

Fuente: Los autores