ESTUDIO DE VIABILIAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

JESSICA CRUZ RODRIGUEZ

LINA MARIA TESILLO MORENO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATOLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

ESTUDIO DE VIABILIAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI

JESSICA CRUZ RODRIGUEZ

LINA MARIA TESILLO MORENO

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor

Luz Dary Escobar

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del jurado

_____

Firma del jurado

Santiago de Cali, Noviembre de 2015

DEDICATORIA

Jessica Cruz Rodríguez

Este trabajo va dedicado a mis padres Benjamín Cruz y Aleyda Amparo Rodríguez

A mis abuelos María Teresa Mejía y José German Cruz

A mi hermana Valeria Cruz

Y a mi novio Jimmy Valderrama

Lina María Tesillo Moreno

Dedico este trabajo a mis padres Guillermo Tesillo y Marina Moreno

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Jessica Cruz Rodríguez

En primer lugar quiero agradecerle a Dios por haberme dado la vida y la capacidad para poder culminar este proyecto, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera y por darme fuerza en los momentos más difíciles de mi vida.

A mis padres y a mis abuelos que son el motor de mi vida. A mis padres por llenarme siempre de tanto amor, por ser la fuente apoyo permanente e incondicional, inculcarme los maravillosos valores que me han formado hasta ahora, por enseñarme la importancia de la constancia y la perseverancia para poder alcanzar mis metas, por haberme dado la oportunidad de estudiar y tener una excelente educación. A mis abuelos por compartirme algo de su inmensa sabiduría, por su inmenso amor y su apoyo constante, por guiarme en todo momento y porque juntos hicieron posible la culminación de mi carrera.

A mi hermana por ser parte importante de mi vida, por esos días de risas y peleas que llenan mi vida de alegría.

Quiero agradecerles a mis profesores y asesora por su dedicación, su amistad y por guiarme en mi formación como profesional e inculcarme el amor por mi carrera.

A mis amigas, amigos y compañeros por todos los momentos compartidos y por hacer de mi estancia en la universidad una experiencia maravillosa e inolvidable.

Por ultimo quiero agradecerles a dos personas muy importantes en mi vida:

A mi novio y mejor amigo por su amor y su apoyo incondicional, por acompañarme siempre, darme el ánimo y la fuerza para superar cada dificultad y enseñarme a seguir siempre mis sueños

A mi gran amiga, compañera y casi hermana Lina Tesillo ser una excelente compañera de tesis, por su paciencia y gentileza, por las incontables alegrías y el apoyo incondicional y darme la oportunidad de conocer muchas cosas nuevas.

Lina María Tesillo

Siempre es menester agradecer primero a Dios porque es él quien me dio la vida, la salud y la sabiduría para emprender un nuevo camino lleno de retos y éxitos, a mis padres Guillermo Tesillo y Marina Moreno por brindarme su apoyo total al iniciar mi segunda carrera, por inculcar en mí la perseverancia y el amor por las cosas que se quieren lograr y por enseñarme a luchar y nunca rendirme, por darme las herramientas para crecer en un hogar lleno de amor y por enseñarme a ser mejor persona, infinitas gracias.

A toda mi familia; a mi abuela, mis tías y mis primos por sus constantes palabras de aliento, a mi novio por ayudarme a entender la capacidad de mis actos, a mis amigas y amigos de la universidad Católica pues ellos hicieron de cada día una nueva experiencia llena de alegría, a mis profesores de la universidad porque a través de sus enseñanzas y consejos me ayudaron a llegar hasta este momento.

A mi compañera, amiga y casi hermana Jessica Cruz, por compartir conmigo el reto de hacer esta tesis, por darme su amistad incondicional y por hacerme reír a carcajadas durante 4 años.

Agradezco enormemente a nuestra directora de tesis Luz Dary Escobar, por sus consejos, enseñanzas y paciencia, por la sabiduría que ha sabido inculcar en mí y por ayudarnos a sacar adelante este proyecto.

Por último gracias a todos aquellos que en el recorrido de mis 24 años han participado de mi vida y me han enseñado valiosas lecciones, han compartido grandes momentos y me han dado su cariño absoluto.

CONTENIDO

INTRODUCCION…….. 26

1 CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION 28

1.1 IDENTIFICACION DEL PROYECTO 28

1.2 LINEA DE INVESTIGACION 28

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 28

1.3.1 Formulación del problema 31

1.3.2 Sistematización del problema 31

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION 32

1.4.1 Objetivo general 32

1.4.2 Objetivos específicos 32

1.5 JUSTIFICACION 33

1.5.1 Referente Conceptual 34

1.5.2 Referente teórico 36

1.5.3 Referente legal 43

1.6 ASPECTOS METODOLOGICOS 45

1.6.1 Tipo de estudio 45

1.6.2 Métodos de investigación 46

1.6.3 Métodos de recolección de información 46

1.6.4 Fuentes de información 47

1.6.5 Tratamiento de la información 48

2 ESTUDIO DE MERCADO 50

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR 50

2.1.1 Clasificación por rama de actividad económica 50

2.1.2 Comportamiento del sector 51

2.1.3 Estado del Sector 55
2.1.4 Las cinco fuerzas de Porter 58
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 63
2.2.1 Análisis de demanda 63
2.2.2 Análisis de oferta 64
2.3 ANALISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO 64
2.3.1 Producto 64
2.3.2 Clientes 66
2.3.3 Competencia 66
2.4 INVESTIGACION DE MERCADO 76
2.4.1 Diseño de la Investigación 76
2.5 PLAN DE MERCADEO 91
2.5.1 Estrategia de precios 91
2.5.2 Estrategia de venta 93
2.5.3 Estrategia promocional 94
2.5.4 Estrategia distribución 95
2.6 POLÍTICAS DE SERVICIO 96
2.6.1 Políticas de servicio al cliente 96
3 ESTUDIO TECNICO OPERATIVO 98
3.1 INGENIERÍA DE PROYECTO 98
3.1.1 Producto 98
3.1.2 Metodología para el estudio de la Ingeniería del proyecto 109
3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo 111
3.1.4 Tecnología 123
3.1.5 Selección del equipo 129
3.1.6 Calculo de cantidades de materia prima e insumos 134

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 141
3.2.1 Macrolocalización 141
3.2.2 Microlocalización 147
3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO 158
3.3.1 Dimensión y características del mercado 158
3.3.2 Tecnología del proceso productivo 158
3.3.3 Inversión en pesos 159
4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL 160
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 160
4.1.1 Descripción del logo 160
4.1.2 Eslogan 161
4.1.3 Misión 161
4.1.4 Visión 161
4.1.5 Valores corporativos 162
4.1.6 Filosofía de trabajo 163
4.1.7 Competencias organizacionales 163
4.1.8 Políticas internas 164
4.1.9 Matriz DOFA y mapa estratégico 166
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 170
4.2.1 Línea de autoridad 170
4.2.2 Mapa Procesos 171
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 172
4.3.1 Descripción de procesos operativos 172
4.3.2 Descripción y perfil de puestos 173
4.3.3 Asignación de salarios 181
4.4 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL 183

4.4.1 Reclutamiento 183
4.5 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL 184
4.5.1 Solicitud de empleo 184
4.5.2 Entrevista 184
4.5.3 Exámenes 185
4.6 PROCESO DE CONTRATACION 185
4.6.1 Inducción del personal 186
4.7 PROCESO DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL 186
4.7.1 Capacitación 186
4.8 PROGRAMA DE INCENTIVOS 187
4.9 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA 188
4.9.1 Tipo de sociedad 188
4.10 Marco legal de la empresa 190
4.10.1 Certificado de homonimia 190
4.10.2 Escritura pública 190
4.10.3 Registro mercantil 190
4.10.4 Ministerio de industria y comercio 191
4.10.5 Avisos y tableros 191
4.10.6 Uso del suelo. 191
4.10.7 Formulario de registro único tributario (RUT) 191
4.10.8 NIT 192
4.10.9 Cuerpo de bomberos 192
4.10.10 Concepto sanitario o invima 192
5 ANALISIS FINANCIERO 193
5.1 INVERSION: 193

5.2 DEPRECIACION:.....196
5.3 BALANCES INICIALES.....197
5.3.1 Balance inicial sin financiación:.....197
5.3.2 Balance inicial con financiación:.....197
5.4 INVENTARIO:.....200
5.5 AMORTIZACION:.....201
5.6 LEASING:.....201
5.7 PARAMETROS ECONOMICOS:.....204
5.8 PARAMETROS LABORALES:.....204
5.9 CARGOS Y SALARIOS:.....205
5.10 RECAUDOS Y PAGOS:.....205
5.11 CALCULO DE REGISTRO MERCANTIL:.....206
5.12 GASTOS DE ADMINISTRACION:.....206
5.13 GASTOS DE VENTAS:.....206
5.14 MARGEN BRUTO:.....208
5.15 COSTOS UNITARIOS:.....208
5.16 GASTOS EN PESOS:.....215
5.17 NOMINA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA:.....215
5.18 VENTAS Y COSTOS:.....219
5.19 IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO (INC):.....224
5.20 RECAUDOS EN PESOS:.....224
5.21 PAGOS EN PESOS:.....224
5.22 ESTADOS DE RESULTADOS.....226
5.22.1 Estado de resultados sin financiación:.....226
5.22.2 Estado de resultados con financiación:.....226
5.23 FLUJOS DE CAJA.....229

5.23.1 Flujo de Caja sin financiación:.....229
5.23.2 Flujo de Caja con financiación: 229
5.24 BALANCES GENERALES 232
5.24.1 Balance General sin financiación: 232
5.24.2 Balance General con financiación:.....232
5.25 ANALISIS VERTICAL.....235
5.25.1 Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación: 235
5.25.2 Análisis vertical balance general proyectado con financiación:.....238
5.25.3 Análisis Vertical del Estado de Resultados sin financiación:.....241
5.25.4 Análisis vertical estado de resultados con financiación:.....243
5.26 ANALISIS HORIZONTAL 245
5.26.1 Análisis horizontal del balance general proyecta sin financiación: 245
5.26.2 Análisis horizontal del balance general proyecta con financiación:.....247
5.26.3 Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación: 249
5.26.4 Análisis horizontal del estado de resultados con financiación:.....251
5.27 RAZONES FINANCIERAS 253
5.27.1 Razones financieras de los estados financieros sin financiación: 253
5.27.2 Razones financieras de los estados financieros con financiación.....255
5.28 PUNTO DE EQUILIBRIO.....257
5.29 ANALISIS DE SENSIBILIDAD 259
5.29.1 Análisis de sensibilidad del flujo de caja sin financiación: 259
5.29.2 Análisis de sensibilidad del flujo de caja con financiación:.....259
CONCLUSIONES.....261
BIBLIOGRAFIA.....263
ANEXOS.....276

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Fuentes de Recolección de Información 48

Cuadro 2. Descripción del producto.....65

Cuadro 3. Competencia Directa Sweet Line Diabéticos 67

Cuadro 4. Competencia Directa Ananda Taller Dulce 68

Cuadro 5. Competencia Directa Repostería Sugar Free 68

Cuadro 6. Competencia Directa – Don Jacobo, Postres y Ponqués.....69

Cuadro 7. Competencia Indirecta La Casa de la Diabetes Cali 70

Cuadro 8. Competencia Indirecta Dulces Típicos de Colombia.....71

Cuadro 9. Competencia Indirecta Diabevariedades.....71

Cuadro 10. Competencia Almacenes de Cadena – La 14 S.A 72

Cuadro 11. Competencia Almacenes de Cadena – Éxito S.A 73

Cuadro 12. Competencia Almacenes de Cadena – Carulla, Grupo Éxito.....73

Cuadro 13. Competencia Tiendas Naturistas – Artemisa 74

Cuadro 14. Competencia Tiendas Naturistas – Salud Semillas.....75

Cuadro 15. Portafolio de Productos.....93

Cuadro 16. Ficha Técnica Mousse de Fruta 99

Cuadro 17. Ficha Técnica Parfait de Fruta 100

Cuadro 18. Ficha Técnica Bavaroise de Fruta.....101

Cuadro 19. Materiales e Insumos 102

Cuadro 20. Tabla Nutricional Mousse de Fresa – Porción de 200 Gramos 103

Cuadro 21.Tabla Nutricional Mousse de Durazno – Porción de 200 Gramos.....103

Cuadro 22. Tabla Nutricional Mousse de Lulo – Porción de 200 Gramos 103

Cuadro 23. Tabla Nutricional Mousse de Maracuyá – Porción de 200 Gramos ..104

Cuadro 24. Tabla Nutricional Mousse de Mora – Porción de 200 Gramos 104

Cuadro 25. Tabla Nutricional Mousse de Piña – Porción de 200 Gramos 104

Cuadro 26. Tabla Nutricional Parfait de Fresa – Porción de 200 Gramos 105

Cuadro 27. Tabla Nutricional Parfait de Durazno – Porción de 200 Gramos.....105

Cuadro 28. Tabla Nutricional Parfait de lulo – Porción de 200 Gramos.....105

Cuadro 29. Tabla Nutricional Parfait de Maracuyá – Porción de 200 Gramos.....106

Cuadro 30. Tabla Nutricional Parfait de Mora – Porción de 200 Gramos 106

Cuadro 31. Tabla Nutricional Parfait de Piña – Porción de 200 Gramos 106

Cuadro 32. Tabla Nutricional Bavaroise de Fresa – Porción 200 Gramos.....107

Cuadro 33. Tabla Nutricional Bavaroise de Durazno – Porción 200 Gramos 107

Cuadro 34. Tabla Nutricional Bavaroise de Lulo – Porción 200 Gramos 107

Cuadro 35. Tabla Nutricional Bavaroise de Maracuyá – Porción 200 Gramos 108

Cuadro 36. Tabla Nutricional Bavaroise de Mora – Porción 200 Gramos.....108

Cuadro 37. Nutricional Bavaroise de Piña – Porción 200 Gramos.....108

Cuadro 38. Herramientas y Maquinaria 110

Cuadro 39 Diagrama de Operaciones – Elaboración de mousse de fruta 112

Cuadro 40. Diagrama de Operaciones – Elaboración de parfait de fruta.....114

Cuadro 41. Diagrama de Operaciones – Elaboración de bavaroise de fruta.....116

Cuadro 42. Selección de la Tecnología Maquinaria y Equipo.....123

Cuadro 43. Selección de la Tecnología Muebles y enseres 125

Cuadro 44. Costo de la Tecnología Maquinaria y Equipo.....126

Cuadro 45. Costo de la Tecnología Muebles y Enseres.....128

Cuadro 46. Selección de Equipo y Fichas Técnicas Maquinaria y Equipo 130

Cuadro 47. Selección de Equipo y Fichas técnicas muebles y enseres 133

Cuadro 48. Total Materia Prima Requerida 135

Cuadro 49. Materiales Productivos – Mousse de Fruta, Porción 200 gramos 137

Cuadro 50. Materiales Productivos – Parfait de Fruta, Porción 200 gramos 138

Cuadro 51. Materiales Productivos – Bavaroise de Fruta, Porción 200 gramos..138

Cuadro 52. Materiales Improductivos 139

Cuadro 53.Otros Materiales e Insumos Requeridos por Producción.....140

Cuadro 54.Materiales e Insumos Requeridos por la Parte Administrativa ...140

Cuadro 55. Adecuaciones.....153

Cuadro 56. Inversión en pesos 159

Cuadro 57. Matriz DOFA 167

Cuadro 58. Descripción de puesto – Gerente General 173

Cuadro 59. Perfil del puesto – Gerente General.....174

Cuadro 60. Autoridad y responsabilidad del puesto – Gerente General 175

Cuadro 61. Descripción de puesto – Gerente de Alimentos y Bebidas.....175

Cuadro 62. Perfil del puesto – Gerente de Alimentos y Bebidas 176

Cuadro 63. Autoridad y responsabilidad del puesto – Gerente de Alimentos y Bebidas.....177

Cuadro 64. Descripción de puesto – Técnico en Cocina o Repostería.....177

Cuadro 65. Perfil del puesto – Técnico en cocina o Repostería 178

Cuadro 66. Autoridad y responsabilidad del puesto – Técnico en cocina o Repostería 179

Cuadro 67. Descripción de puesto – Capitán de Servicio.....179

Cuadro 68. Perfil del puesto – Capitán de Servicio.....180

Cuadro 69. Autoridad y responsabilidad del puesto – Capitán de Servicio.....181

Cuadro 70. Asignación de salarios Gerente General y Gerente de Alimentos y Bebidas.....182

Cuadro 71. Asignación de salarios Técnico en Cocina o Repostería y Capitán de Servicio.....182

Cuadro 72. Sociedades por Acciones Simplificadas -S.A.S. 188

Cuadro 73. Inversión inicial.....194

Cuadro 74. Depreciación de activos 197

Cuadro 75. Balance inicial con financiación.....198

Cuadro 76. Balance inicial con financiación.....199

Cuadro 77. Inventario 200

Cuadro 78. Amortización 202
Cuadro 79. Leasing.....203
Cuadro 80. Parámetros económicos.....204
Cuadro 81. Parámetros laborales 204
Cuadro 82. Cargos y salarios 205
Cuadro 83. Recaudos.....205
Cuadro 84. Pagos.....205
Cuadro 85. Calculo registro mercantil.....206
Cuadro 86. Gastos de administración y gastos de ventas 207
Cuadro 87. Margen bruto de los productos.....208
Cuadro 88. Costos unitarios del mousse 209
Cuadro 89. Costos unitarios del parfait.....211
Cuadro 90.Costos unitarios del bavaroise 213
Cuadro 91. Gastos en pesos 216
Cuadro 92. Nomina Administrativa 217
Cuadro 93. Nomina Operativa 218
Cuadro 94. Ventas y Costos.....220
Cuadro 95. Impuesto Nacional de Consumo 225
Cuadro 96. Recaudos en pesos.....225
Cuadro 97. Pagos en pesos 225

Cuadro 98. Estado de resultados sin financiación 227

Cuadro 99. Estado de resultados con financiación 228

Cuadro 100. Flujo de Caja sin financiación.....230

Cuadro 101. Flujo de Caja con financiación 231

Cuadro 102. Balance General sin financiación 233

Cuadro 103. Balance General con financiación.....234

Cuadro 104. Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación ...237

Cuadro 105. Análisis vertical del balance general proyectado con financiación ..240

Cuadro 106. Análisis Vertical del Estado de Resultados sin financiación.....242

Cuadro 107. Análisis vertical estado de resultados con financiación.....244

Cuadro 108. Análisis horizontal del balance general proyecta sin financiación ...246

Cuadro 109. Análisis horizontal del balance general proyecta con financiación ..248

Cuadro 110. Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación 250

Cuadro 111. Análisis horizontal del estado de resultados con financiación.....252

Cuadro 112. Razones financieras de los estados financieros sin financiación 255

Cuadro 113. Razones financieras de los estados financieros con financiación ...257

Cuadro 114. Punto de equilibrio Estado de Resultados con y sin financiación....258

Cuadro 115. Margen de contribución.....258

Cuadro 116. Análisis de sensibilidad del flujo de caja sin financiación 259

Cuadro 117. Análisis de sensibilidad del flujo de caja con financiación.....260

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Subsectores más Dinámicos año 2012 52

Grafica 2. Subsectores más Dinámicos año 2013 53

Grafica 3. Subsectores más Dinámicos año 2014 54

Grafica 4. Pregunta 1 de la encuesta: Consumo de postres en el pasado 81

Grafica 5. Pregunta 2 de la encuesta: Frecuencia de consumo de postres 82

Grafica 6. Pregunta 3 de la encuesta: Promedio de precios de postres consumidos 83

Grafica 7. Pregunta 4 de la encuesta: Disposición para consumir un tipo de postre 83

Grafica 8. Pregunta 5 de la encuesta: Frecuencia de compra 84

Grafica 9. Pregunta 6 de la encuesta: Preferencias de sabor del Mousse 85

Grafica 10. Pregunta 7 de la encuesta: Preferencia de fruta en el Parfait 85

Grafica 11. Pregunta 8 de la encuesta: Preferencia de sabor del Bavaroise 86

Grafica 12. Pregunta 9 de la encuesta: Precio aproximado dispuesto a pagar por un mousse 87

Grafica 13. Pregunta 10 de la encuesta: Precio aproximado dispuesto a pagar por un parfait 87

Grafica 14. Pregunta 11 de la encuesta: Precio aproximado dispuesto a pagar por un bavaroise 88

Grafica 15. Pregunta 12 de la encuesta: Preferencia del lugar de compra de postres 89

Grafica 16. Pregunta 13 de la encuesta: Bienes o productos deseados para acompañar el postre 89

Grafica 17. Pregunta 14 de la encuesta: Otros servicios deseados en el local 90

Grafica 18. Pregunta 15 de la encuesta: Medios de comunicación para la publicidad de la empresa 91

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de Flujo de Producción de Mousse de Fruta.....119

Figura 2.Diagrama de Flujo de Producción de Parfait de Fruta.....120

Figura 3.Diagrama de Flujo de Producción de Bavaroise de Fruta.....121

Figura 4.Diagrama del Proceso de Venta.....122

Figura 5. Organigrama.....170

Figura 6. Mapa de Procesos.....171

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Ubicación geográfica– Santiago de Cali, zona urbana y rural.....142

Imagen 2. Mapa de Santiago de Cali – ubicación comuna 17 143

Imagen 3. Mapa comuna 17 – ubicación local.....143

Imagen 4. Ubicación Geográfica de la Empresa – Fotografía Satelital.....144

Imagen 5. Ubicación Geográfica de la Empresa – Mapa de Calles.....144

Imagen 6. Cobertura Estaciones de Bomberos 149

Imagen 7. Zonas de Recolección de Basuras – Promoambiental Cali 151

Imagen 8. Plano de Dulce Pecado – ubicación por áreas 154

Imagen 9. Plano Dulce Pecado – ubicación maquinaria y equipo 155

Imagen 10. Plano de Dulce Pecado en Tercera Dimensión.....156

Imagen 11. Plano de Dulce Pecado en Tercera Dimensión 2.....157

Imagen 12.Logo de la empresa.....160

Imagen 13. Mapa Estratégico 169

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Carta de radicación de información a la Secretaria de Salud 276

Anexo 2. Carta respuesta de la Secretaria de Salud 277

Anexo 3. Datos respuesta solicitud de información 1 278

Anexo 4. Datos respuesta solicitud de información 2 278

Anexo 5. Datos respuesta solicitud de información 3 279

RESUMEN

El aumento significativo de casos de diabetes en el mundo también se hace visible en Santiago de Cali, actualmente las personas que padecen diabetes deben realizar cambios de dieta estrictos que traen como consecuencia la eliminación de los postres definitivamente de sus vidas.

El presente trabajo busca evaluar la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos en la ciudad de Santiago de Cali puesto que actualmente existen muy pocas empresas dedicadas a este sector de la población caleña.

El desarrollo del estudio inicia con la contextualización del problema de investigación donde se plantea la necesidad de crear una empresa dedicada a la producción de este tipo de alimentos para diabéticos. Después se realiza el estudio de mercado donde se pretende conocer la posición de los consumidores frente a la idea de negocio y crear las estrategias que hagan la empresa rentable. Luego, a través del estudio técnico se define el montaje de la planta de producción y comercialización de los productos y se determina el tamaño del proyecto, posteriormente se realiza un estudio organizacional y legal donde se precisa las necesidades de personal y todo lo referente a las leyes y normas que se deben cumplir, finalmente se realiza el estudio financiero donde se evalúa la viabilidad financiera y se analiza la empresa en términos de rentabilidad.

***Palabras Claves*:** Diabetes, Mousse, Parfait, Bavaroise, Postre

ABSTRACT

The significant increase in cases of diabetes in the world also becomes visible in Santiago de Cali, currently people with diabetes must make strict changes in diet that result in the elimination of desserts definitely their lives.

This paper evaluate the viability of creating a producer and marketer company of mousse, parfait and bavaroise for diabetics in Santiago de Cali city's inasmuch there are currently very few companies engaged in this sector of the Santiago de Cali population's.

The development of the study begins with the contextualization of the research problem where the need to create a company dedicated to the production of these foods for diabetics arises. After market research which aims to know the position of consumers against business idea and create strategies to make the company profitable is performed. Then through the technical study assembly plant production and marketing of products is defined and the project size is determined, then an organizational and legal study where staffing needs required and everything related to the law is done and standards that must be met finally the financial study which evaluates the financial viability and the company is analyzed in terms of profitability is performed.

Keywords: Diabetes, Mousse, Parfait, Bavaroise, Dessert

INTRODUCCIÓN

La diabetes es una enfermedad crónica que se produce por un nivel elevado de azúcar en la sangre y radica en la falta de capacidad del páncreas de producir insulina suficiente para contrarrestar dichos niveles, causando con el paso del tiempo el deterioro de los tejidos del cuerpo lo cual puede llegar a causar graves complicaciones en las personas que la padecen. Actualmente la diabetes es la enfermedad crónica que presenta el mayor número de casos a nivel mundial afectando a personas de todas las edades.

Esta enfermedad obliga a las personas que la padecen a hacer cambios radicales en sus hábitos alimenticios, a introducirse en una dieta estricta con restricciones en platos que contengan grandes cantidades de harinas y evitar el consumo postres debido a su alto contenido de azúcar.

Debido a esta problemática y la creciente necesidad de alimentación de este tipo de personas, han salido al mercado diferentes tipos de alimentos ya sean alimentos integrales o productos de panadería y hasta repostería apropiados para su consumo, sin embargo estos productos en especial los de repostería, no alcanzan a cubrir ciertas necesidades lo que hace que este segmento se encuentre aun insatisfecho.

Teniendo en cuenta lo anterior, lo que se busca con la realización de este estudio de factibilidad es la creación de una empresa capaz de suplir algunas de las necesidades alimenticias de este segmento de la población mediante la producción de tres tipos de postres de diferentes sabores endulzados especialmente para diabéticos.

La realización de este estudio de factibilidad se hará por medio de 5 capítulos en los cuales se desarrollan cada uno de los puntos necesarios para la creación de una empresa. En el primer capítulo se lleva a cabo la contextualización del problema de investigación en el que se plantearan los objetivos del estudio, la

justificación del proyecto, las teorías y lineamientos a seguir y la metodología empleada para recolectar la información necesaria para el desarrollo del mismo.

Posteriormente en el capítulo dos, se desarrollara un estudio de mercado en el cual se definirá el sector económico al cual pertenece la empresa, se realizara el análisis respectivo y la descripción del estado del mismo en segundo lugar dentro del análisis de mercado se realizara el análisis de la oferta y la demanda del producto, seguido de una descripción de tallada de la competencia para luego realizar las encuestas y por último las estrategias de mercadeo.

En el capítulo tres del estudio se realizara la descripción y el coste del total de la maquinaria y equipo requerida para poder llevar a cabo el desarrollo del proyecto, por otro lado se hará un análisis del sector interno y externo de la empresa, para luego desarrollar las descripción de las características físicas y de infraestructura de la organización y el total de la inversión correspondiente al equipamiento de la misma.

Luego de haber realizado los anteriores análisis y descripciones se prosigue con el capítulo cuatro en el que se hace un análisis de la estructura organizacional de empresa en la cual se detallan la misión, visión, políticas, filosofía, entre otras, se define también la estructura funcional y jerárquica de la empresa y por último el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal a la empresa.

Finalmente en el capítulo cinco se realiza un análisis financiero en el que se determina la viabilidad y la factibilidad económica del proyecto.

1 CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 IDENTIFICACION DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos en la comuna 17 de Santiago de Cali.

1.2 LINEA DE INVESTIGACION

Emprendimiento

Categoría: formulación y evaluación de estudio de viabilidad

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La diabetes es una enfermedad crónica que ha afectado a los seres humanos desde hace cientos de años, esta se presenta cuando el páncreas no produce suficiente insulina o el cuerpo no la utiliza de manera correcta. La Diabetes proviene del Griego “pasar a través de” y la palabra Latina mellittus que significa “enmelado o dulce” lo que se traducía en tiempos anteriores como el mal del azúcar (Mandal, 2015)

A través del tiempo el número de habitantes que padecen Diabetes se ha incrementado considerablemente afectando no solo a adultos, sino también a jóvenes y niños. Según cifras de la Organización Mundial de la Salud en el 2014 se registraron más de 347 millones de personas con diabetes a nivel mundial y “se calcula que en 2012 fallecieron 1,5 millones de personas como consecuencia del exceso de azúcar en la sangre en ayunas” (párr. 1).

La federación internacional de la diabetes con base en estudios realizados a nivel mundial en el 2013 pudo proyectar una tendencia creciente de diabetes tipo 1 también conocida como insulino-dependiente o diabetes mellitus 1 en jóvenes y diabetes tipo 2 o no insulino-dependiente, también conocida como diabetes

mellitus 2 en adultos mayores; se estima que la cifra alcanzará los 592 millones de personas.

Los cálculos más recientes de la FID indican que el 8,3% de los adultos a nivel mundial equivalentes a 382 millones de personas padecen de la enfermedad y se distribuyen por regiones de la siguiente manera: América del Norte y el Caribe con 37 millones de diabéticos, América Central y América del Sur con 24 millones, Oriente Medio y Norte de África con 35 millones, África con 20 millones, Europa con 56 millones de diabéticos, el Sudeste Asiático con 72 millones y por último el Pacifico Occidental con 138 millones de diabéticos.

El continente Suramericano y América central están constituidos por veinte países (20) y poseen un total de 500 millones de habitantes; según datos de la FID el 14% de los habitantes son adultos mayores de 50 años, con tendencia a incremento del 25% de habitantes de esa edad para el año 2035, las personas pertenecientes a este rango de edad son mucho más propensas a padecer de diabetes tipo 2 y a medida que el porcentaje de habitantes de esta edad aumente, la diabetes se convertirá en un problema mayor.

En América central; Puerto Rico tiene un alto número de diabéticos correspondientes a un 13% de la población adulta total, el segundo lugar es ocupado por Nicaragua con 12,4%, República Dominicana con 11,3% se encuentra en tercera posición y Guatemala con 10,9% es el cuarto.

Por otro lado, los países latinos con mayor número de diabéticos son Brasil con 11,9 millones de diabéticos, seguido de Colombia con 2,1 millones, Argentina ocupa el tercer lugar con 1,6 millones y Chile con 1,3 millones de diabéticos se encuentra en el cuarto puesto.[a]

El Valle del Cauca ocupa el tercer lugar entre los departamentos con mayor número de casos registrados de esta enfermedad. Según un artículo publicado por

[a] Los datos de la sección inicial del planteamiento del problema fueron extraídos de la Federación Internacional de la Diabetes [FID] de 2013, para más información consultar las referencias.

el periódico El País en el año 2013 acerca de estudios realizados por el Observatorio de Diabetes de Colombia en el 2012, se estima que el 4,2% de la población se encuentra enferma, esto quiere decir que al menos 112.806 personas entre los 20 y 60 años padecen de diabetes; de esas 112.806 personas diabéticas el 75.6% equivalentes a 85.356 pacientes padece diabetes tipo 2 o diabetes del adulto y el 24.4% (27.450 personas) padecen diabetes tipo 1 o insulinodependiente.

Según la Secretaria de Salud de Cali (2011), aproximadamente 39.036 ciudadanos padecen de diabetes, los cuales equivalen al 1.72% de la población. Sin embargo para el año 2014 a nivel municipal solo se registraron 3.632 diabéticos en EPS públicas y privadas (M. S. López, comunicación personal 15 de abril, 2015).

A pesar de los avances científicos que facilitan el tratamiento de la diabetes, se crean necesidades que no pueden ser satisfechas, un ejemplo de esto son los postres cuyos ingredientes los hacen poco apropiados para el consumo de las personas que padecen esta enfermedad.

El mercado de dulces es una industria atractiva para posibles inversiones debido a la gran cantidad de público que consume este tipo de productos alimenticos, no solo en ocasiones especiales sino como una merienda durante el día o la noche, ya que en la ciudad las personas consumen postres y dulces por tradición.

Existe un sector de la sociedad que por padecer enfermedades como la diabetes deben someterse a dietas estrictas y eliminar este tipo de deliciosos productos por su alto contenido de azucares que atenta contra su salud. Este tipo de alimentos son rezagados puesto que muy pocas empresas dedican todo su tiempo y producción de este tipo de productos.

En el mercado existen algunas opciones de empresas donde se pueden encontrar productos para diabéticos; en primera instancia la empresa Sin Azúcar Repostería

y Confitería Dietética con sede principal en la ciudad de Medellín, produce alimentos avalados por la Asociación Colombiana de Diabetes que son actualmente distribuidos en la ciudad de Santiago de Cali por tres (3) empresas aliadas: La Casa de la Diabetes Cali, Dulces típicos de Colombia y Diabevariedades.

En la ciudad de Santiago de Cali las empresas dedicadas a la repostería para diabéticos son Sweet Line diabéticos Cali, Ananda Taller dulce, Diabéticos Sugar FREE y Don Jacobo Postres y Ponqués, las cuales producen postres y alimentos integrales para este segmento de la población.

También algunos almacenes de cadena como La 14 S.A, Grupo éxito y Carulla tienen a la venta productos dietéticos especiales para las personas diabéticas como son galletas, mermeladas, caramelos, mezclas para tortas, pudines, gelatinas, entre otros.

En este mercado también se encuentran las tiendas naturistas que venden productos como batidos nutricionales sin azúcar; entre las tiendas más reconocidas se encuentran Artemisa y Salud Semilla's en las cuales se pueden encontrar productos como batidos con minerales y vitaminas sin azúcar, galletas, panes, jugos, grano tostado, granola, entre otros.

1.3.1 Formulación del problema

¿Cuál es la viabilidad y la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos en la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.2 Sistematización del problema

- ¿Cuál es la oferta y la demanda de los mousse, parfait y bavaroise para diabéticos en el mercado?

- ¿Cuáles son las características del macrolocalización y microlocalización entorno de la organización dentro de la ciudad de Santiago de Cali?
- ¿Cuál es la infraestructura y los elementos e insumos que se requieren para elaborar y comercializar mousse, parfait y bavaroise para diabéticos?
- ¿Cuáles son las características organizacionales que permiten la creación y el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos?
- ¿Cuál será la inversión total y la rentabilidad del proyecto a corto mediano y largo plazo?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad y la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de mousse, parfait y bavaroise diabéticos en la ciudad de Santiago de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la oferta y la demanda de los mousses parfaits y bavaroise.
- Determinar las características del macrolocalización y Microlocalización entorno de la organización.
- Definir la infraestructura y los elementos e insumos que se requieren para elaborar y comercializar de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos.
- Definir las características organizacionales y los aspectos legales que permiten la creación y el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos.
- Identificar la inversión total del proyecto mediante un estudio financiero que permita obtener recursos a corto, mediano y largo plazo que determinen la rentabilidad del mismo.

1.5 JUSTIFICACION

La idea de negocio se desarrolló debido a la necesidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de los ocho semestres de la carrera de administración de empresas, en la cual se indagan y estudian problemáticas sociales y económicas, se analizan mercados empresariales y el cubrimiento de necesidades de la población mediante la creación de nuevos productos, como lo es la situación de las personas diabéticas en la ciudad de Santiago de Cali. El propósito de este proyecto es construir una idea de negocio que permita culminar los estudios de Administración de Empresas y ayudar a satisfacer una de las necesidades alimenticias de las personas diabéticas como lo es el consumo de postres elaborados con ingredientes bajos en grasas, sin sacarosa y bajos en fructuosa de manera que estos no afecten su salud.

Según los estudios realizados por el Observatorio de Diabetes de Colombia publicados en el periódico El País (2013), en el año 2012 se registró que el 4,2% de la población es diabética, esto quiere decir que al menos 112.806 personas entre los 20 y 60 años padecen esta enfermedad; por otro lado a nivel municipal según datos de la Secretaria de Salud de Cali (2011) 39.036 ciudadanos padecen de diabetes, los cuales equivalen al 1.72% de la población total. Sin embargo, en el año 2014 solo se registró un total de 3.632 diabéticos en instituciones de salud, de los cuales 3.450 pertenecen a EPS privadas y 182 a EPS públicas (M.S.Lopez, comunicación personal, 15 de abril, 2015). Debido a esto se vio la necesidad de crear una empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para personas diabéticas en la ciudad de Santiago de Cali.

La idea de negocio está dividida en cuatro capítulos: mercadeo, técnico operativo, organizacional - legal y el financiero en los cuales se desarrollan cada uno de los objetivos planteados, por lo tanto se requiere la aplicación de técnicas de análisis y recolección de información y las respectivas teorías necesarias para el correcto desarrollo del proyecto.

1.5.1 Referente Conceptual

Bavaroise: Postre frio a base de yemas de huevo, leche, fécula de maíz y pulpa de fruta; de consistencia cremosa.

CIIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Su objetivo es agrupar todas las actividades económicas similares por categoría.

Competencia: Hace referencia a las empresas productoras y/o comercializadoras de productos de repostería y demás productos especializados para personas diabéticas.

Competencia directa: Todas las empresas productoras y/o comercializadoras de postres fríos para personas diabéticas de misma categoría de los postres de Dulce Pecado.

Competencia indirecta: Hace referencia a las empresas productoras y/o comercializadoras de postres para personas diabéticas diferentes a los producidos por la empresa Dulce Pecado.

Demanda: Es la cantidad de productos que están dispuestos a consumir los clientes potenciales a un determinado precio y en un periodo determinado de tiempo.

Diabetes tipo I: También llamada insulino-dependiente, es una enfermedad crónica caracterizada por la ausencia de insulina en la que existe un alto nivel de azúcar en la sangre y debe ser controlada mediante la aplicación de insulina diariamente.

Diabetes tipo II: También llamada no insulino-dependiente, es una enfermedad crónica causada por la incapacidad del cuerpo de procesar la insulina. Esta enfermedad es causada comúnmente por el sedentarismo y el sobrepeso.

Endulzante: Conocidos también como edulcorantes, son sustancias sustitutas del azúcar de caña o sacarosa. Existen diferentes tipos de endulzante como: la stevia,

acesulfame-k, aspartame, sucralosa, entre otros. Para el desarrollo de este proyecto se empleará la sucralosa que es una sustancia derivada de la sacarosa más cloro**.**

Entornos: Conjunto de características, tendencias, situaciones, y recursos que pueden afectar potencialmente una organización. En el desarrollo del proyecto se hablara de entorno económico, político-legal, tecnológico de investigación y desarrollo, socio-cultural y demográfico.

Estudio de Factibilidad: Es un estudio en el que se describen y evalúanlas diferentes etapas para la creación de un negocio para determinar si éste es factible o cuenta con los recursos necesarios para operar en el mercado.

Estudio de Viabilidad: Es un estudio que permite determinar la probabilidad de llevar a cabo un proyecto con éxito.

Ficha técnica: Documento en el cual se especifican todas las características de la maquinaria y equipo, muebles y enseres y los productos a vender dentro de la empresa.

Ingeniería del proyecto: Apartado donde se describen todos los procesos relacionados con el funcionamiento de la planta, distribución y estructura de la misma y la selección de la maquinaria y equipo adecuados para operar.

Localización del proyecto: En este apartado se definen las características del macro y microentorno del proyecto. Entiéndase por macroentorno todo lo relacionado con las fuentes externas a la empresa, es decir, fuentes de materias primas, la selección de la mano de obra requerida, la ubicación del mercado de consumo, entre otros. Por otro lado el microentorno hace referencia a las fuentes que tienen relación directa con la empresa; en él se ubican la localización de la planta, los servicios y la cercanía al mercado consumidor.

Mapa estratégico: Mapa que muestra las relaciones existentes entre los diferentes niveles de estrategias que permiten lograr el crecimiento y un buen posicionamiento de la empresa basado en el cumplimiento de la misión y la visión.

Material productivo: Todos aquellos materiales con los cuales se elabora el postre.

Material improductivo: Todos aquellos materiales que intervienen de manera directa en el proceso productivo pero no hacen parte del producto final.

Mousse: Postre a base de claras de huevo, gelatina sin sabor, pulpa de fruta y crema de leche de consistencia suave y esponjosa.

Muestra: Conjunto específico de personas tomado de una población total a las cuales se les realiza un estudio o cuestionario que permita la toma de decisiones acerca de un producto o servicio.

Oferta: Hace referencia a la cantidad de productos o servicios que se ofrecen en un mercado de consumo.

Parfait: Postre frio en capas a base de fruta picada, yogurt, crema de leche, crema chantilly y frutos secos de texturas cremosas y crocantes.

Sector: Cuando se habla de sector se hace referencia al sector económico al que pertenece la empresa Dulce Pecado.

Tabla nutricional: Documento en el cual se especifican las propiedades químicas de un producto; en él se detallan las vitaminas y minerales que pasee cada producto.

1.5.2 Referente teórico

El autor Baca Urbina (2001) define un proyecto de inversión como un plan que con los recursos e insumos necesarios puede producir un bien o servicio capaz de satisfacer necesidades del ser humano. Todo proyecto de inversión o estudio de

factibilidad requiere de una serie de etapas en las que se definen y describen cada uno recursos necesarios para que dicho proyecto o estudio se lleve a cabo de manera exitosa el del estudio de factibilidad para la creación de Dulce Pecado consta de cuatro capítulos mencionados anteriormente, los cuales para su correcto desarrollo requieren de una serie de lineamientos y teorías administrativas que se explicaran a continuación.

Baca Urbina (2001) en su libro Formulación y Evaluación de proyectos afirma que la primera parte de un estudio de factibilidad está conformada por la presentación del proyecto con sus objetivos y limitaciones, el cual debe contener en primer lugar una introducción donde se describa de una forma breve la reseña histórica del producto o servicio a ofrecer y los factores que influyen notoriamente en su consumo, en segundo lugar debe contener un marco de referencia en el que se plantee el problema de investigación y las personas que se beneficiaran con el proyecto a desarrollar y por ultimo deben especificarse los objetivos del estudio y del proyecto los cuales deberán incluir la identificación del mercado objetivo, la capacidad tecnológica para producir y la viabilidad económica del mismo.

Para el desarrollo del capítulo 1 en la idea de negocio se utilizó el modelo de metodología de la investigación de Carlos Eduardo Méndez y Carlos Baca Urbina, donde se exponen los lineamientos básicos para la formulación inicial de un estudio de factibilidad, el planteamiento del problema de investigación, la formulación del problema y aspectos relacionados con los objetivos y justificación de la idea de negocio como proyecto de investigación.

El capítulo 2 el estudio de factibilidad hace referencia al estudio de mercado el cual “consta básicamente de la determinación de la demanda y oferta, el estudio de los precios y el análisis de la comercialización” (Baca, 2001, p. 7). Dentro de este capítulo se utilizan teorías como la Teoría de Sistemas (TGS) de Ludwig von Bertalanffy, la Teoría de las 5 Fuerzas de Michael Porter y la Teoría de las 4 P de Kotler.

- **TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS (TGS)**

Ludwig von Bertalanffy afirma que las organizaciones son sistemas abiertos, en los cuales se ingieren o introducen materiales, energía e información de medio, que se procesa y transforma en productos y servicios por medio de entradas y salidas (Chiavenato, 1989).

Esta teoría analiza la organización como un sistema abierto que interactúa con el entorno social económico, político y cultural, los clientes, la competencia, los proveedores y entidades reguladoras convirtiéndoles en fuentes de información para la toma de decisiones y el desarrollo de las diferentes actividades dentro de la misma.

Dentro del estudio de factibilidad se utiliza ésta teoría para comprender de qué manera la organización interactúa con sus posibles proveedores, cuáles y cuando deben adquirirse los insumos, cual es el proceso de transformación de las materias primas entrantes y la manera de utilizar la información recolectada en el medio externo donde se desempeña la empresa, además de la forma de relación e intercambio con las personas diabéticas que serán futuros clientes.

- **LAS 5 FUERZAS DE PORTER**

Según Michael Porter y su modelo de estrategia competitiva existen 5 fuerzas que impulsan la competencia en la industria que son los la amenaza de participantes potenciales o nuevas empresas, el poder de negociación de los compradores, amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores y finalmente la rivalidad entre los competidores actuales (2006).

El análisis de estas 5 fuerzas dentro del estudio de factibilidad se utiliza para definir y conocer a cada uno de los involucrados dentro de la dinámica del mercado, permitirá tener una visión general de los cambios y características y así mismo crear las estrategias que se adapten al mismo, definir puntos clave de diferenciación frente a otras empresas en cuanto a los productos y servicios que

presta la productora y comercializadora de postres para diabéticos y para finalmente impulsar la organización al éxito.

- **LAS 4 P's**

Dentro del marketing se utiliza un concepto globalizado de cuatro elementos que permiten analizar y direccionar la estrategia de una empresa, para esto se emplean las llamadas 4 P's: producto, precio, plaza y promoción (Kotler, Armstrong, 2012) que divulgó y popularizó Philip Kotler en su libro Marketing.

Para la elaboración del estudio de factibilidad se analizan los cuatro elementos del marketing, permitiendo de esa manera conocer las necesidades de los consumidores que deben ser satisfechas con los productos y servicios que ofrece la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos, para esto se realiza el análisis que define el diseño, las características y atributos diferenciadores del producto y servicio que se ofrece, la fijación del precio del mismo, la manera de comercializar el producto mediante un servicio de atención personalizada y la forma de promocionar la empresa para llegar al cliente.

El capítulo 3 corresponde al capítulo técnico del proyecto y maneja en su totalidad la parte técnico-operativa del estudio de factibilidad, en ella se realizan los análisis de las necesidades de maquinaria, equipo y suministros para el correcto y eficiente funcionamiento de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos. Para desarrollar este capítulo se utilizan las siguientes teorías:

- **TEORIA SITUACIONAL - ENFOQUE TECNOLÓGICO**

Luego de investigaciones realizadas por Chandler, Burns y Stalker, Lawrence y Lorsch y de Woodward se llegó a la conclusión de que las características organizacionales de una empresa dependen de dos variables importantes: el ambiente externo de la empresa y la tecnología que se utiliza (Chiavenato, 2006).

Con respecto a la tecnología, según Joan Woodward las empresas se clasifican en tres grupos: producción unitaria o taller, producción en masa o mecanizada y producción en proceso o automatizada (Chiavenato, 2006), la empresa se encuentra en la primera clasificación; producción unitaria o taller en donde la producción se enfoca en hacer unidades o pequeñas cantidades de producto, los trabajadores utilizan instrumentos y herramientas dentro del proceso de fabricación y el proceso es menos automatizado.

Ahora bien, según Thompson y Bates existen dos tipos de tecnología; la tecnología fija y la tecnología flexible, y dos tipos de productos: concretos y abstractos (Chiavenato, 2006), la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos posee según esta clasificación tecnología flexible y producto concreto puesto que con la maquinaria y equipo que ha identificado la empresa para su correcto funcionamiento se pueden realizar productos diferentes a los ofrecidos por la empresa y se tiene un producto concreto ya que estos pueden ser descritos con precisión, identificando características físicas y químicas.

Para el desarrollo el capítulo 4 o capitulo administrativo y legal que maneja los temas organizacionales y legales de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise se utilizan las siguientes teorías:

- **PROCESO ADMINISTRATIVO**

En este proceso creado por Henry Fayol se define la administración en cuatro funciones específicas que son aceptadas por todos los estudiosos de las ciencias administrativas y empresariales; la planeación, la organización, la dirección y el control (Stoner, Freeman & Gilbert, 1996).

En el estudio de factibilidad mediante las cuatro funciones del proceso administrativo se define la forma de realizar cada proceso dentro de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos, debido a que

cada proceso se encuentra sistematizado, planeado, organizado y controlado se mantiene la eficiencia y la eficacia dentro de la organización puesto que cada colaborador o cliente interno tiene una meta clara que aporta al cumplimiento de la misión y al alcance de la visión.

- **TEORIA CLASICA DE LA ORGANIZACIÓN**

Henry Fayol es considerado el fundador de la escuela de la teoría clásica de la organización, se interesaba principalmente por la organización en su totalidad enfocada hacia la administración. Dentro de sus premisas más importantes se encuentran Los 14 Principios de la Administración de Fayol (Stoner et al., 1996).

Para plantear cada aspecto de la organización interna de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise fue necesario conocer y analizar cada principio trazado por Fayol, con ellos se definen aspectos importantes como la división del trabajo y la especialización de las personas, principios de autoridad, disciplina y subordinación, la jerarquía de la organización y las unidades de mando, la estabilidad laboral, la iniciativa y el espíritu de grupo; todo esto con el propósito de administrar eficientemente la organización y generar un ambiente adecuado para el desarrollo de las actividades.

- **TEORIA DE LAS NECESIDADESDE MASLOW**

Esta teoría elaborada por Abraham Maslow se centra “en aquello que requieren las personas para llevar vidas gratificante” (Stoner et al., 1996, p. 490) y cómo el trabajo aporta al cubrimiento y la satisfacción de dichas necesidades.

Dentro del estudio de factibilidad se analizan cada una de las necesidades que pueden ser resueltas dentro de la organización como lo son las necesidades fisiológicas que pueden ser cubiertas mediante el pago de un salario justo definido según el cargo y las actividades que realiza el trabajador dentro de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos, las necesidades de seguridad laboral que son resueltas dentro de la empresa por medio de la firma

de un contrato que define su estabilidad laboral, las necesidades de pertenencia junto con las necesidades de estima se resuelven cuando el trabajador entra a formar parte de un grupo de trabajo definido dentro de los procesos administrativos y el organigrama de la organización y finalmente el trabajador alcanza la autorrealización cuando se siente pleno desempeñando sus labores.

- **REQUERIMIENTOS DE PERSONAL**

George Bohlander plantea que se deben recolectar datos para realizar el análisis de puestos, estos datos permiten especificar los deberes, tareas o actividades, habilidades, conocimientos o exigencias físicas que cada puesto necesita para ser efectivo dentro de la organización (Bohlander, Sherman & Snell, 2001).

Por otro lado Michael G. Aamodt (2010) puntualiza como se debe escribir una buena descripción del puesto; esta debe contener el título del puesto, un breve resumen, las actividades o responsabilidades, el contexto del puesto, las competencias del puesto e información general.

Cuando se tiene finalmente un análisis del cargo se inicia con la elaboración de los planes de contratación: el reclutamiento de personal, la selección de candidatos mediante la solicitud de empleo, la entrevista y las pruebas psicotécnicas, los exámenes médicos, la inducción y la capacitación.

El análisis financiero permite descubrir las necesidades de capital que la empresa requiere para el funcionamiento y desarrollo de las actividades de producción y comercialización de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos. El capítulo 5 del estudio de factibilidad se realizara teniendo en cuenta las guías de autores como Rodrigo Varela y su libro Innovación empresarial, Sapag y Sapag con Proyectos de inversión y Héctor Ortiz Anaya y su libro Análisis financiero aplicado.

1.5.3 Referente legal

Para el desarrollo de la idea de negocio se tendrá como base las normas y parámetros descritos a continuación:

- **CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA 1991**

TITULO 2 DE LOS DERECHOS, LAS GARANTIAS Y DEBERES, Capitulo 1 De los Derechos Fundamentales, Art. 26 establece que las personas son libres de escoger su profesión u oficio. Además, las autoridades competentes vigilarán el ejercicio de las profesiones.

TITULO 12 DEL REGIMEN ECONOMICO Y DE LA HACIENDA PUBLICA, Capitulo 1 de las disposiciones generales, Art. 333 establece que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común y sitúa a la empresa como base del desarrollo, por lo tanto el estado debe fortalecer y estimular el progreso empresarial.

- **CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO**

El Código Sustantivo de Trabajo es un documento que contiene la reglamentación en materia laboral que rigen a las empresas nacionales y las relaciones de entre empleado y empleador. Se encarga de regular las relaciones contractuales de carácter particular, y las de carácter colectivo en los diferentes tipos de empleo.

- **LEY MIPYME**

La ley 590 de 2000 o Ley MIPYMES por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (modificada en la ley 905 de 2004). Estimula la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

- **LEY 1014 DE 2006**

La ley 1014 del 26 de enero del 2006 o ley del Emprendimiento busca promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes, profesionales y demás personas en capacidad de innovar y desarrollar productos y servicios por medio de la formación de nuevas empresas.

Como se constituye una Sociedad por Acciones Simplificadas según la Ley 1258 de 2008:

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

La actividad productiva se rige bajo las siguientes normas y decretos:

- **DECRETO 3075 DE 1997 BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA (BPM)**

El Decreto 3075 publicado en 1997 dicta las normas correspondientes a las Buenas Prácticas de Manufactura. Las BPM comprenden todos los procedimientos necesarios para garantizar la calidad y seguridad de un alimento y su adecuada manipulación en cada una de las etapas del proceso. Este decreto regula todas las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos.

- **NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-USNA 007**

La Unidad Sectorial de Normalización de la Industria Gastronómica creada en el 2005 establece los requisitos necesarios para la manipulación de alimentos como la capacitación básica en cuestiones de higiene y normas sanitarias vigentes y los exámenes médicos reglamentarios para la persona encargada de manipular los alimentos.

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

La Resolución 765 publicada en el 2010 regula el proceso de capacitación para la manipulación de alimentos para personas naturales o jurídicas y establecimientos dedicados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos.

1.6 ASPECTOS METODOLOGICOS

Para el desarrollo del plan de negocio se llevara a cabo un estudio descriptivo y exploratorio.

1.6.1 Tipo de estudio

DESCRIPTIVO: Según el autor Carlos Méndez (2011) el estudio descriptivo delimita los hechos que conforman el problema de investigación, estableciendo

características demográficas, formas de conducta, actitudes y comportamientos concretos de la población a investigar. Con lo anterior se permite conocer las variables demográficas, sociales, culturales y económicas de la población objetivo tales como, las necesidades, preferencias, ingresos, nivel de consumo, entre otras, necesarias para llevar a cabo la realización del proyecto. Para obtener este tipo de información se requiere la implementación de técnicas de recolección de útiles como la encuesta y la observación.

1.6.2 Métodos de investigación

CUALITATIVO: El proyecto se lleva a cabo mediante una investigación cualitativa en la cual se recopila información y se hace una descripción detallada de las situaciones o temas y características del objeto de estudio que dieron paso al desarrollo de la investigación.

CUANTITATIVO: Toda investigación debe estar respaldada o validada por datos estadísticos o encuestas que permitan sistematizar la información y a su vez interpretar, reflexionar y comparar los resultados obtenidos con los esperados.

1.6.3 Métodos de recolección de información

ENCUESTA: “La encuesta permite el conocimiento de las emociones, actitudes y la opinión de los individuos en relación con el objeto de investigación” (Méndez, 2011, p. 252). De acuerdo a lo anterior, se utilizó este método con el fin de determinar el nivel de conocimiento y opinión de la población diabética acerca del nuevo producto y así mismo el nivel de aceptación que podría tener la empresa en este segmento de la población. La recolección de la información se llevó a cabo mediante una encuesta con preguntas cerradas y concretas con el fin de facilitar el conteo y la sistematización de los datos y el análisis de los resultados.

1.6.4 Fuentes de información

Carlos Méndez en su libro “METODOLOGIA diseño y desarrollo de un proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales” afirma que la información es la materia prima de todo proceso de investigación ya que por medio de ella se pueden explorar, describir y explicar hechos y fenómenos que definen el problema de investigación (2011).

En el libro se describen dos fuentes de información, fuentes primarias y secundarias; la primera hace referencia a la información que debe ser recogida por el investigador directamente como encuestas, entrevistas, sondeos etc., mientras que la segunda suministra información básica para el desarrollo del proyecto mediante libros, revistas, enciclopedias, etc.

Dentro del proyecto de investigación se llevara a cabo el uso de los dos tipos de fuentes mencionadas anteriormente y se describe en el cuadro que sigue a continuación.

Cuadro 1. Fuentes de Recolección de Información

RECOLECCION DE INFORMACION		
FUENTE		**OBJETIVO**
FUENTES PRIMARIAS	Encuestas	Con la encuesta se busca conocer la opinion y el nivel de aceptacion del nuevo producto por parte de la poblacion diabetica de la ciudad de Santiago de Cali.
FUENTES SECUNDARIAS	Internet	Buscar paginas web que proporcionen informacion acerca del estado del sector, el mercado de la reposteria, nutricion, endulzantes y de mas datos utiles sobre personas diabeticas para el desarrollo del proyecto de investigacion.
	Libros	Buscar libros de resposteria y libros de Administracion donde se encuentre la informacion y las teorias necesarias para el desarrollo del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

1.6.5 Tratamiento de la información

Para el desarrollo del capítulo uno se requiere de fuentes secundarias como la Federación Internacional de Diabetes, Organización Mundial de la Salud y el Observatorio de Diabetes en Colombia, en las cuales se encuentra información sobre la diabetes y sus antecedentes, un breve análisis de la competencia y la evolución del mercado de productos para diabéticos. Por otro lado mediante fuentes secundarias se investigan las teorías necesarias para el desarrollo de cada capítulo del proyecto de investigación.

En el capítulo de mercadeo se utilizan fuentes primarias como la encuesta con la cual se obtiene información del nivel de conocimiento y la opinión de la población objetivo acerca del nuevo producto; la información obtenida se clasificara en

investigación cualitativa y cuantitativa para realizar la respectiva tabulación, gráficas y análisis de los datos y llevar a cabo el estudio de mercado.

Por otro lado con la información que se obtenga del sector en fuentes secundarias como el DANE y Cámara de Comercio, se realizara una comparación de los datos obtenidos y se analizara el mercado de la repostería para personas diabéticas lo que nos dará una visión más clara del nivel de participación de la empresa en el mercado.

El capítulo técnico operativo está compuesto por información obtenida de las páginas web y llamados telefónicos en las cuales se detallan los proveedores, precios y requisitos de la maquinaria, tecnología, insumos y materia prima requerida para el funcionamiento de la organización. Luego de obtener la información necesaria se realizaran cuadros donde se detalle de manera clara cada punto mencionado anteriormente. Además por medio de información secundaria de tomaran determinaciones sobre la macro localización y microlocalización de la empresa.

Dentro del capítulo organizacional y legal se incluirá información de fuentes secundarias que soportan la organización administrativa del negocio como el Código Sustantivo de Trabajo, la Constitución Política de Colombia, teorías administrativas, entre otras que serán útiles para describir los aspectos legales de la organización y los procesos administrativos que se deben llevar a cabo en el proyecto.

Por último para el desarrollo del capítulo financiero se utilizaran fuentes primaras y secundarias como la encuesta para definir el precio de los productos e información de páginas web acerca de los precios de la maquinaria y la materia prima. Luego de obtener la información, con base en libros contables y financieros se realizaran cuadros que permitan conocer la factibilidad y viabilidad económica de la organización así como el tamaño de la inversión, los gastos y costos de la empresa.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

2.1.1 Clasificación por rama de actividad económica

Para realizar el análisis del sector se deben tener claros los objetivos del mismo, aquí se clasifica la empresa por actividad económica, se evalúa la capacidad de expansión del sector al cual pertenece la empresa, sus características, los principales actores y los problemas que enfrenta.

La empresa se encuentra dentro del sector secundario también llamado sector industrial o productivo de la economía colombiana, pertenece al sector económico de producción y según la CIIU la actividad económica a la que pertenece es la sección C Industrias manufactureras. A esta sección pertenecen las empresas dedicadas a la transformación física o química de materiales o sustancias en nuevos productos, estos materiales o sustancias transformados son materias primas originarias de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca, y demás actividades del sector primario.

Dentro de la misma sección hace parte de la división 10 que hace referencia a las elaboraciones de productos alimenticios. A esta división pertenece el procesamiento de productos provenientes de las actividades del sector primario anteriormente mencionadas, para convertirlos en alimentos y bebidas apropiados consumo humano o animal, y de productos intermedios que no están listos para un consumo directo.

Hace parte dela actividad 108 donde se ubica la elaboración de otros productos alimenticios como “productos de panadería, confitería, macarrones, fideos y productos farináceos similares, comidas y platos preparados, así como de productos alimenticios perecederos” (p. 121).

Y por último pertenece a la sub-actividad 1081 que hace referencia a la elaboración de productos de panadería la cual incluye productos frescos como panes y tortas; congelados como panqueques y waffles y secos como tortillas, buñuelos y arepas.[b]

2.1.2 Comportamiento del sector

Datos del año 2012 obtenidos del ministerio de comercio, industria y turismo indican un comportamiento imparcial en cuanto a la producción real del sector industrial mientras que los indicadores de ventas y generación de empleo continuaron siendo indicadores positivos con un (0,3%) y un (0,7%) respectivamente (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

Entre los subsectores más dinámicos se encontró Prendas de vestir, confecciones (9,0%), industria de bebidas (6,0%), industrias básicas de hierro y acero (10,1%), transformación de carne y pescado (5,0%), productos lácteos (7,8%), otros productos alimenticios (4,2%), otros tipos de equipo transporte (7,2%), vehículos automotores y sus motores (4,6%), metales preciosos y no ferrosos (10,5%), y aparatos de uso doméstico (13,4%).(Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2012, párr. 7)

[b] Los datos de la sección Análisis del sector fueron extraídos del DANE en el 2004, para más información consultar las referencias.

Grafica 1. Subsectores más Dinámicos año 2012

Fuente: Elaboración propia

El porcentaje que interesa es el 4,2% de crecimiento del subsector de otros productos alimenticios donde se encuentran los productos manufactureros de panadería y repostería. El promedio de producción real para el microsector de la panadería y repostería fue de 1,7% entre los meses de enero y diciembre del 2012 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2012).

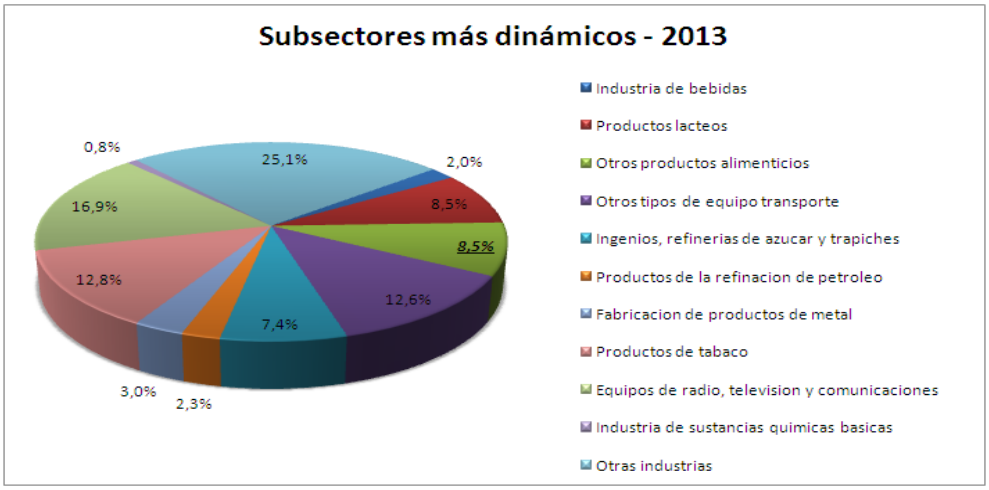
Para diciembre de 2013 el sector industrial tuvo un comportamiento diferente al del año inmediatamente anterior, la producción real aumentó en 1,5% por el "incremento de las ventas en 2,6% pero el empleo industrial disminuyó -2,0% debido a contracción de la industria a lo largo de 2013" (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013, párr. 4).

El comportamiento de los subsectores que más contribuyeron al crecimiento del sector fueron:

Otros productos alimenticios (8,5%), otros tipos de equipo transporte (12,5%), productos lácteos (8,5%), ingenios, refinerías de azúcar y trapiches (7,4%), industria de bebidas (2,0%), productos de la refinación de petróleo (2,3%), fabricación de productos de metal (3,0%), productos de tabaco (12,7%), equipos de radio, televisión y comunicaciones (16,8%) e industria de sustancias químicas

básicas y fibras sintéticas (0,8%) (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013, párr. 6).

Grafica 2. Subsectores más Dinámicos año 2013



Fuente: Elaboración Propia

La tendencia dentro del subsector de otros productos alimenticios muestra un nivel de crecimiento. En términos de análisis económicos este comportamiento de incrementos positivos de su producción y ventas reales un (8,5%) y (9,7%) (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013) respectivamente es atractivo para la inversión en un subsector que presenta anualmente crecimientos.

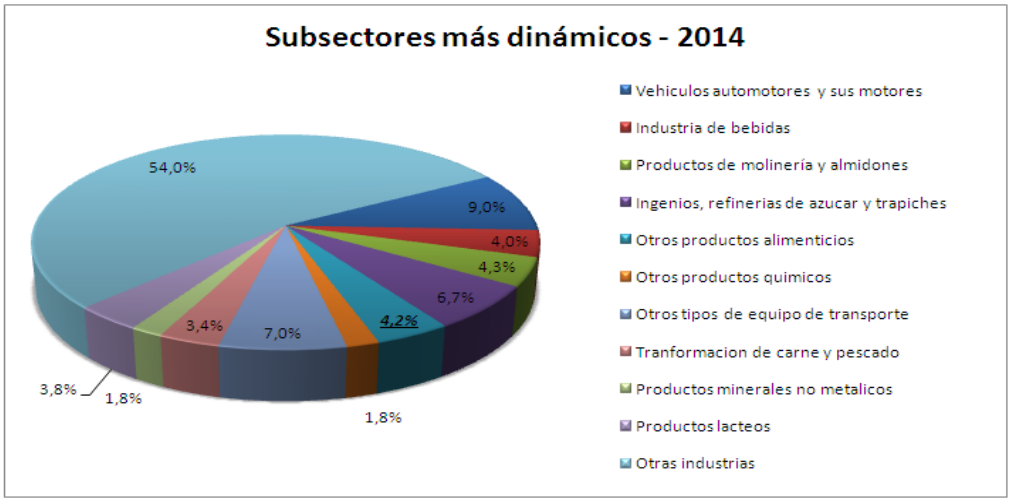
En cuanto al microsector de la panadería y repostería tuvo una variación porcentual de 4,3% en su producción real que en comparación con el año 2012 aumento del 3% (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013). Finalmente para el año 2014 la industria tuvo un incremento favorable en su producción y ventas reales ya que incrementaron un 1,3% y 0,9%, respectivamente (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014).

Los subsectores del sector productivo que más aportaron en el año 2014 al crecimiento del mismo fueron:

La fabricación de vehículos automotores y sus motores (9,0%), la industria de elaboración de bebidas (4,0%), la elaboración de productos de molinería y

almidones (4,3%), los ingenios, refinerías de azúcar y trapiches (6,7%), los otros productos alimenticios (4,2%), la fabricación de otros productos químicos (1,8%), los otros tipos de equipo transporte (7,0%), la transformación y conservación de carne y pescado (3,4%), la fabricación de productos minerales no metálicos (1,8%) y la elaboración de productos lácteos (3,8%) (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014 párr. 6).

Grafica 3. Subsectores más Dinámicos año 2014



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el subsector de otros productos alimenticios se mantuvo favorable y también aportó gran porcentaje al crecimiento del sector, manteniéndolo como uno de los sectores más productivos y rentables.

El microsector de la panadería y la repostería tuvo una variación porcentual de 3,6% lo que indica un incremento en la producción real y un crecimiento del 0,5% en el empleo industrial (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014).

El sector manufacturero en la región Valle Caucana registró un panorama favorable y dinámico en ciudades como Santiago de Cali, Yumbo, Palmira y Jamundí, en el que re registro un buen desempeño en el subsector de los alimentos con un crecimiento del 11,7%; y dentro de este sector, el subsector

correspondiente la panadería presento resultados positivos con 13,2% de para el primer trimestre de 2014 (Barandica, Collazos, Sanabria, Escobar & Riaño, 2014).

2.1.3 Estado del Sector

El aumento generalizado de los casos de diabetes se ha convertido en un problema de salud pública en el Valle del Cauca y especialmente en la ciudad de Santiago de Cali con 39.036 casos registrados en el 2011 (Secretaria de Salud de Cali), y solo 3.632 casos registrados en EPS públicas y privadas para el año 2014 (M. S. López, comunicación personal, 15 de abril, 2015). El padecimiento de esta enfermedad obliga a las personas a cambiar o adaptar sus hábitos alimenticios a regímenes más saludables dejando de lado los dulces y alimentos que contengan altos contenidos de fructosa y sacarosa. Comúnmente las personas tienen tendencia a padecer de esta enfermedad debido a antecedentes familiares, malos hábitos alimenticios, obesidad debido a la falta de actividad física o alguna alteración del páncreas (IDF, 2014).

Actualmente en el mercado alimenticio saludable incluyendo tiendas especializadas de repostería, supermercados, tiendas naturistas y pastelerías especiales se pueden encontrar infinidad de productos para todo tipo de clientes y segmentos de mercado; encontrar galletas, mermeladas, gelatinas, panes, tortas y caramelos para ser consumidos por diabéticos es mucho más fácil aunque costoso.

La influencia del medio ambiente en las tendencias del mercado y el consumo de postres debe analizarse desde cinco grandes entornos:

Entorno demográfico: Uno de los sectores más amplios de oferta en postres no especializados está ubicado en la zona de la autopista suroriental entre carrera 66 y 68. Dentro de esta zona se encuentran cuatro de los más grandes oferentes de postres para ser consumidos por personas no diabéticas (Ponqué Sabroso, Ventolini, Caramelo y Don Jacobo), este sector atiende diariamente una gran

cantidad de clientes pero no cuenta con postres para población diabética, al ubicar la empresa dentro de este sector se atraerán clientes más fácilmente puesto que se abriría otra oferta de productos que las otras empresas no tienen en su catálogo.

Entorno socio-cultural: En Colombia existe un alto número de personas que padecen enfermedades crónicas como la diabetes, aproximadamente 2,1 millones de diabéticos en Colombia según la Federación Internacional de Diabetes (2013). Las tendencias saludables actuales y la oferta de productos sustitutos del azúcar han iniciado una nueva cultura de cuidado preventivo y control de la diabetes tipo 1o insulinodependiente y la diabetes tipo 2 o no insulinodependiente expuestas en el capítulo 1; aunque es preciso aclarar que las personas diabéticas no solo cuidan el consumo excesivo de azucares sino también de grasas y carbohidratos que de igual manera pueden afectar su estilo de vida y la salud.

Entorno tecnológico y de I&D: Cuando se trata de productos químicos alimenticios se tiende a crear una barrera de rechazo hacia ellos; muchas investigaciones sobre la sucralosa (endulzante utilizado por la empresa) afirman que es un producto seguro para el consumo humano, la Organización Mundial de la Salud, la FDA americana (Food and Drugs Administración) y la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura) han realizado estudios durante más de 20 años que afirman que la sucralosa (derivado de la sacarosa conocida comúnmente como azúcar de mesa) es un producto estable y confiable, el cambio químico realizado a la molécula de la sacarosa en donde se reemplazan 3 grupos OH por 3 átomos de cloro da como resultado una nueva molécula (Madrid, 2013) esta nueva molécula 60.000 veces más dulce que la sacarosa, y no es perjudicial para la salud de los consumidores (McGee, 2007).

Entorno económico: Según el primer estudio nacional de panaderías este oficio no es exclusivo del sexo masculino, el 73% de los panaderos son hombres y el 27% son mujeres (Dinero, 2011).

El estudio también arrojo que existen cuatro tipos de panaderías entre ellas las panaderías cafeterías, las panaderías restaurante, panaderías tienda y finalmente las panaderías estación o panaderías especializadas con un 12% a nivel nacional (Dinero, 2011), a esta última clasificación pertenece la empresa Dulce Pecado puesto que pertenece a la rama de la repostería especializada dentro del sector de la panadería estación.

Según el último censo de Infocomercio en el 2011, Santiago de Cali cuenta con 2.165 panaderías donde se manejan tortas y productos de repostería, también se encontró que el consumo per cápita de estos productos es el más bajo de Latinoamérica con 23 kilogramos (El Espectador, 2013).

La industria panificadora colombiana genera anualmente ventas superiores a los 3 billones de pesos entre panes industriales y artesanales, consolidándose como una de las Mipymes que más le aporta a la economía del país (Sectorial, 2013).

Entorno político – legal: Colombia posee una política nacional de seguridad alimentaria y nutricional que se enmarca en la disponibilidad suficiente de alimentos y la calidad e inocuidad de los productos (Departamento Nacional de Planeación, 2008). Bajo el rigor de esta política se crean los estándares de procesos y de productos que se ofrecen, asegurando que los mismos están elaborados por expertos cocineros y conservando las características físicas, químicas y nutricionales.

En cuanto a las leyes o documentos que regulan las actividades de elaboración de productos alimenticios, la más importante es el Decreto 3075 de 1997 en el cual se presentan las disponibilidades acerca de las buenas prácticas de manufactura en cualquiera de los procesos donde se manejen materias primas para ser convertidas en productos consumibles por el ser humano. La aplicación este decreto dentro de la empresa busca como tal la aprobación de las regulaciones por parte de la secretaria de salud municipal, la adquisición del registro INVIMA y

así garantizar la inocuidad de los productos que serán consumidos por los clientes del establecimiento.

2.1.4 Las cinco fuerzas de Porter

2.1.4.1 Amenaza de nuevos entrantes

La amenaza de nuevos competidores en un sector según Michael Porter, está determinada por la altura de las barreras de entrada que existen en el mercado y la firmeza con la que se mantengan las empresas ya instituidas. Cuando las barreras de entrada al mercado son bajas las nuevas empresas esperan una reacción mínima de parte de los actores ya establecidos, de esta manera la amenaza de las empresas entrantes es alta y la rentabilidad del sector es moderada y viceversa.

Economías de escala por el lado de la oferta: Para poder competir con esos actores establecidos se necesita igualar la producción y disminuir el coste de producción por unidad; de lo contrario se tendría que aceptar el hecho de la desventaja de costos.

En el caso de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos de la ciudad de Santiago de Cali, se deberán realizar aproximadamente la misma cantidad de postres que una pastelería (alrededor de 52 postres al día), aclarando que los postres son totalmente diferentes a los de las otras empresas ya que en ellos utilizan un endulzante especial para ser consumido por personas diabéticas. Por otro lado compiten con precios asequibles, experiencia en el ámbito de la tecnología utilizada dentro de la misma y por ultimo costes bajos debido al contacto directo con proveedores de frutas frescas.

Beneficios de escala por el lado de la demanda: Estos beneficios “desalientan la entrada al limitar la disposición de los clientes para comprarle a un recién

llegado, y al reducir el precio que el recién llegado puede exigir hasta que genere una gran base de clientes" (p. 3).

Para afrontar esta variable, la empresa pretende posicionar de manera amable y positiva los postres para diabéticos en el mercado, promoviendo su consumo con el respaldo de nutricionistas y médicos especialistas.

Costos para los clientes por cambiar de proveedor: Hace referencia a los costos que genera a los compradores el cambio de especificaciones del producto y la modificación de procesos o sistemas de información.

Debido a que empresa que está actualmente en construcción, debe elegir muy bien a sus proveedores para evitar un cambio de los mismos a futuro. Tener buenas relaciones comerciales con los proveedores le permitirá seguir adquiriendo materias primas de alta calidad a un buen precio. Dentro de proveedores seleccionados por la empresa se encuentran proveedores de maquinara como KITCHENAID, Homecenter, C.I. Talsa, Joserrago, Casio y Balanza Detecto Ltda.

Ventajas de los actores establecidos independientemente del tamaño: Con cualquiera que sea su tamaño, los actores establecidos al llevar más tiempo en el mercado, disfrutarán de mayores ventajas en los costos o calidad de la materia prima que aún no está al alcance de sus nuevos rivales. La tecnología, mejores fuentes de materias primas, ubicaciones estratégicas y una producción más eficaz son algunas de las ventajas que tienen las empresas ya instituidas, frente a las empresas potenciales.

La empresa estará ubicada en la Autopista Suroriental entre calles 66 y 68, una zona geográfica estratégica ya que en ese sector se encuentran ubicadas las pastelerías más concurridas del sector. Por otro lado la organización contara con maquinara de alta tecnología y materias primas de alta calidad para que la elaboración de los postres de haga de manera eficiente y eficaz.

Acceso desigual a canales de distribución: Según Porter los canales de distribución de las empresas ya existentes les generan mayor reconocimiento en el mercado mundial ya que, por medio de intermediarios llevan sus productos a distintos lugares del mundo. En el caso de los nuevos competidores, en lugar de utilizar intermediaros, crean sus propios canales de distribución lo que genera una ventaja competitiva ya que además de generar reconocimiento en el mercado, incrementan sus ingresos al no tener que pagar los servicios de los intermediarios.

En el caso de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos se implementara un canal de distribución directa que le permita familiarizarse con el cliente y sus necesidades logrando así un mayor número de ventas y un mejor posicionamiento de la empresa en el mercado.

Requisitos de capital: Las empresas deben destinar periódicamente un porcentaje de sus ingresos a la promoción y publicidad de sus productos o servicios, a la inversión en nuevos equipos tecnológicos y/o el mantenimiento de los equipos ya existentes y reservar una parte de sus ingresos totales para cubrir posibles pérdidas y la compra de materias primas.

En el caso de los nuevos entrantes como Productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para Diabéticos se debe contar con un capital de entrada que cubra la compra o arrendamiento del local donde se comercializaran los productos, la promoción y publicidad de los mismos y contar con los equipos adecuados para un óptimo funcionamiento.

Políticas gubernamentales restrictivas: Estas políticas emitidas por entidades reguladoras del estado son las encargadas de controlar el ingreso y funcionamiento de las nuevas empresas y las ya existentes en el mercado. Según Michael Porter, éstas pueden negar o promover la entrada de nuevos competidores dentro de un sector mediante medidas, tales como requerimientos de licencias, leyes, nuevos decretos, reformas, etc.

Actualmente los requisitos para la creación de una empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos son:

- Decreto 3075 de 1997 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 007.
- Resolución 765 de 2010: deroga a res.1090 de 1998 y 127 del 2001.

2.1.4.2 El poder de los proveedores

Michael Porter afirma que “los proveedores capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios más altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector” (p. 4).

En la empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos los proveedores tienen un bajo poder ya que existen un gran número de empresas que cuentan con la maquinaria necesaria para llevar a cabo las actividades productivas. Por lo tanto se realizara un análisis con el fin de definir proveedores fijos para la empresa y de esta manera evitar el incremento de los costos producidos por el cambio constante de los mismos. Actualmente los proveedores seleccionados para el suministro de maquinaria en la empresa son: KITCHENAID, Homecenter, C.I. Talsa, Joserrago, Casio y Balanza Detecto Ltda. Por otro lado se establecerán contratos con los respectivos proveedores de maquinaria y materia prima en los que se fijaran acuerdos de precios, pagos y entregas que beneficien a ambas partes. En el caso de que el proveedor llegase a incumplir los acuerdos pactados en el contrato, se tomara la decisión de cancelar el contrato y buscar un nuevo proveedor que se ajuste las necesidades o requerimientos de la organización.

2.1.4.3 El poder de los compradores

“Los clientes poderosos el lado inverso de los proveedores poderosos, son capaces de capturar más valor si obligan a que los precios bajen, exigen mejor calidad o mejores servicios” (p. 5) por parte de las empresas.

Para empresa Productora y Comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para Diabéticos el poder los compradores al igual que los proveedores es bajo ya que existe un gran número de consumidores potenciales en el sector donde ésta se encuentra ubicada. Por otro lado la empresa afronta esa situación haciendo un análisis previo del poder adquisitivo de estos comprador es por medio de técnicas como la encuesta, (capitulo 1) la cual se realizara con preguntas enfáticas que darán una visión acerca de cuanto estarían dispuestos a pagar por el producto a ofrecer de esta manera se ofrecerán productos de alta calidad con excelente servicio y un precio acorde a sus necesidades.

2.1.4.4 Amenaza de los sustitutos

“Un substituto cumple la misma función -o una similar- que el producto de un sector mediante formas distintas” (p. 6).

En el mercado de la repostería para Diabéticos existen substitutos que satisfacen la necesidad de consumo de este tipo de productos, como las gelatinas, tortas, galletas, y caramelos endulzados especialmente para diabéticos, los cuales son ofrecidos por empresas como: Sweet Line diabéticos Cali, Ananda Taller dulce, Diabéticos Sugar FREE y Don Jacobo Postres y Ponqués, entre otros. Sin embargo la empresa Productora y Comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para Diabéticos, cuenta con un amplio portafolio de productos que le permiten al comprador potencial mayor libertad de escogencia a la hora de consumir un postre. Por otro lado se ofrecen productos de excelente calidad y se presta un excelente servicio, generando una sensación de calidez a todos los clientes.

2.1.4.5 Rivalidad entre competidores

“La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas familiares, incluyendo descuentos de precios, lanzamientos de nuevos productos, campañas

publicitarias, y mejoramiento del servicio. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector"[c] (p. 7).

La rivalidad en el sector de la repostería es alta, se basa principalmente en la calidad del producto, la presentación del mismo y las características organolépticas del postre. La empresa iniciará sus actividades con publicidad escrita en fliers[d] y panfletos, para el lanzamiento se realizará una actividad de degustación donde los futuros clientes conocerán los productos junto con sus características físicas, químicas y de sabor, también se incluirá una charla con expertos en nutrición y diabetes y médicos endocrinólogos que explicaran a profundidad todas las dudas que se presenten por parte de los clientes.

Estas actividades marcaran la diferencia con los competidores del sector desde el inicio y permitirán el reconocimiento de marca en el futuro.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de demanda

La empresa productora y comercializadora de mousse parfait y bavaroise Dulce Pecado se dedica a la producción y comercialización de postres para personas diabéticas de la ciudad de Santiago de Cali.

Las personas diabéticas están divididas en dos tipos, los diabéticos tipo 1 también conocidos como insulino-dependientes y diabéticos tipo 2 o no insulino-dependientes, tanto la diabetes tipo 1 como la tipo 2 requieren de cambios alimenticios rigurosos que implican reducir el consumo de azucares lo que los obliga a recurrir al uso de endulzantes especiales que no afecten su salud.

En el municipio de Santiago de Cali en el año 2011 se registraron un total de 39.036 diabéticos (Secretaria de Salud de Cali), sin embargo, según la Secretaría

[c] Los datos de la Sección de las cinco fuerzas de Porter fueron extraídos de "Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia" de Michael Porter en 2008, para más información visitar las referencias.
[d] Flyer: También conocido como volante, es un formato publicitario que se distribuye en las calles para hacer un anuncio sobre algo.

de Salud para el 2014 se obtuvieron datos de 3.632 diabéticos registrados en entidades de salud, de los cuales 3.450 pertenecen a entidades privadas y solo 182 a entidades públicas (M. S. López, comunicación personal, 15 de abril, 2015).

2.2.2 Análisis de oferta

Actualmente en el mercado existen empresas como Sweet Line diabéticos Cali, Ananda Taller dulce, Diabéticos Sugar FREE y Don Jacobo Postres y Ponqués dedicadas a la producción de productos especiales para diabéticos dentro de los cuales se encuentran: las galletas, caramelos, gelatinas, parfaits, mousses y productos de panadería y pastelería. Por otro lado grandes almacenes como La 14 S.A, Grupo éxito y Carulla tienen a la venta productos dietéticos especiales para las personas diabéticas como endulzantes y mermeladas además de los ya mencionados anteriormente. Por último tiendas naturistas como Artemisa y Salud Semillas llevan a cabo la producción y comercialización de productos integrales que pueden ser consumidos por personas diabéticas sin afectar su salud.

2.3 ANALISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

2.3.1 Producto

Los productos que serán producidos y comercializados por la empresa se clasifican en tres categorías diferentes: los mousse que por su proceso de fabricación tienen una textura esponjosa, los parfait que son postres congelados en capaz con diferentes texturas y los bavaroise que son postres cremosos en boca. Cada tipo de postre será producido en seis sabores diferentes (Fresa, lulo, durazno, maracuyá, mora y piña); en el siguiente cuadro se encuentra de forma detallada la descripción de cada categoría y su presentación.

Cuadro 2. Descripción del producto

PRODUCTO	DESCRIPCION	PRESENTACION
MOUSSE	Postre, cuya base es la clara de huevo montada a punto de nieve, crema de leche batida descremada y libre de lactosa, pulpas de frutas y gelatina sin sabor; los cuales le dan consistencia esponjosa, endulzado con productos artificiales certificados (sucralosa).	Porciones de 200 gramos y sabores variados (fresa, durazno, lulo, maracuyá, mora y piña). Los productos son empacados en recipientes de material plástico con tapa, bolsa térmica y para su fácil transporte cajas de cartón de alta calidad con el logo de Dulce Pecado, dentro del local de la empresa los postres serán servidos a manteles en platos blancos de cerámica de 21 cm.
PARFAIT	Postre congelado hecho a base de merengue italiano, crema de leche batida descremada y libre de lactosa, frutas frescas, frutos secos, yogurt y endulzado con productos artificiales certificados (sucralosa)	Porciones de 200 gramos y sabores variados (fresa, durazno, lulo, maracuyá, mora y piña). Los productos son empacados en recipientes de material plástico con tapa tipo copa, bolsa térmica y para su fácil transporte cajas de cartón de alta calidad con el logo de Dulce Pecado, dentro del local de la empresa los postres serán servidos a manteles en copas de helado de vidrio sobre platos blancos de cerámica de 21 cm.
BAVAROISE	Postre hecho a partir de yemas de huevo, gelatina sin sabor, crema de leche batida descremada y libre de lactosa, pulpas de frutas frescas y endulzado con productos artificiales certificados (sucralosa).	Porciones de 200 gramos y sabores variados (fresa, durazno, lulo, maracuyá, mora y piña). Los productos son empacados en recipientes de material plástico con tapa, bolsa térmica y para su fácil transporte cajas de cartón de alta calidad con el logo de Dulce Pecado, dentro del local de la empresa los postres serán servidos a manteles en platos blancos de cerámica de 21 cm.

Fuente: Elaboración propia

Cada tipo de postre está elaborado con materia prima especializada para el adecuado consumo de personas que sufren de diabetes; se seleccionaron frutas como las mencionadas en el párrafo anterior con un bajo contenido de azucares y productos bajos en grasa como leche descremada, yogurt bajo en grasa, entre otros, y un endulzante especial para diabéticos.

A diferencia de los competidores, la empresa cuenta con un amplio portafolio de productos que le permite al cliente disfrutar de diferentes experiencias ya que tienen la posibilidad de elegir el postre ideal para calmar su antojo. Por otro lado los postres que producen las empresas competidoras son endulzados con stevia un endulzante natural que altera el sabor de los mismos, mientras que el endulzante utilizado en la empresa para la producción de los postres llamado sucralosa tiene componentes químicos que permiten mantener el sabor de la fruta.

2.3.2 Clientes

La empresa Dulce Pecado producirá y comercializara postres para la población diabética de la ciudad de Santiago de Cali. Los productos están dirigidos a personas de estrato socioeconómico medio-alto que deseen incluir dentro de su dieta postres bajos en calorías, carbohidratos y sin sacarosa.

Los postres que comercializa la empresa son productos de excelente calidad elaborados con materia prima debidamente seleccionada y mano de obra capacitada dispuesta a brindarles a los consumidores nuevas experiencias y excelente servicio a un bajo precio que genere un alto nivel de satisfacción y por consiguiente su regreso.

Los clientes de Dulce Pecado serán consumidores directos puesto que la empresa no recurrirá a ningún tipo de intermediario para llevar a cabo la comercialización de los productos; por el contrario serán los clientes quienes se dirijan al local a consumir los postres.

2.3.3 Competencia

2.3.3.1 Competencia Directa

La competencia directa de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos es aquella que ofrece postres con características,

sabores y presentación similares a los productos ofrecidos por la empresa. Entre los competidores directos se encuentran:

Cuadro 3. Competencia Directa Sweet Line Diabéticos

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	SWEET LINE DIABETICOS
Dirección / teléfono	Carrera 42 No. 5A-74, Barrio Tequendama / 551 71 46 – 553 47 08
Página web	www.amarillasinternet.com/sweetlinedieteticoscali www.facebook.com/SweetLineDieteticos?fref=ts
Servicios	Nuestros Productos van dirigidos a personas que por su condición (diabéticos e hipoglicemicos) no pueden incluir azúcar en su dieta alimentaria y a quienes cuidan su figura y controlan su ingestión calórica.
Productos	Tortas Caseras -Tortas Frías: Tortas de zanahoria, ciruelas, manzana, chocolate, naranja, Genovesa. Productos de Panadería: galletería, panes integrales, milhojas, repollas, muffins, Brownie. Postres: mousse, Postres de Tres Leches, Cheesecake, Tiramisú, Flan.
Precios	Entre $ 4.000 y $ 30.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. Competencia Directa Ananda Taller Dulce

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	ANANDA TALLER DULCE
Dirección / teléfono	Carrera 98B # 25-130, La 14 Valle de Lili 310 4530410
Página web	www.anandaweb.com www.facebook.com/anandatallerdulce/timeline
Servicios	Ofrecemos a nuestros clientes una gama de productos finamente elaborados, que sin duda alguna hacen de cada instante de sus vidas momento inolvidable. Son productos exquisitos, frescos y novedosos, en los que se puede sentir la pasión que sentimos por este bello oficio.
Productos	Torta de chocolate light, muffin de chocolate amor y amistad light, cupcake de chocolate light.
Precios	Torta de chocolate light: $4.800 Muffin de chocolate amor y amistad light: $5.000 Cupcake de chocolate light: $14.600, $29.400 o $51.500

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5. Competencia Directa Repostería Sugar Free

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	REPOSTERIA SUGAR FREE
Dirección / teléfono	Avenida Roosevelt 39-68 / 5534410
Página web	guialocal.com.co/dieteticos-sugar-free.html www.facebook.com/sugar.free.7161
Servicios	Empresa dedicada a la producción de alimentos de panadería especiales para diabéticos

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5. Competencia Directa Repostería Sugar Free (Continuación)

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	REPOSTERIA SUGAR FREE
Productos	Panes, tortas, muffins, postres, arequipe, torta de pastores y mermeladas.
Precios	Entre $ 3.000 y $ 30.500

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6. Competencia Directa – Don Jacobo, Postres y Ponqués

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	DON JACOBO – POSTRES Y PONQUES
Dirección / teléfono	Carrera 66B No. 9 – 139, Barrio Limonar 3303230 – 3156645
Página web	donjacobo.net/ www.facebook.com/donjacobopostresyponques?fref=ts
Servicios	Estar cerca de nuestros clientes para ofrecerles productos de repostería dulce de excelente calidad, saludable y elaborados a la vista, que los acompañen en toda ocasión y en cualquier lugar.
Productos	Bavaroise de Fresa, a base de yogurt y endulzado con stevia
Precios	Bavaroise de Fresa: $7.000

Fuente: Elaboración propia

2.3.3.2 Competencia Indirecta

La competencia indirecta de la empresa es aquella que ofrece productos diferentes a los postres como mousse, parfait y bavaroise pero que satisfacen la misma necesidad de consumo de productos dulces por parte de la población que padece diabetes. Entre la competencia indirecta se encuentra:

Cuadro 7. Competencia Indirecta La Casa de la Diabetes Cali

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	LA CASA DE LA DIABETES CALI
Dirección / teléfono	Av. 2 N 24 N-41 / 668 6884
Página web	www.casadeladiabetescali.com/productos.html www.facebook.com/cdcaliltda?fref=ts
Servicios	Posicionar sus productos del área Diagnóstica, Médica, Hospitalaria y alimenticia en el mercado del área de la salud en el Sur Occidente Colombiano para personas con diabetes.
Productos	Bebida achocolatada, torta de chocolate, mermeladas, galletas, caramelos, barras de chocolate, gelatina, todo especial para ser consumido por diabéticos. Endulzantes de sucralosa y stevia.
Precios	Bebida achocolatada: $ 16.700 Torta de chocolate: $ 9.000 Mermeladas: $ 6.300 Galletas: $10.350 Caramelos: $ 3.400 Barras de chocolate: $ 5.750 Gelatina: $ 2.100 Natilla: $ 6.430 Todo especial para ser consumido por diabéticos. Endulzantes de sucralosa y stevia

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 8. Competencia Indirecta Dulces Típicos de Colombia

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	DULCES TIPICOS DE COLOMBIA
Dirección / teléfono	Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón Muelle Nacional Nivel 2 L-2336 / Punto de venta en el C.C Jardín Plaza 6663218
Página web	www.ciudadguru.com.co/guru+empresas/dulces+tipicos+de+colombia-cali www.facebook.com/DulcesTipicosDeColombia?fref=ts
Servicios	Tienda especializada de dulces típicos de todas la regiones de Colombia
Productos	Dulces típicos de toda Colombia y distribuidor de productos de la marca Sin Azúcar como panelitas, panderitos y cocadas.
Precios	Varían entre $7.000 y $34.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 9. Competencia Indirecta Diabevariedades

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	DIABEVARIEDADES
Dirección / teléfono	Carrera 26 No. 34-65, Barrio Obrero 270 87 36
Página web	www.sinazucar.com.co/distribuidores-autorizados-de-sin-azucar/
Servicios	Ofrece productos alimenticios para diabéticos
Productos	Marca Sin Azúcar, endulzantes sucralosa y acesulfame K
Precios	Entre $ 6.000 y $ 15.000

Fuente: Elaboración propia

2.3.3.3 Almacenes de Cadena

Algunos almacenes de cadena tienen dentro de sus góndolas productos especiales para diabéticos como mermeladas o caramelos, estos productos aunque no son vendidos directamente en un local especializado también satisfacen la necesidad de consumo de dulce en las personas diabéticas. Algunos productos ofrecidos por los almacenes de cadena son:

Cuadro 10. Competencia Almacenes de Cadena – La 14 S.A

COMPETENCIA	**DESCRIPCION**
Razón social	ALMACENES LA 14 S.A
Producto / Marca/ Endulzante	**Precio**
Pancakes light / Haz de Oros / stevia	$ 6.900
Mezcla para tortas, vainilla y chocolate / Konfit / sucralosa	$ 8.750
Brownie / Konfit / sucralosa	$ 8.750
Natilla canela, arequipe, coco / Konfit / sucralosa	$ 6.650
Corazones de hojaldre /Dulcy Light/ sucralosa	$ 14.150
WaferSugar free / Italo / sucralosa	$ 2.300
Gelatina cereza, piña, mora, limón, uva / Diety / aspartame	$ 1.650
Flan / Diety / sucralosa	$ 2.250
Gelatina fresa, mora, naranja, piña, frambuesa / Konfit / acesulfameK	$ 1.750
Postres de melocotón / Konfit / sucralosa, acesulfame K	$ 2.550
Mermelada mora, maracuyá, mango, fresa / Diety / sucralosa	$ 6.400
Chocolatina sin azúcar / Italo / sucralosa	$ 3.100
Caramelos sabor a frutas / Konfit / sucralosa, acesulfame K	$ 3.240
Pudin vainilla / Konfit / sucralosa, acesulfame K	$ 2.150
Dulce de leche / Dulces del valle Buga / sucralosa	$ 11.100
Caramelo de café / Konfit / sucralosa, acesulfame K	$ 3.650

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 11. Competencia Almacenes de Cadena – Éxito S.A

COMPETENCIA	DESCRIPCION	
Razón social	ALMACENES ÉXITO S.A	
Producto / Marca / endulzante		**Precio**
Arequipe con coco / alquería / sucralosa		$ 7.750
Mermelada fresa / Konfit / sucralosa, acesulfame K		$ 6.500
Mermelada de fresa / Taeq / sucralosa		$ 4.480
Mermelada piña, fresa, mora / Éxito / aspartame, acesulfame K		$ 2.150
Mermelada durazno, fresa, naranja / Smucker's / sucralosa		$ 9.500
Coctel de frutas / Taeq / sucralosa		$ 5.140
Cocadas / Sin Azúcar / sucralosa, acesulfame K		$ 11.600
Panderitos / Sin Azúcar / sucralosa, acesulfame K		$ 12.740
Panelitas de leche / Sin Azúcar / sucralosa, acesulfame K		$ 14.810
Crepes / Diety / acesulfame K		$ 6.100
Dulce de brevas / Konfit / sucralosa, acesulfame K		$ 13.940
Mezcla para tortas, vainilla y chocolate / Konfit / sucralosa		$ 8.800
Natilla canela, arequipe, coco / Konfit / sucralosa		$ 6.100
Caramelos sabor a frutas / Konfit / sucralosa, acesulfame K		$ 3.250

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12. Competencia Almacenes de Cadena – Carulla, Grupo Éxito

COMPETENCIA	DESCRIPCION	
Razón social	ALMACENES CARULLA – GRUPO ÉXITO	
Producto / Marca / endulzante		**Precio**
Gelatina fresa, cereza, limón / Carulla / acesulfame k, aspartame		$ 860
Gelatina cereza / Diety / stevia		$ 2.130
Caramelo mentas / Diety / sorbitol		$ 3.230
Caramelo frutas surtidas / Diety / sorbitol		$ 3.230

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12.Competencia Almacenes de Cadena – Carulla, Grupo Éxito

COMPETENCIA	DESCRIPCION	
Razón social	ALMACENES CARULLA – GRUPO ÉXITO	
Salsa syrop de caramelo / Smucker's / aspartame		$ 7.530
Galletas relleno de crema / Murray / sucralosa		$ 10.550
Galletas Wafer vainilla / Murray / sucralosa		$ 10.630
Galletas chip de chocolate / Murray / sucralosa		$ 10.630
Mezcla para tortas, vainilla y chocolate / Konfit / sucralosa		$ 9.200
Flan / Diety / sucralosa		$ 2.180
Pudin vainilla / Konfit / sucralosa, acesulfame K		$ 2.200
Coctel de frutas / Taeq / sucralosa		$ 6.290
Crepes / Diety / acesulfame K		$ 5.550

Fuente: Elaboración propia

2.3.3.4 Tiendas Naturistas

Algunas tiendas naturistas ofrecen productos para diabéticos, aunque no son postres o productos de repostería son alimentos o bebidas especiales para el consumo diario en la dieta de un diabético. Algunos de los productos ofrecidos son:

Cuadro 13. Competencia Tiendas Naturistas – Artemisa

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	ARTEMISA
Dirección / teléfono	Av. Roosevelt No 25-32 487 3030
Página web	www.artemisa.co
Servicios	Empresa dedicada a la venta de artículos integrales y productos naturistas.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 13. Competencia Tiendas Naturistas – Artemisa (Continuación)

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	ARTEMISA
Productos	Galletas, panes, jugos, grano tostado, granola
Precios	Entre 2.500 y 30.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 14. Competencia Tiendas Naturistas – Salud Semillas

COMPETENCIA	DESCRIPCION
Razón social	SALUD SEMILLAS
Dirección /teléfono	Cra.100 No. 5 – 169, local 367 316 91 15
Página web	saludsemillas.co/ www.facebook.com/saludsemillas?fref=ts
Servicios	Farmacia dedicada a la venta de medicamentos naturales, productos para la nutrición y tratamiento de dolencias intestinales, respiratorias, cardiovasculares, etc.
Productos	Nutrigein; batido con minerales y vitaminas, sin azúcar, apto para diabéticos
Precios	Nutrigein: $52.000

Fuente: Elaboración propia

2.4 INVESTIGACION DE MERCADO

2.4.1 Diseño de la Investigación

2.4.1.1 Determinación de la muestra

Para la consecución de la información necesaria para llevar a cabo la determinación de la muestra se recurrió a los datos obtenidos de la secretaria de salud en los años 2011 y 2014.

En el 2011 se obtuvieron datos del total de diabéticos en la ciudad de Cali para ese periodo, sin embargo en el 2014 solo se obtuvo el total de diabéticos registrados en EPS públicas y privadas por tal motivo para el desarrollo de la muestra se trabajara con los datos obtenidos en el año 2011.

$$\mathrm{n} = \frac{Z^2\ pq\ N}{e^2\ (N\ -1)\ +\ Z^2\, pq}$$

n: Tamaño de la Muestra

Z: 1.96 valor correspondiente a un porcentaje de confianza del 95%

N: 39.036 personas diabéticas en la ciudad de Santiago de Cali

P: 50% de probabilidad de que el evento tenga éxito

Q: 50% de probabilidad de que el evento no tenga éxito

e: 5% de promedio

N-1: Factor de corrección por finitud

$$\mathrm{n} = \frac{(1.96)^2\ (0.50)\ (0.50)\ (39036)}{(0.05)^2\ (39036\ -1)\ +\ (1.96)^2\,(0.50)\ (0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)\ \ (0.50)\,(0.50)\,(39036)}{(0.0025)\ \ (39036\ -1)\ +\ (3.8416)\ \ (0.50)\,(0.50)}$$

$$n = \frac{37490.1744}{98.5504} = \ 380.41 \text{ encuestas}$$

2.4.1.2 Modelo de Encuesta

DULCE PECADO – REPOSTERIA PARA DIABETICOS

MODELO DE ENCUESTA PARA REALIZAR ESTUDIO DE MERCADO

CUESTIONARIO No. _____ Fecha de realización: _____

Barrio: _____ Estrato: ___Sexo: F __ M __

El objetivo de la siguiente encuesta determinar el nivel de conocimiento y opinión de la población objetivo acerca del nuevo producto y de esta manera el nivel de aceptación que podría tener este segmento de la población en la ciudad de Santiago de Cali.

¿Usted ha consumido postres para diabéticos en el pasado?

SI _____ pase a la pregunta No. 2

NO _____ pase a la pregunta No. 4

De la siguiente lista ¿Qué tipo de postre consume con más frecuencia?

a.	Galletas	
b.	Tortas	

c.	Gelatinas	
d.	Caramelos	
e.	Mousses: mezcla de fruta, clara de huevo, gelatina sin sabor, consistencia esponjosa	
f.	Parfait: postre con capas de fruta, crema de leche, crema chantilly, yogurt, frutos secos	
g.	Bavaroise: mezcla de fruta, yemas de huevo, crema pastelera, consistencia cremosa	

¿Cuál es el precio promedio que ha pagado por consumir alguno de los anteriores postres?

a. Entre $5.000 y $6.000 _____ c. Entre $8.000 y $9.000 _____

b. Entre $6.000 y $7.500 _____

De la siguiente lista ¿Qué tipo de postre estaría dispuesto a consumir?

a.	Galletas	
b.	Tortas	
c.	Gelatinas	
d.	Caramelos	
e.	Mousses: mezcla de fruta, clara de huevo, gelatina sin sabor, consistencia esponjosa	
f.	Parfait: postre con capas de fruta, crema de leche, crema chantilly, yogurt, frutos secos	
g.	Bavaroise: mezcla de fruta, yemas de huevo, crema pastelera, consistencia cremosa	

¿Con qué frecuencia compraría un postre?

a. Todos los días _____
b. Cada tres días _____
c. Cada ocho días _____
d. Cada quince días _____
e. Cada mes _____

De la siguiente categoría de postres para diabéticos ¿Qué sabor le gustaría encontrar en un Mousse (mezcla de fruta, clara de huevo, gelatina sin sabor, consistencia esponjosa)?

a. Fresa ___
b. Durazno ___
c. Lulo ___
d. Maracuyá ___
e. Mora ___
f. Piña ___

De la siguiente categoría de postres para diabéticos ¿Qué fruta le gustaría encontrar en un Parfait (postre con capas de fruta, crema de leche, crema chantilly, yogurt, frutos secos)?

a. Fresa ___
b. Durazno ___
c. Lulo ___
d. Maracuyá ___
e. Mora ___
f. Piña ___

De la siguiente categoría de postres para diabéticos ¿Qué sabor le gustaría encontrar en un Bavaroise (mezcla de fruta, yemas de huevo, crema pastelera, consistencia cremosa)?

a. Fresa ___
b. Durazno ___
c. Lulo ___
d. Maracuyá ___
e. Mora ___
f. Piña ___

¿Cuál es el precio aproximado que estaría dispuesto a pagar por un Mousse?

a. Entre $5.000 y $6.000 _____
b. Entre $6.000 y $7.500 _____
c. Entre $8.000 y $9.000 _____

¿Cuál es el precio aproximado que estaría dispuesto a pagar por un Parfait?

a. Entre $5.000 y $6.000 _____
b. Entre $6.000 y $7.500 _____
c. Entre $8.000 y $9.000 _____

¿Cuál es el precio aproximado que estaría dispuesto a pagar por un Bavaroise?

a. Entre $5.000 y $6.000 _____
b. Entre $6.000 y $7.500 _____
c. Entre $8.000 y $9.000 _____

¿Usted prefiere comprar postres en qué lugar?

a. Reposterías especializadas para diabéticos ____
b. Supermercados ____
c. Tiendas naturistas ____
d. Distribuidoras de productos para diabéticos ____

¿Qué otro bien o producto desearía encontrar en la empresa para acompañar el postre?

a. Agua ___ c. Aromáticas ___
b. Jugos ___ d. Café ___

¿Qué otro servicio desearía encontrar en el local de postres?

a. Domicilios ____
b. Atención para ocasiones especiales ____
c. Información nutricional sobre los postres ____
d. Descuentos por fidelidad ____

¿A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse de nuestros productos?

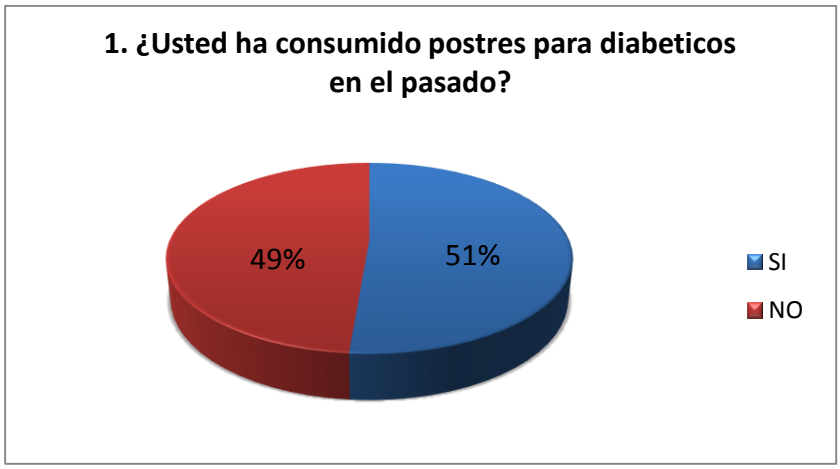
a. Radio ___
b. Televisión ___
c. Internet y redes sociales ___
d. Volantes y publicidad escrita ___

2.4.1.3 Resultados encuestas

Para el desarrollo del estudio de factibilidad se realizaron encuestas en los principales centros comerciales y en dos entidades de salud de Santiago de Cali con el objetivo abarcar mayor cantidad de población de los diferentes estratos de la ciudad.

Las encuestas se realizaron en los centros comerciales Jardín Plaza (48 encuestas), Unicentro (53 encuestas), Cosmocentro (48 encuestas), Palmetto (48 encuestas) y Chipichape (53 encuestas), y el Centro Comercial Único (50encuestas y las entidades de salud Clínica Oftalmológica de Cali (47 encuestas) y el Hospital Universitario del Valle (33 encuestas) para un total de 380 muestras.

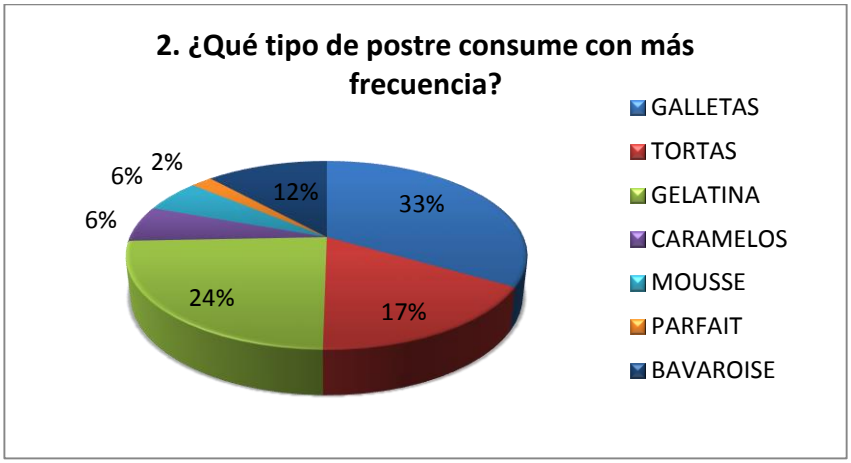
Grafica 4. Pregunta 1 de la encuesta: Consumo de postres en el pasado



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: De la gráfica se puede concluir que de un total de 380 encuestados en diferentes sectores de Santiago de Cali el 51% equivalente a 195 personas ha consumido alguna vez en su vida postres para diabéticos, mientras que 185 personas que representan el 49% nunca lo ha hecho. Se puede concluir que este es un mercado muy poco explotado debido a que poco menos de la mitad de los encuestados no ha consumido postres para diabéticos, esto permite entrar al mercado más fácilmente debido a la poca saturación de estos productos en el mercado.

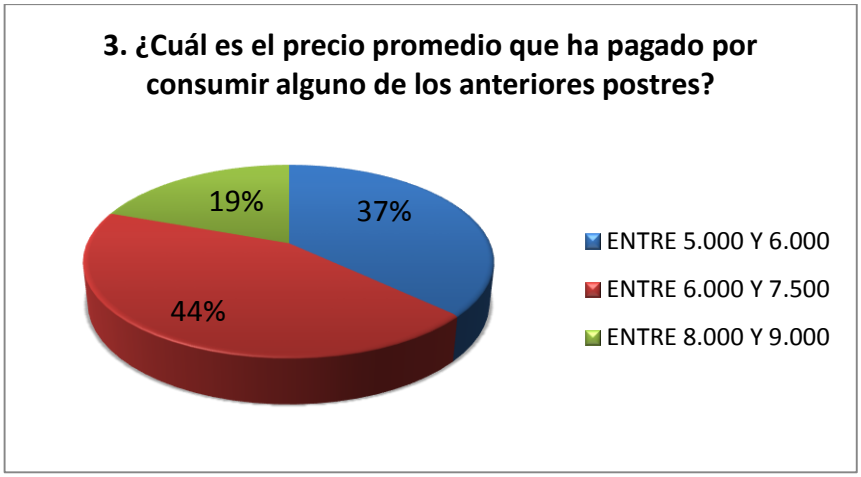
Grafica 5. Pregunta 2 de la encuesta: Frecuencia de consumo de postres



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De la gráfica anterior se puede concluir que los productos que consumen las personas encuestadas en mayor volumen son: las galletas, tortas y gelatinas, con un total de 69, 33, 51 personas respectivamente, ya que son productos de fácil acceso en los supermercados de la ciudad y pueden ser incluidos dentro de los alimentos de la canasta familiar.

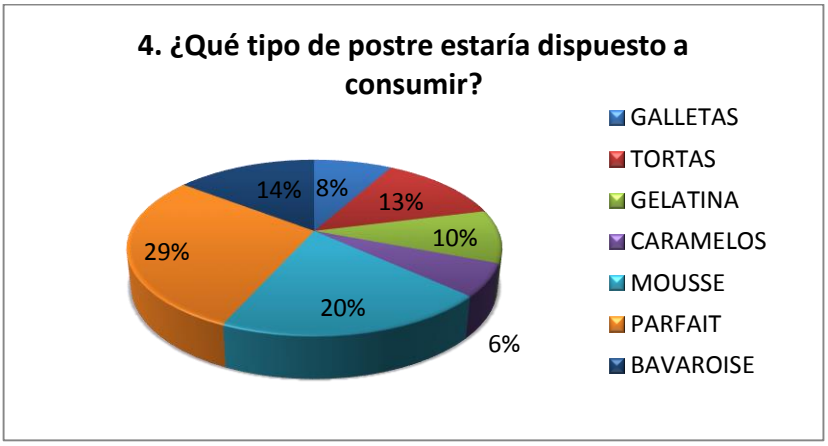
Grafica 6. Pregunta 3 de la encuesta: Promedio de precios de postres consumidos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La grafica muestra el rango de precios promedio que pagan las personas encuestadas por los postres que consumen normalmente, lo que da a Dulce Pecado una visión más clara de los precios de la competencia y así fijar precios adecuados para poder competir en el mercado no solo con calidad sino también con precios.

Grafica 7. Pregunta 4 de la encuesta: Disposición para consumir un tipo de postre

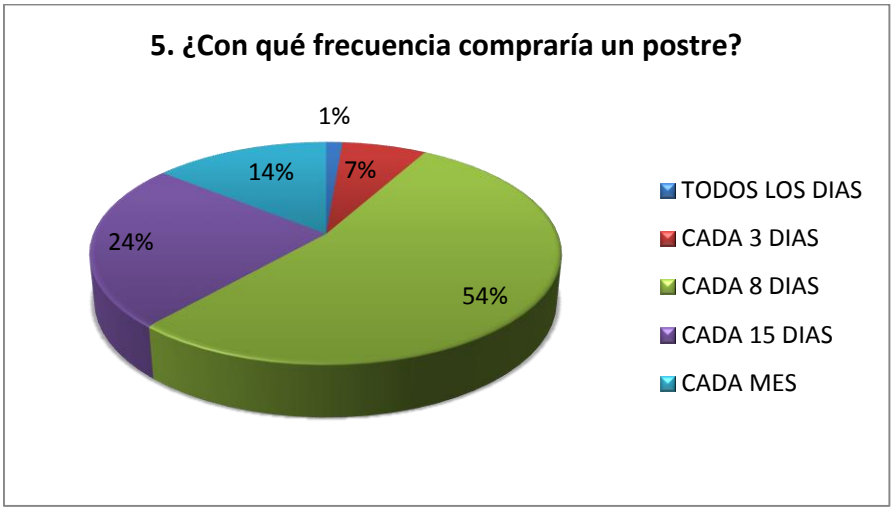


Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La grafica anterior muestra el tipo de postre que estarían dispuestas a consumir los encuestados que no han consumido hasta el momento ningún tipo de postre para diabéticos. Con base en las respuestas obtenidas en

esta pregunta, se puede deducir que el producto con mayor tendencia a ser consumido por lo llamativo de la preparación y a la calidad de los ingredientes sería el Parfait con un 29% equivalente a 53 personas.

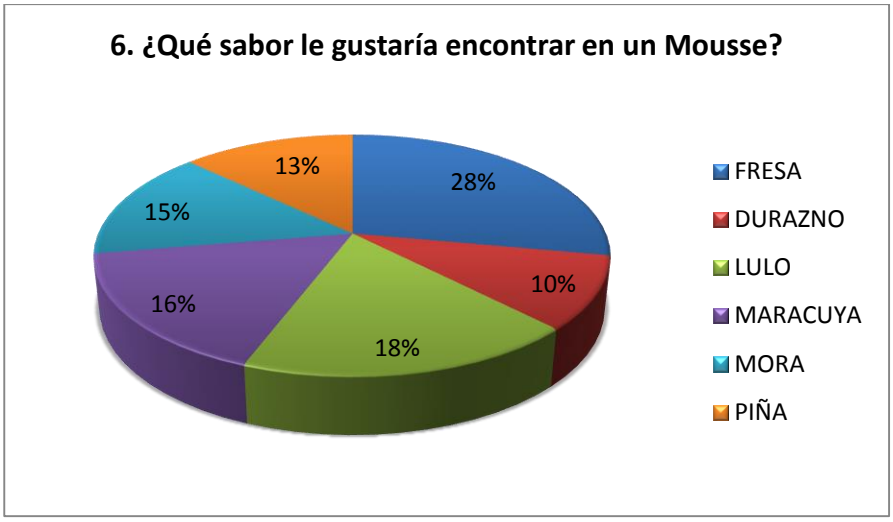
Grafica 8. Pregunta 5 de la encuesta: Frecuencia de compra



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestra en porcentaje la frecuencia con que las personas encuestadas consumen los postres mencionados en las preguntas anteriores. Con esta información se puede concluir que un 54% equivalente a 203 de los encuestados consumen postres cada 8 días lo cual quiere decir que la demanda de este tipo de mercado es muy dinámica lo que resulta favorable para las empresas entrantes como Dulce Pecado.

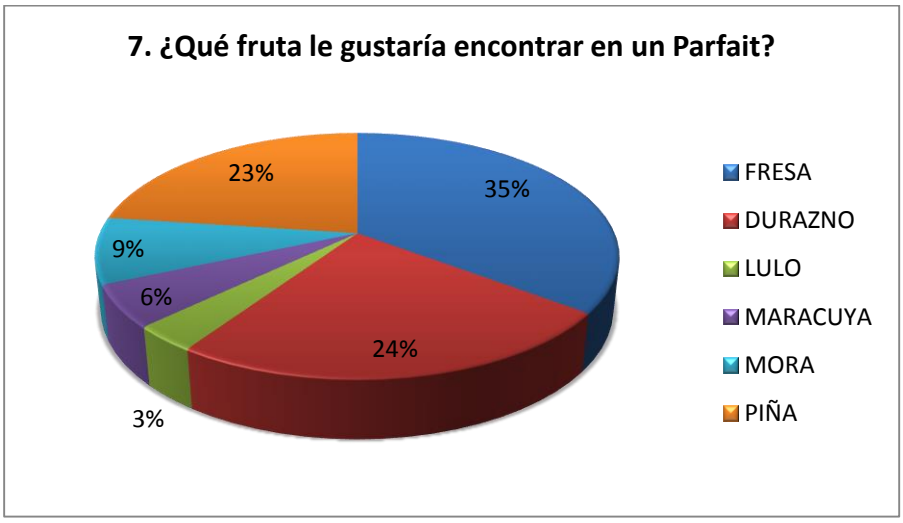
Grafica 9. Pregunta 6 de la encuesta: Preferencias de sabor del Mousse



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: En esta grafica se muestra la variedad de sabores que ofrece Dulce pecado para el mousse. Con la información obtenida se puede concluir que el sabor preferido por los encuestados para este tipo de postre es la fresa con un total de 106 personas que la prefieren; en segundo lugar en preferencia con 69 personas se encuentra el lulo.

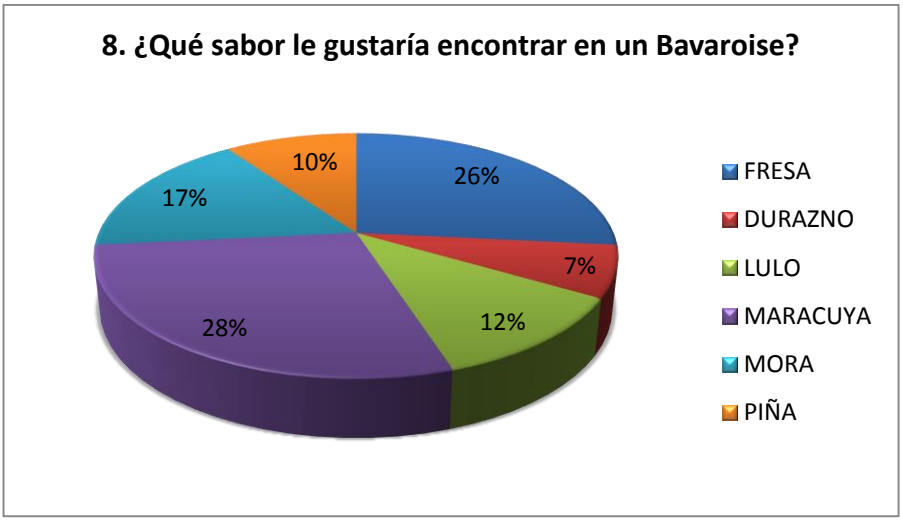
Grafica 10. Pregunta 7 de la encuesta: Preferencia de fruta en el Parfait



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestra la variedad de sabores que ofrece Dulce pecado para el parfait. Con la información obtenida se puede concluir que el sabor preferido por los encuestados para este tipo de postre es la fresa con un total de 134 personas que la prefieren; en segundo lugar en preferencia con 92 personas se encuentra el durazno.

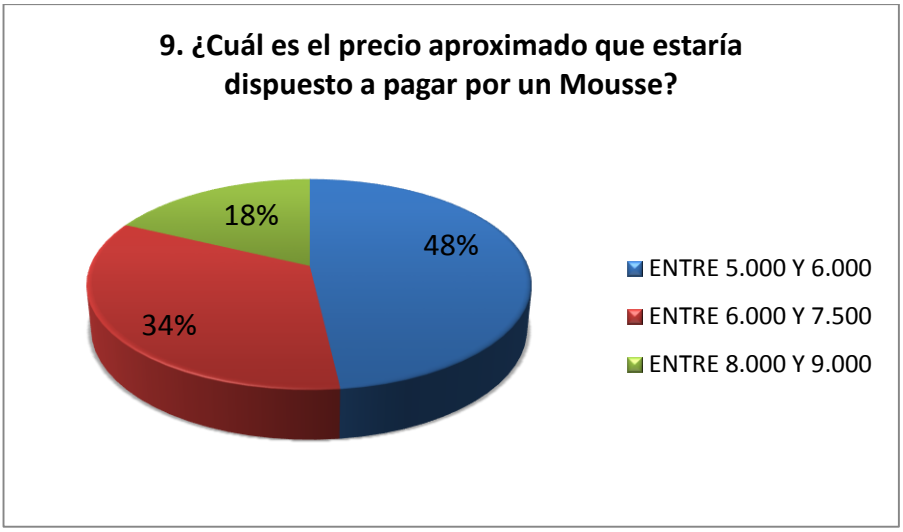
Grafica 11. Pregunta 8 de la encuesta: Preferencia de sabor del Bavaroise



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestra la variedad de sabores que ofrece Dulce pecado para el bavaroise. Con la información obtenida se puede concluir que el sabor preferido por los encuestados para este tipo de postre es el maracuyá con un total de 108 personas que la prefieren; en segundo lugar en preferencia con 101 personas se encuentra la fresa.

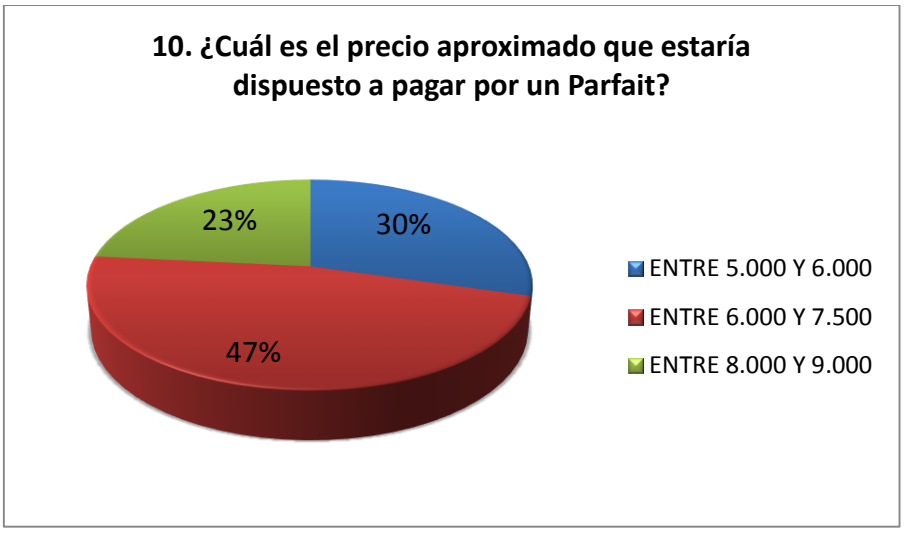
Grafica 12. Pregunta 9 de la encuesta: Precio aproximado dispuesto a pagar por un mousse



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestra el rango de precios aproximado que estarían dispuestos a pagar las personas encuestadas por el mousse. Los resultados de la encuesta arrojaron que el 48% equivalente 183 personas estarían dispuestas a pagar entre 5.000 y 6.000 pesos por este tipo de postre.

Grafica 13. Pregunta 10 de la encuesta: Precio aproximado dispuesto a pagar por un parfait

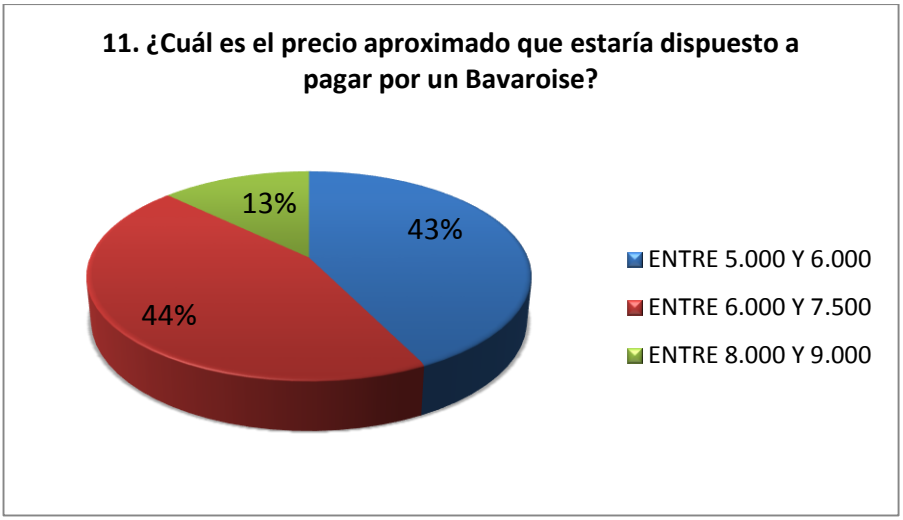


Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestra el rango de precios aproximado que estarían dispuestos a pagar las personas encuestadas por el parfait. Los

resultados de la encuesta arrojaron que el 47% equivalente 179 personas estarían dispuestas a pagar entre 6.000 y 7.500 pesos por este tipo de postre.

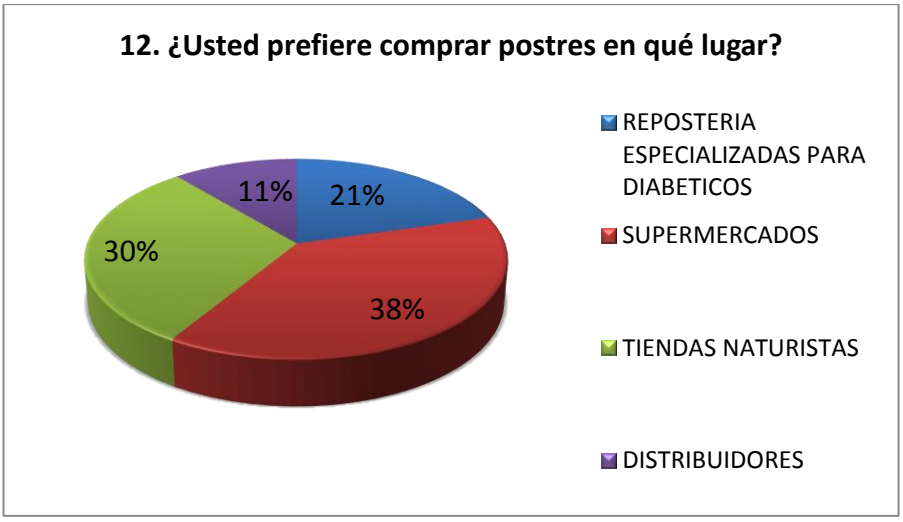
Grafica 14. Pregunta 11 de la encuesta: Precio aproximado dispuesto a pagar por un bavaroise



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestra el rango de precios aproximado que estarían dispuestos a pagar las personas encuestadas por el bavaroise. Los resultados de la encuesta arrojaron que el 44% equivalente 169 personas estarían dispuestas a pagar entre 6.000 y 7.500 pesos por este tipo de postre.

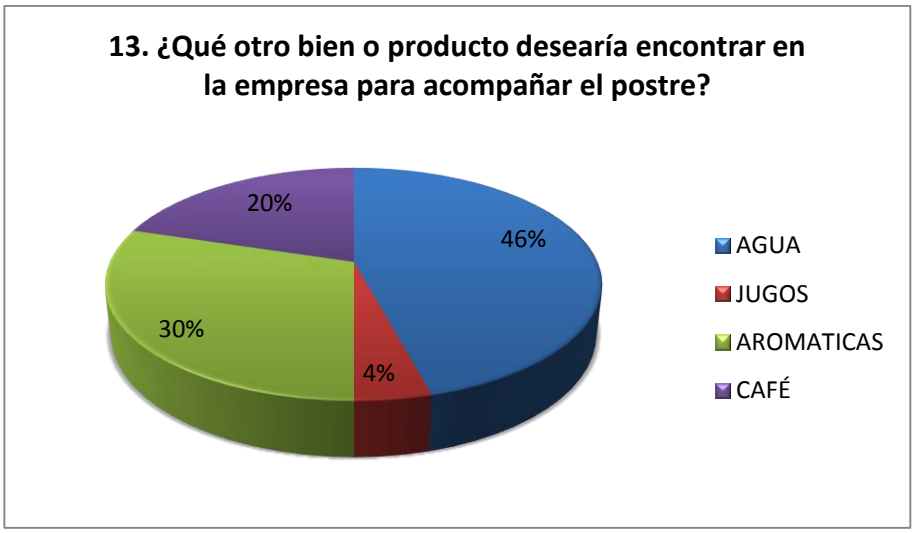
Grafica 15. Pregunta 12 de la encuesta: Preferencia del lugar de compra de postres



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica muestra los lugares preferidos por los encuestados para adquirir un postre. El resultado de la encuesta arrojo que las personas prefieren adquirir este tipo de productos en los supermercados y tiendas naturistas debido al poco conocimiento de empresas distribuidoras de este tipo de productos y la poca existencia de tiendas de repostería especializadas para personas diabéticas.

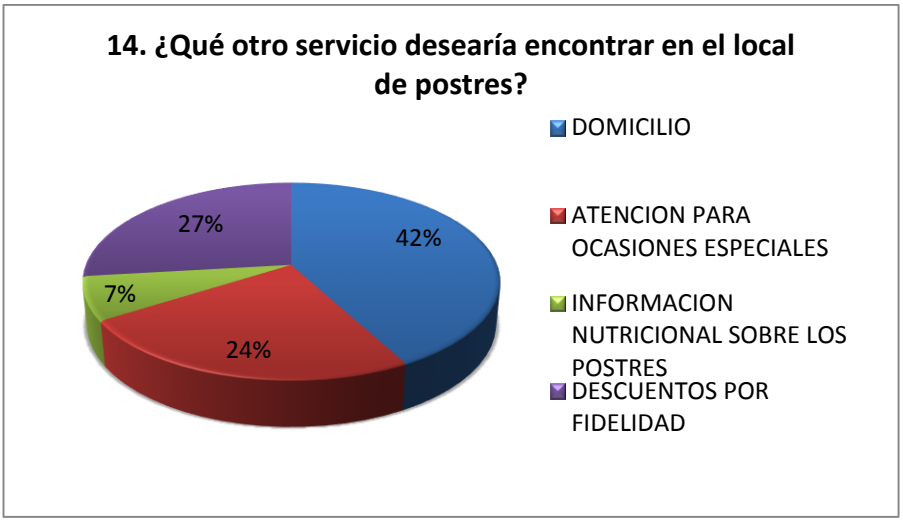
Grafica 16. Pregunta 13 de la encuesta: Bienes o productos deseados para acompañar el postre



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La gráfica muestra la variedad de acompañantes líquidos para consumir un postre. En esa para esta pregunta la empresa arrojo que el 46% que corresponde a 197 personas encuestadas prefieren acompañar los postres con agua mientras que el 30% equivalente 128 personas del total de encuestados prefieren acompañar sus postres con aromáticas.

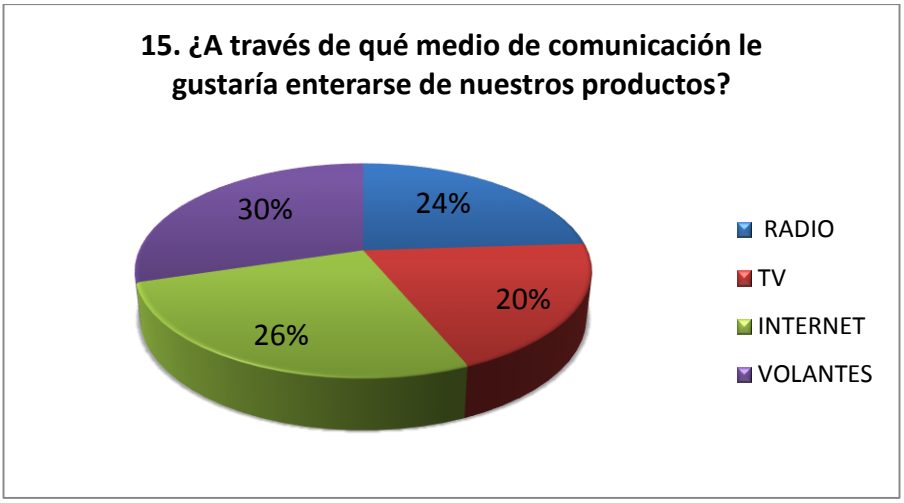
Grafica 17. Pregunta 14 de la encuesta: Otros servicios deseados en el local



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se muestran opciones de otro tipo de servicios que pueden ofrecerse dentro de Dulce Pecado. La encuesta arrojo para esta pregunta que las personas prefieren el servicio a domicilio con un total de 160 personas equivalentes al 42% de los encuestados ya que de esta manera sería más fácil adquirir los productos de la empresa; por otro lado, al 24% de los encuestados les gustaría obtener descuentos en sus compras por la fidelidad a la empresa.

Grafica 18. Pregunta 15 de la encuesta: Medios de comunicación para la publicidad de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En esta grafica se encuentran los diferentes medios de difusión para dar a conocer los productos de la empresa Dulce Pecado. Con los datos obtenidos de la encuesta se pudo concluir que las personas prefieren enterarse de los productos por medio de volantes y el internet con un porcentaje de 30% y 26% respectivamente.

2.5 PLAN DE MERCADEO

En el plan de mercadeo se plantean todas las estrategias de precio, venta, promoción y distribución que se utilizarán para alcanzar los objetivos planteados inicialmente en el estudio de factibilidad dentro de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos, proporcionando una ventaja competitiva frente a los competidores.

2.5.1 Estrategia de precios

Las estrategias de precio permiten a la organización entrar en el mercado y atraer clientes que deseen adquirir los productos ofrecidos por la empresa, el fin fundamental de implementar estrategias de precios en la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos es incrementar de

manera significativa el número de consumidores de postres para en el desarrollo de las actividades comerciales y así mismo los ingresos de la organización.

Las decisiones acerca de la compra de un producto son tomadas en sobre la base de la percepción de la relación entre la calidad y el precio (Johnson, Scholes & Whittington, 2010). Algunas de las estrategias que podrían utilizarse están fundamentadas en las ocho trayectorias del reloj estratégico de Cliff Bowman como se plantea a continuación:

La trayectoria 4 que utilizará en la empresa hace referencia a las estrategias de diferenciación las cuales se basan en la creación de estrategias competitivas mediante el ofrecimiento de mejores productos a un precio ligeramente mayor buscando aumentar el margen de rentabilidad de la Organización (Johnson et al., 2010). Este tipo de estrategia es la que mejor se relaciona con el producto ofrecido en la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos, puesto que se tiene un precio alto y de igual forma el valor percibido por los clientes es alto debido a que los endulzantes utilizados en la elaboración de los postres son especiales para diabéticos. Se ofrecen productos de excelente calidad a un precio un poco superior al de los competidores.

- El precio de cada postre se fijará mediante la sumatoria del costo de materias primas, el costo de la mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, luego de obtener el coste total de cada producto se fijara un margen de utilidad; ahora sumado el coste total y el valor real del margen de utilidad se obtendrá como resultado el precio final de venta al público. El precio no solo está basado en los costes sino también en la calidad del proceso de producción y del servicio que dan valor añadido al producto.

- Todas las ventas se realizaran de contado puesto que el cliente deberá cancelas los productos antes de ser consumidos, esto brinda la certeza de obtener los ingresos inmediatamente en el momento de la venta.
- Del portafolio de productos que está integrado por 18 diferentes postres se elegirá, un día a la semana, un producto estrella y se hará promoción de precio ofreciendo un descuento por su compra. En el cuadro a continuación se describen los productos que integran el portafolio de productos de la empresa.

Cuadro 15. Portafolio de Productos

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS		
MOUSSE	**PARFAIT**	**BAVAROISE**
Fresa	Fresa	Fresa
Maracuyá	Maracuyá	Maracuyá
Durazno	Durazno	Durazno
Lulo	Lulo	Lulo
Mora	Mora	Mora
Piña	Piña	Piña

Fuente: Elaboración Propia

2.5.2 Estrategia de venta

Estas estrategias ayudan a la empresa a mantenerse en el mercado; alcanzando los objetivos de volumen de ventas la empresa puede cumplir con sus obligaciones, exceder el punto de equilibrio y obtener ganancias significativas; es de suma importancia que la organización aplique estrategias de ventas que faciliten la atracción de nuevos clientes y la permanencia de los clientes iniciales.

Se utilizara una de las cuatro estrategias genéricas de Porter: la estrategia de focalización en diferenciación, que se enfoca en un segmento del mercado específico basado en el análisis de necesidades, gustos, costumbres, entre otros (Francés, 2006).

Algunas de las estrategias que pueden implementarse en la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos son:

- Los esfuerzos de ventas de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos se centraran en la identificación clientes potenciales y atracción de clientes iniciales, el segmento del mercado al que van dirigidos los productos son personas jóvenes o adultos que padecen de diabetes tipo 1 y tipo 2, tanto hombres como mujeres que tienen una vida social activa y quienes disfrutan de los dulces sin que puedan afectar su salud.
- Enfocar las ventas principalmente a un público diabético de estrato medio alto ya que estos tienen un mayor poder adquisitivo, por esta razón el local se ubicará en la comuna 17 en el barrio El Limonar, sector en el cual predominan los estratos 4 y 5.
- La empresa manejará un portafolio de productos diversificado y mucho más amplio que el de la competencia, también brindará asesoría acerca del adecuado consumo de postes para diabéticos y sus propiedades nutricionales. Estos detalles dentro del servicio atraerán clientes y aumentaran las ventas.
- La calidad de los productos y el servicio de atención al cliente juegan un papel importante al momento de alcanzar una venta, es por esto que la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos hará énfasis en la calidad de sus materias primas, los procesos productivos y los procesos de almacenamiento que permiten mantener la calidad del producto hasta el momento de entrega del mismo en donde también se observará el excelente servicio al cliente.

2.5.3 Estrategia promocional

Las estrategias de promoción son todos aquellos planes o instrumentos que se utilizan para dar a conocer la empresa dentro del mercado, para anunciar los productos que se ofrecen y las características que los hacen especiales y de esta manera atraer más eficientemente a los clientes. Las estrategias de promoción que utilizará la empresa serán:

- Es primordial que la empresa se represente a través de un nombre llamativo, un logotipo adecuado y un eslogan acorde a la actividad de la empresa; por lo cual se elegirán colores suaves y de sensación dulce y esponjosa entre el blanco, el rosa y el fucsia, un logotipo que denote experiencia donde resalte a la vista un gorro de chef y un eslogan atractivo que deje entender que los postres son sanos y no afectarán la salud del consumidor.
- En la inauguración de la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos se ofrecerán degustaciones de los productos y se explicaran sus características nutricionales, físicas y químicas, se realizará una charla con un médico nutricionista y un endocrinólogo que responderá dudas acerca de la alimentación y nutrición de las personas diabéticas.
- Se repartirán fliers o publicidad escrita en la puerta del local y en las calles principales aledañas a la empresa.
- Una vez al mes y durante una semana se hará el Festival del Mousse o del Parfait o del Bavaroise, en el festival se ofrecerán combos de postres dependiendo de la categoría elegida por los administradores de la empresa.
- En el día mundial de la diabetes que tiene lugar cada 14 de noviembre, se realizaran promociones de 2x1 en todos los postres del portafolio de Dulce Pecado y actividades extracurriculares como charlas y rifas, de esta manera se incentivará el consumo de postres y la atracción de nuevos clientes.
- Se crearán cupones de descuento que se repartirán a todos los clientes durante la compra de algún producto, este cupón será redimible al siguiente mes y tendrá un descuento por valor del 15%.

2.5.4 Estrategia distribución

La empresa trabajará por medio de un canal de distribución directa productor-consumidor, ya que permiten tener un contacto y una relación más cercana con el cliente por medio de la atención de un personal capacitado capaz de brindar asesorías acerca del producto que se va a consumir. Por otro lado permite

conocer las necesidades del consumidor y escuchar opiniones y sugerencias que permitan realizar mejoras en la prestación del servicio o en el producto.

2.6 POLÍTICAS DE SERVICIO

Descripción: En este documento se definen las políticas de servicio al cliente que todos los miembros de Dulce Pecado deben acatar, con la finalidad de unificar criterios éticos para ofrecer un excelente servicio al cliente satisfaciendo las necesidades de los mismos.

Objetivo: Mantener una relación sana y cordial entre empleados y clientes de la empresa, permitiendo un servicio de excelente calidad.

Alcance: Las siguientes políticas de servicio al cliente se aplican a todo el personal contratado en Dulce Pecado.

2.6.1 Políticas de servicio al cliente

- Los empleados de Dulce Pecado están en la obligación de ofrecer productos y servicios de excelente calidad, procurando la satisfacción total de cada uno de los clientes que ingresen al local.

- Siempre se debe saludar al cliente con expresiones cordiales como: Buenos Días, Buenas Tardes o Buenas Noches y referirse al cliente como Señor o Señora. Al momento de despedir al cliente se pueden utilizar frases como: Gusto en atenderlo, gracias por su compra o regrese pronto.

- Todos los empleados deben conocer el menú de postres y cada uno de sus ingredientes, propiedades organolépticas y nutricionales, todo esto con el propósito de brindar la asesoría adecuada a la hora de atender a un cliente.

- El tiempo de espera entre la toma del pedido de los postres y la entrega de los mismos no puede exceder de los 10 minutos. Mientras la cocina prepara el pedido, el personal de atención deberá ofrecer agua u otra bebida al cliente. En el caso de

que sea un pedido para llevar, se debe ofrecer una silla e igualmente algo para beber.

- Las relaciones entre cliente y empleado deberán llevarse en un ambiente de amabilidad, respeto, honestidad y sin exceso de confianza; recuerde llevar siempre una sonrisa sincera y cálida.

- Los empleados jamás y por ningún motivo deberán mantener discusiones de ningún tipo con el cliente.

- Cualquier inquietud, duda, queja, reclamo o sugerencia por parte de los clientes debe ser remitida inmediatamente al gerente de alimentos y bebidas o al gerente general.

- Al terminar el servicio de atención, el empleado deberá solicitar amablemente al cliente la realización de una pequeña encuesta sobre la percepción del servicio recibido; con el fin de evaluar, analizar y remediar las falencias y destacar los aciertos del mismo.

- Después de cada servicio y cuando el cliente se retire de la mesa, el trabajador debe limpiar las superficies y acomodar correctamente las sillas para el siguiente servicio.

3 ESTUDIO TECNICO OPERATIVO

3.1 INGENIERÍA DE PROYECTO

3.1.1 Producto

Dentro del portafolio de la empresa se tienen tres categorías de postres (mousse, parfait y bavaroise) y 6 diferentes sabores de fruta en cada categoría (fresa, durazno, lulo, maracuyá, mora y piña), lo que suma 18 postres diferentes para que los clientes puedan escoger. La productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado fabricará sus postres con la más alta calidad no solo de materia prima sino en cuanto a la calidad de los procesos de elaboración y al personal calificado que hace parte del proceso de producción. Cada categoría de postre posee características físicas, químicas, organolépticas y nutricionales que los hacen diferentes, únicos y aptos para ser consumidos por personas que padecen diabetes.

La materia prima que se utilizará está compuesta por productos lácteos bajos en grasas y libre de lactosa (azúcar de la leche), frutas especialmente seleccionadas por la cantidad de azúcar que poseen, huevos frescos de la mejor calidad, un endulzante especial para diabéticos (sucralosa) aprobado por la organización mundial de la salud y la Agencia de Alimentos y Medicamentos Americana, frutos secos, gelatina sin sabor, entre otros. Cada categoría de postre tiene procesos de producción diferentes, tanto los mousse, los parfait y los bavaroise tienen pasos específicos que deben ser seguidos a la perfección, de lo contrario se atenta contra la calidad e integridad del producto. A continuación las fichas técnicas de cada categoría de postre explicaran de manera fácil cada característica específica:

Cuadro 16. Ficha Técnica Mousse de Fruta

<table>
<tr><td colspan="3">SANTO PECADO
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE POSTRES PARA DIABETICOS
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL PRODUCTO</td><td colspan="2">MOUSSE DE FRUTA</td></tr>
<tr><td>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</td><td colspan="2">Producto a base de claras de huevo, crema de leche descremada y deslactosada, pulpa de fruta, endulzante especial (sucralosa) y gelatina sin sabor.

Su preparación se lleva a cabo mediante la mezcla de ingredientes y larga refrigeración. Al final se obtiene un producto esponjoso, estable y suave al paladar.</td></tr>
<tr><td>LUGAR DE ELABORACION DEL PRODUCTO</td><td colspan="2">Planta de producción ubicada en Santiago de Cali, barrio El Limonar, Autopista Sur –Oriental entre carrera 66 y 68. Temperatura promedio 24.7ºc</td></tr>
<tr><td rowspan="9">PORCENTAJE DE INGREDIENTES (PORCION DE 200 Gr)</td><td>Pulpa de fruta</td><td>33,5%</td></tr>
<tr><td>Zumo de limón</td><td>7%</td></tr>
<tr><td>Endulzante</td><td>0,5%</td></tr>
<tr><td>Gelatina sin sabor</td><td>1,5%</td></tr>
<tr><td>Clara de huevo</td><td>4%</td></tr>
<tr><td>Crema de leche</td><td>17%</td></tr>
<tr><td>Decoración</td><td>11%</td></tr>
<tr><td>Hoja de menta</td><td>0,5%</td></tr>
<tr><td>Salsa de fruta</td><td>25%</td></tr>
<tr><td>PRESENTACION Y EMPAQUE COMERCIAL</td><td colspan="2">Servicio a manteles: Plato en cerámica blanca de 21cm, porción de 200 gramos.

Servicio para llevar: empaque plástico de 200 gramos, bolsa térmica y caja de cartón con el logo de la empresa.</td></tr>
<tr><td>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</td><td colspan="2">Mezcla de sabor dulce y salsa de sabor semi – acido, textura suave y esponjosa al paladar, su color depende de la pulpa.</td></tr>
<tr><td>FOTOGRAFIA DEL PRODUCTO</td><td colspan="2"> </td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 17. Ficha Técnica Parfait de Fruta

<table>
<tr><td colspan="3">SANTO PECADO
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE POSTRES PARA DIABETICOS
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</td></tr>
<tr><td>NOMBRE DEL PRODUCTO</td><td colspan="2">PARFAIT DE FRUTA</td></tr>
<tr><td>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</td><td colspan="2">Postre congelado a base de merengue italiano, crema de leche descremada y libre de lactosa, frutas frescas, frutos secos, yogurt y endulzante especial (sucralosa).

Su preparación se lleva a cabo mediante la organización de ingredientes picados y batidos en una copa de vidrio alta. Al final se obtiene un producto en capaz visibles.</td></tr>
<tr><td>LUGAR DE ELABORACION DEL PRODUCTO</td><td colspan="2">Planta de producción ubicada en Santiago de Cali, barrio El Limonar, Autopista Sur –Oriental entre carrera 66 y 68. Temperatura promedio 24.7ºc</td></tr>
<tr><td rowspan="9">PORCENTAJE DE INGREDIENTES (PORCION DE 200 Gr)</td><td>Fruta entera</td><td>33,5%</td></tr>
<tr><td>Crema de leche</td><td>16,5%</td></tr>
<tr><td>Clara de huevo</td><td>4,1%</td></tr>
<tr><td>Frutos secos</td><td>6%</td></tr>
<tr><td>Yogurt</td><td>12,5%</td></tr>
<tr><td>Endulzante</td><td>0,5%</td></tr>
<tr><td>Salsa de fruta</td><td>19,4%</td></tr>
<tr><td>Decoración</td><td>7%</td></tr>
<tr><td>Hoja de menta</td><td>0,5%</td></tr>
<tr><td>PRESENTACION Y EMPAQUE COMERCIAL</td><td colspan="2">Servicio a manteles: Copa de vidrio alta para helado, porción de 200 gramos.

Servicio para llevar: empaque plástico con tapa tipo copa de 200 gramos, bolsa térmica y caja de cartón con el logo de la empresa.</td></tr>
<tr><td>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</td><td colspan="2">Mezcla de claras de sabor dulce y salsa de sabor semi – acido, textura suave y crujiente al paladar, su color depende de la fruta que se utilice.</td></tr>
<tr><td>FOTOGRAFIA DEL PRODUCTO</td><td colspan="2"> </td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 18. Ficha Técnica Bavaroise de Fruta

SANTO PECADO PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE POSTRES PARA DIABETICOS FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	**BAVAROISE DE FRUTA**	
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Postre hecho a partir de yemas de huevo, gelatina sin sabor, crema de leche descremada y libre de lactosa, pulpas de frutas frescas, endulzado con productos artificiales certificados (sucralosa). Su preparación se lleva a cabo mediante cocción a fuego alto, temperado de ingredientes y larga refrigeración. Al final se obtiene un producto cremoso y estable al paladar.	
LUGAR DE ELABORACION DEL PRODUCTO	Planta de producción ubicada en Santiago de Cali, barrio El Limonar, Autopista Sur –Oriental entre carrera 66 y 68. Temperatura promedio 24.7ºc	
PORCENTAJE DE INGREDIENTES (PORCION DE 200 Gr)	Pulpa de fruta	30,5%
	Crema de leche	15%
	Gelatina sin sabor	1,4%
	Yema de huevo	3,9%
	Leche y agua	15,9% y 0,7%
	Fécula de maíz	2,3%
	Endulzante	0,5%
	Decoración	6,4%
	Salsa de fruta	22,9%
	Hoja de menta	0,5%
PRESENTACION Y EMPAQUE COMERCIAL	Servicio a manteles: Plato en cerámica blanca de 21cm, porción de 200 gramos. Servicio para llevar: empaque plástico de 200 gramos, bolsa térmica y caja de cartón con el logo de la empresa.	
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Mezcla de sabor dulce y salsa de sabor semi – acido, textura suave y cremosa, su color depende de la fruta que se utilice.	
FOTOGRAFIA DEL PRODUCTO		

Fuente: Elaboración propia

Entre los materiales e insumos utilizados en el proceso de producción de las tres categorías se encuentran los insumos principales o materia prima y los insumos secundarios que son utilizados para la fabricación de los postres.

Cuadro 19. Materiales e Insumos

MATERIALES E INSUMOS
INSUMOS PRIMARIOS
Endulzantes para diabéticos certificados (sucralosa)
Productos lácteos libres de lactosa y grasa (Crema de leche y yogurt libre de grasa y lactosa)
Frutas frescas (fresa, durazno, lulo, maracuyá, mora, piña)
Huevos frescos
Frutos secos (almendras, nueces, pistachos, maní)
INSUMOS SECUNDARIOS
Cajas de cartón con logo de la empresa
Bolsas térmicas
Moldes de 200 Gramos de volumen en material plástico

Fuente: Elaboración propia

Como se dijo anteriormente los productos que consumen los diabéticos debe tener ciertas características químicas por ejemplo deben tener pocas calorías, pocos carbohidratos y ser bajos en azúcares, es importante conocer este tipo de información pues de esta manera las personas que padecen diabetes podrán tener un mayor control sobre su dieta y asegurarse de que los productos ofrecidos por Dulce Pecado son aptos para su consumo.

Para el análisis a profundidad de cada sabor de postre de las tres categorías se presentan a continuación las tablas nutricionales de todos los mousse, parfait y bavaroise que Dulce Pecado tiene dentro de su portafolio con sus respectivos ingredientes y gramaje. Las tablas nutricionales se construyeron con la ayuda de una calculadora nutricional encontrada en la web, en primer lugar se escoge el ingrediente y el gramaje que será utilizado en el postre y luego la calculadora automáticamente realiza el cálculo de todas las propiedades nutricionales.

Cuadro 20. Tabla Nutricional Mousse de Fresa – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de fresa	67	20,5	0,25	3,5	1,1	0,52	35	1,9	13,7	0,29
Zumo de limon	14	1,7	0,02	0,19	0,27	0,049	4,3	0,16	1,3	0,02
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Clara de Huevo	8	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Crema de leche	34	12,6	0,068	1,7	0	1,3	0,58	0	41,1	0,031
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
Salsa fresa	50	15,3	0,19	2,6	0,8	0,38	26,1	1,4	10,2	0,22
TOTAL		**69,3**	**0,6**	**8,8**	**2,5**	**5,8**	**73,6**	**6,0**	**72,8**	**0,7**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 21.Tabla Nutricional Mousse de Durazno – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de durazno	67	30,0	0,06	6,2	1,3	0,54	22,3	5,2	4,2	0,24
Jugo de naranja	14	6,1	0,028	1,3	0,098	0,097	5,5	0,36	1,5	0,021
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Clara de huevo	8	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Crema de leche	34	12,6	0,068	1,7	0	1,3	0,58	0	41,1	0,031
Durazno decoracion	30	13,4	0,027	2,8	0,59	0,24	10	2,3	1,9	0,11
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
Salsa de naranja	50	21,8	0,1	4,7	0,35	0,35	19,5	1,3	5,4	0,075
TOTAL		**98,8**	**0,3**	**16,8**	**2,4**	**6,0**	**58,2**	**11,3**	**57,7**	**0,5**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 22. Tabla Nutricional Mousse de Lulo – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de lulo	67	16,7	0,073	6,2	0,1	0,43	24,6	0	10,53	0,67
Zumo de limon	14	1,7	0,02	0,19	0,27	0,049	4,3	0,16	1,3	0,02
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Clara de huevo	8	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Crema de leche	34	12,6	0,068	1,7	0	1,3	0,58	0	41,1	0,031
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
Salsa de lulo	50	12,5	0,055	4,6	0,08	0,32	18,43	0	7,86	0,505
TOTAL		**62,7**	**0,3**	**13,5**	**0,8**	**5,7**	**55,6**	**2,7**	**67,3**	**1,4**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 23. Tabla Nutricional Mousse de Maracuyá – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de maracuya	67	22,1	0,16	3,9	0,59	0,97	9,8	44,5	6,9	0,53
Zumo de limon	14	1,7	0,02	0,19	0,27	0,049	4,3	0,16	1,3	0,02
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Clara de huevo	8	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Crema de leche	34	12,6	0,068	1,7	0	1,3	0,58	0	41,1	0,031
Carambolo decoracion	30	9,3	0,378	2,019	1,89	0,114	6,6	0	0,081	0,12
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
Salsa de maracuya	50	16,5	0,12	2,9	0,44	0,73	7,3	33,2	5,2	0,4
TOTAL		**77,1**	**0,8**	**10,8**	**3,3**	**6,6**	**28,9**	**80,0**	**58,2**	**1,2**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 24. Tabla Nutricional Mousse de Mora – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de mora	67	30,2	0,67	4,2	2,1	0,8	11,4	30,2	29,5	0,6
Zumo de limon	14	1,7	0,02	0,19	0,27	0,049	4,3	0,16	1,3	0,02
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Clara de huevo	8	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Crema de leche	34	12,6	0,068	1,7	0	1,3	0,58	0	41,1	0,031
Carambolo decoracion	30	9,3	0,378	2,019	1,89	0,114	6,6	0	0,081	0,12
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
Salsa de mora	50	22,5	0,5	3,1	1,6	0,6	8,5	22,5	22	0,45
TOTAL		**91,2**	**1,7**	**11,3**	**5,9**	**6,3**	**31,7**	**55,0**	**97,6**	**1,3**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 25. Tabla Nutricional Mousse de Piña – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de piña	67	19,4	0,15	4	0,73	0,17	5,7	2,3	5,5	0,16
Jugo de naranja	14	6,1	0,028	1,3	0,098	0,097	5,5	0,36	1,5	0,021
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Clara de huevo	8	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Crema de leche	34	12,6	0,068	1,7	0	1,3	0,58	0	41,1	0,031
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
Salsa de naranja	50	21,8	0,1	4,7	0,35	0,35	19,5	1,3	5,4	0,075
TOTAL		**79,1**	**0,4**	**12,6**	**1,5**	**5,5**	**38,9**	**6,5**	**60,0**	**0,4**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 26. Tabla Nutricional Parfait de Fresa – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Fruta entera fresa	67	20,5	0,25	3,5	1,1	0,52	35	1,9	13,7	0,29
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Clara de Huevo	8,25	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Almendras	3	18,3	1,6	0,2	0,4	0,7	0	0,03	7,2	0,095
Nueces	3	19,45	1,9	0,13	0,175	0,435	0,08	0,135	2,6	0,085
Pistachos	3	9,95	0,85	0,19	0,175	0,29	0,115	0,415	2,25	0,12
Mani	3	16,9	1,4	0,235	0,49	0,75	0	0,01	1,8	0,075
Yogurt	25	11,2	0,08	1,6	0	1,1	0,4	0,2	35	0,023
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salsa de fresa	38,8	7,7	0,095	1,3	0,4	0,19	13	0,71	5,1	0,11
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**125,27**	**6,3204**	**9,612**	**3,04**	**6,353**	**56,8**	**5,9**	**113,76**	**0,957**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 27. Tabla Nutricional Parfait de Durazno – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Fruta entera durazno	67	30,0	0,06	6,2	1,3	0,54	22,3	5,2	4,2	0,24
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Clara de Huevo	8,25	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Almendras	3	18,3	1,6	0,2	0,4	0,7	0	0,03	7,2	0,095
Nueces	3	19,45	1,9	0,13	0,175	0,435	0,08	0,135	2,6	0,085
Pistachos	3	9,95	0,85	0,19	0,175	0,29	0,115	0,415	2,25	0,12
Mani	3	16,9	1,4	0,235	0,49	0,75	0	0,01	1,8	0,075
Yogurt	25	11,2	0,08	1,6	0	1,1	0,4	0,2	35	0,023
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salsa de mandarina	38,8	8,5	0,038	1,7	0,34	0,12	6,1	12,3	6,6	0,057
durazno decoracion	30	13,4	0,027	2,8	0,59	0,24	10	2,3	1,9	0,11
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**144,67**	**6,0474**	**14,782**	**3,55**	**6,433**	**39,9**	**22,69**	**104,76**	**0,903**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 28. Tabla Nutricional Parfait de lulo – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Fruta entera lulo	67	16,7	0,073	6,2	0,1	0,43	24,6	0	10,53	0,67
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Clara de Huevo	8,25	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Almendras	3	18,3	1,6	0,2	0,4	0,7	0	0,03	7,2	0,095
Nueces	3	19,45	1,9	0,13	0,175	0,435	0,08	0,135	2,6	0,085
Pistachos	3	9,95	0,85	0,19	0,175	0,29	0,115	0,415	2,25	0,12
Mani	3	16,9	1,4	0,235	0,49	0,75	0	0,01	1,8	0,075
Yogurt	25	11,2	0,08	1,6	0	1,1	0,4	0,2	35	0,023
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salsa de lulo	38,8	6,25	0,0275	2,33	0,04	0,162	9,21	0	3,93	0,25
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**120,02**	**6,0759**	**13,342**	**1,68**	**6,235**	**42,61**	**3,29**	**109,42**	**1,477**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 29. Tabla Nutricional Parfait de Maracuyá – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Fruta entera maracuya	67	22,1	0,16	3,9	0,59	0,97	9,8	44,5	6,9	0,53
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Clara de Huevo	8,25	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Almendras	3	18,3	1,6	0,2	0,4	0,7	0	0,03	7,2	0,095
Nueces	3	19,45	1,9	0,13	0,175	0,435	0,08	0,135	2,6	0,085
Pistachos	3	9,95	0,85	0,19	0,175	0,29	0,115	0,415	2,25	0,12
Mani	3	16,9	1,4	0,235	0,49	0,75	0	0,01	1,8	0,075
Yogurt	25	11,2	0,08	1,6	0	1,1	0,4	0,2	35	0,023
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salsa de maracuya	38,8	8,2	0,061	1,5	0,22	0,36	3,7	16,6	2,6	0,2
Manzana verde decoraci	30	14,4	0,096	3	0,54	0,084	3,3	0,8	1,5	0,15
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**137,47**	**6,2394**	**12,482**	**2,67**	**6,947**	**18,3**	**64,79**	**103,06**	**1,376**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 30. Tabla Nutricional Parfait de Mora – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Fruta entera mora	67	30,2	0,67	4,2	2,1	0,8	11,4	30,2	29,5	0,6
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Clara de Huevo	8,25	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Almendras	3	18,3	1,6	0,2	0,4	0,7	0	0,03	7,2	0,095
Nueces	3	19,45	1,9	0,13	0,175	0,435	0,08	0,135	2,6	0,085
Pistachos	3	9,95	0,85	0,19	0,175	0,29	0,115	0,415	2,25	0,12
Mani	3	16,9	1,4	0,235	0,49	0,75	0	0,01	1,8	0,075
Yogurt	25	11,2	0,08	1,6	0	1,1	0,4	0,2	35	0,023
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salsa de mora	38,8	11,3	0,25	1,6	0,79	0,3	4,3	11,3	11	0,23
Carambolo decoracion	30	9,3	0,378	2,019	1,89	0,114	6,6	0	0,081	0,12
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**143,57**	**7,2204**	**11,901**	**6,1**	**6,747**	**23,8**	**44,39**	**132,641**	**1,446**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 31. Tabla Nutricional Parfait de Piña – Porción de 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Fruta entera piña	67	19,4	0,15	4	0,73	0,17	5,7	2,3	5,5	0,16
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Clara de Huevo	8,25	4,1	0,017	0,058	0	0,92	0,025	0	0,91	0,017
Almendras	3	18,3	1,6	0,2	0,4	0,7	0	0,03	7,2	0,095
Nueces	3	19,45	1,9	0,13	0,175	0,435	0,08	0,135	2,6	0,085
Pistachos	3	9,95	0,85	0,19	0,175	0,29	0,115	0,415	2,25	0,12
Mani	3	16,9	1,4	0,235	0,49	0,75	0	0,01	1,8	0,075
Yogurt	25	11,2	0,08	1,6	0	1,1	0,4	0,2	35	0,023
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Salsa de naranja	38,8	8	0,035	1,6	0,4	0,15	8,9	5,9	7,2	0,086
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**124,47**	**6,1604**	**10,412**	**2,67**	**5,963**	**23,4**	**11,49**	**107,66**	**0,803**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 32. Tabla Nutricional Bavaroise de Fresa – Porción 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de fresa	67	20,5	0,25	3,5	1,1	0,52	35	1,9	13,7	0,29
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Yema de Huevo	8,5	30	2,7	0,026	0		0	75,3	11,9	0,61
Leche	35	13	0,07	1,7	0	1,4	0,6	0	42,3	0,032
Fecula de maiz	5	17,8	0,004	4,4	0,03	0,021	0	0	0,05	0,025
Agua	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Salsa fresa	50	15,3	0,19	2,6	0,8	0,38	26,1	1,4	10,2	0,22
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**123,9**	**3,3**	**14,6**	**2,2**	**6,3**	**69,9**	**81,1**	**123,7**	**1,3**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 33. Tabla Nutricional Bavaroise de Durazno – Porción 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de durazno	67	30,0	0,06	6,2	1,3	0,54	22,3	5,2	4,2	0,24
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Yema de Huevo	8,5	30	2,7	0,026	0		0	75,3	11,9	0,61
Leche	35	13	0,07	1,7	0	1,4	0,6	0	42,3	0,032
Fecula de maiz	5	17,8	0,004	4,4	0,03	0,021	0	0	0,05	0,025
Agua	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Durazno decoracion	14	6,3	0,013	1,3	0,28	0,11	4,7	1,1	0,88	0,05
Salsa de mandarina	50	17	0,076	3,5	0,68	0,24	12,2	24,7	13,1	0,11
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**137**	**3**	**19**	**2**	**6**	**41**	**108**	**115**	**1**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 34. Tabla Nutricional Bavaroise de Lulo – Porción 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de lulo	67	16,7	0,073	6,2	0,1	0,43	24,6	0	10,53	0,67
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Yema de Huevo	8,5	30	2,7	0,026	0		0	75,3	11,9	0,61
Leche	35	13	0,07	1,7	0	1,4	0,6	0	42,3	0,032
Fecula de maiz	5	17,8	0,004	4,4	0,03	0,021	0	0	0,05	0,025
Agua	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fresa decoracion	14	4,3	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Salsa de lulo	50	12,5	0,055	4,6	0,08	0,32	18,43	0	7,86	0,505
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**117,27**	**3,0304**	**19,325**	**0,51**	**6,119**	**51,81**	**77,8**	**118,17**	**1,984**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 35. Tabla Nutricional Bavaroise de Maracuyá – Porción 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de maracuya	67	22,1	0,16	3,9	0,59	0,97	9,8	44,5	6,9	0,53
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Yema de Huevo	8,5	30	2,7	0,026	0		0	75,3	11,9	0,61
Leche	35	13	0,07	1,7	0	1,4	0,6	0	42,3	0,032
Fecula de maiz	5	17,8	0,004	4,4	0,03	0,021	0	0	0,05	0,025
Agua	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carambolo decoracion	14	4,34	0,17	0,94	0,88	0,053	3,08	0	0,03	0,056
Salsa de maracuya	50	16,5	0,12	2,9	0,44	0,73	7,3	33,2	5,2	0,4
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**126,7**	**3,3**	**15,5**	**2,0**	**7,0**	**21,7**	**155,1**	**109,0**	**1,7**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 36. Tabla Nutricional Bavaroise de Mora – Porción 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de mora	67	30,2	0,67	4,2	2,1	0,8	11,4	30,2	29,5	0,6
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Yema de Huevo	8,5	30	2,7	0,026	0		0	75,3	11,9	0,61
Leche	35	13	0,07	1,7	0	1,4	0,6	0	42,3	0,032
Fecula de maiz	5	17,8	0,004	4,4	0,03	0,021	0	0	0,05	0,025
Agua	1,5	17,8	0	0	0	0	0	0	0	0
Endulzante	1	17,8	0	0	0	0	0	0	0	0
Fresa decoracion	14	17,8	0,053	0,73	0,22	0,11	7,3	0,4	2,9	0,061
Salsa de mora	50	17,8	0,5	3,1	1,6	0,6	8,5	22,5	22	0,45
Hoja de menta	1	17,8	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**202,3**	**4,1**	**15,8**	**4,0**	**6,8**	**28,7**	**130,5**	**151,3**	**1,9**

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 37. Nutricional Bavaroise de Piña – Porción 200 Gramos

INGREDIENTE	Gramos	Calorias (kcal)	Grasa (g)	Carbohidratos (g)	Fibra (g)	Proteina (g)	VIT. C (mg)	VIT. A (mcg)	Calcio (mg)	Hierro (mg)
Pulpa de piña	67	19,4	0,15	4	0,73	0,17	5,7	2,3	5,5	0,16
Crema de leche	33	12,2	0,066	1,6	0	1,3	0,56	0	39,9	0,03
Gelatina sin sabor	3	10,1	0	0	0	2,5	0	0	0,33	0
Yema de Huevo	8,5	30	2,7	0,026	0		0	75,3	11,9	0,61
Leche	35	13	0,07	1,7	0	1,4	0,6	0	42,3	0,032
Fecula de maiz	5	17,8	0,004	4,4	0,03	0,021	0	0	0,05	0,025
Agua	1,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Endulzante	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
naranja decoracion	14	4,5	0,02	0,87	0,23	0,085	5	3,3	4	0,048
Salsa de piña	50	14,5	0,11	3	0,54	0,13	4,3	1,7	4,1	0,12
Hoja de menta	1	0,67	0,0094	0,069	0,08	0,038	0,32	2,1	2,4	0,051
TOTAL		**122,2**	**3,1**	**15,7**	**1,6**	**5,6**	**16,5**	**84,7**	**110,5**	**1,1**

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2 Metodología para el estudio de la Ingeniería del proyecto

A nivel suramericano se encontró una empresa de nombre Pastelería D'eSplendida ubicada en Lima – Perú que se especializa en la elaboración de tortas y postres para diabéticos elaborados en base a sucralosa, ofrecen productos a público en general así como también a gimnasios, autoservicios y farmacias.

A nivel nacional en la ciudad de Medellín la empresa Konfyt se dedica a la producción y comercialización de endulzantes diabéticos, jaleas y bocadillos sin azúcar de caña, mermeladas y conservas, galletería para diabéticos, postres como gelatinas, pudines, natillas y tortas para elaborar dentro del hogar; todo empacado para ser consumido en casa.

A nivel departamental actualmente Amanda Taller Dulce ha lanzado una línea diabética, dentro de la cual elaboran tortas, Cheesecake y muffins, esta tienda se encuentra también en la ciudad de Santiago de Cali y cuenta con presencia en algunos de los centros comerciales más grandes de la ciudad.

Otra de las empresas en Santiago de Cali consagradas a esta rama de la repostería es Sweet Line Diabéticos, tienda dedicada a la elaboración de postres, panes, tortas y galletería especial para diabéticos ubicada en el barrio Tequendama.

Por otro lado Productos Light Soyarroz y Diabéticos Sugar Free se consideran competidores indirectos puesto que tienen líneas de productos especializadas para este segmento, pero estos no ofrecen productos de repostería.

La idea de negocio que se plantea dentro de este proyecto tendrá como objetivo la producción y comercialización de parfaits, bavaroise y mousses para la población diabética de la ciudad de Santiago de Cali especialmente aquellos ubicados en el sector sur de la ciudad.

Actualmente mientras se reglamenta el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño son las siguientes (artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2º de la ley 905 de 2004). Disposición que exige el cumplimiento de las dos condiciones de cada uno de los tipos de empresa.

Tomando en cuenta las disposiciones legales según la cartilla Legis para pequeñas empresas (2012); la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado se encuentra dentro del rango de las microempresas, por lo siguiente:

1. La planta de personal no es superior a diez (10) trabajadores
2. Los activos totales de la empresa excluida la vivienda son inferiores a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes (l)

Dulce Pecado requiere de un local de dimensiones 6x10 metros cuadrados de una sola planta. Debe contar con una puerta garaje de tipo persiana metálica, dos baños para clientes y dos para el personal de trabajo, zona de cocina con mesones y estanterías en acero.

El local deberá contar con instalaciones eléctricas de 110v y 220v para refrigeradores y maquinaria, instalaciones de gas natural, instalaciones para luz eléctrica blanca de tubo.

Cuadro 38. Herramientas y Maquinaria

HERRAMIENTA Y MAQUINARIA
mesones en acero inoxidable
Estanterías en acero inoxidable
batidoras semi-industriales de 2 a 4 libras de capacidad
Refrigerador para materia prima
Refrigerador para productos terminado
Mostrador con refrigeradores
Mesones para atención al cliente
Menaje de cocina (ollas, cucharas, tazas medidoras, tazones en vidrio y en acero, cucharones, cucharas medidoras, espátulas, cortadores de frutas)

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 38. Herramientas y Maquinaria (Continuación)

HERRAMIENTA Y MAQUINARIA
Estufa industrial de 2 boquillas
grameras electrónicas
Mesas para clientes
sillas para clientes
Caja registradora
Moldes de 150Gr de volumen en material metálico
Platos de cerámica blanca cuadrados
Vasos vidrio de 11 onzas
copas para helado
Termómetro de cocina

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo

3.1.3.1 Diagrama de operaciones

Un diagrama de operaciones describe de manera estandarizada y mediante símbolos cada uno de los pasos que se llevan a cabo para la elaboración de un producto, en este caso los diagramas de operaciones describen la elaboración de los mousse, parfait y bavaroise para diabéticos que produce Dulce Pecado.

Cuadro 39 Diagrama de Operaciones – Elaboración de mousse de fruta

Mano de obra: Técnico en Cocina			Dulce Pecado				
Proceso: Elaboración mousse de fruta			Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
1	Revisar orden de producción	●	⇨	□	D	▽	2
2	Tomar materia prima de los refrigeradores	●	⇨	□	D	▽	2
3	Verificar la totalidad de materia prima	○	⇨	■	D	▽	3
4	Elaborar la pulpa de fruta	●	⇨	□	D	▽	6
5	Pesar toda la materia prima en la gramera	●	⇨	□	D	▽	10
6	Transportar crema de leche a la batidora	○	➡	□	D	▽	0.5
7	Batir crema de leche	●	⇨	□	D	▽	5
8	Transportar crema de leche en un molde al refrigerador	○	➡	□	D	▽	0.5
9	Preparar gelatina sin sabor como indica el fabricante en el zumo de limón	●	⇨	□	D	▽	2
10	Transportar claras de huevo a la batidora	○	➡	□	D	▽	0.5
11	Batir claras de huevo	●	⇨	□	D	▽	5
12	Agregar endulzante a las claras	●	⇨	□	D	▽	0.5

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 39. Diagrama de Operaciones – Elaboración de mousse de fruta (Continuación)

Mano de obra: Técnico en Cocina			Dulce Pecado				
Proceso: Elaboración mousse de fruta			Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
13	Batir claras de huevo hasta formar picos	●	⇨	□	D	▽	8
14	Transportar pulpa de fruta, gelatina y claras al molde de la crema de leche	○	➡	□	D	▽	1
15	Mezclar de forma envolvente	●	⇨	□	D	▽	4
16	Verificar la homogeneidad de la mezcla	○	⇨	■	D	▽	0.5
17	Verter la mezcla en moldes de 200 gramos	●	⇨	□	D	▽	5
18	Transportar al refrigerador	○	➡	□	D	▽	0.5
19	Esperar a que tenga consistencia firme	○	⇨	□	■	▽	180
20	Transportar al mostrador	○	➡	□	D	▽	1
21	Transportar pulpa de fruta a una olla	○	➡	□	D	▽	1
22	Cocinar a fuego lento con endulzante	●	⇨	□	D	▽	8
23	Verificar consistencia de la salsa	○	⇨	■	D	▽	0.5
24	Dejar enfriar a temperatura ambiente	○	⇨	□	■	▽	10
25	Transportar al refrigerador	○	➡	□	D	▽	0.5
26	Servir el postre	●	⇨	□	D	▽	1
27	Decorar con salsa, trozo de fruta y hoja de menta	●	⇨	□	D	▽	2

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 40. Diagrama de Operaciones – Elaboración de parfait de fruta

Mano de obra: Técnico en Cocina			Dulce Pecado				
Proceso: Elaboración parfait de fruta			Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
1	Revisar orden de producción	●	⇨	□	D	▽	2
2	Tomar materia prima de los refrigeradores	●	⇨	□	D	▽	2
3	Verificar la totalidad de materia prima	○	⇨	■	D	▽	3
4	Picar la fruta en cubos simétricos de 1 cm de lado	●	⇨	□	D	▽	5
5	Pesar toda la materia prima en la gramera	●	⇨	□	D	▽	10
6	Transportar crema de leche a la batidora	○	➡	□	D	▽	0.5
7	Batir crema de leche	●	⇨	□	D	▽	5
8	Transportar crema de leche en un molde al refrigerador	○	➡	□	D	▽	0.5
9	Tostar frutos secos en una sartén	●	⇨	□	D	▽	8
10	Dejar enfriar a temperatura ambiente	○	⇨	□	■	▽	10
11	Transportar claras de huevo a la batidora	○	➡	□	D	▽	0.5
12	Batir claras de huevo	●	⇨	□	D	▽	5
13	Agregar endulzante a las claras	●	⇨	□	D	▽	0.5
14	Batir claras de huevo a punto de turrón	●	⇨	□	D	▽	12

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 40. Diagrama de Operaciones – Elaboración de parfait de fruta (Continuación)

Mano de obra: Técnico en Cocina			Dulce Pecado				
Proceso: Elaboración parfait de fruta			Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
15	Transportar pulpa de fruta a una olla	○	⇨	□	D	▽	1
16	Cocinar a fuego lento con endulzante	●	⇨	□	D	▽	8
17	Verificar consistencia de la salsa	○	⇨	■	D	▽	0.5
18	Dejar enfriar a temperatura ambiente	○	⇨	□	●	▽	10
19	Transportar yogurt a un molde	○	➡	□	D	▽	0.5
20	Batir yogurt hasta alcanzar cremosidad	●	⇨	□	D	▽	3
21	Colocar en una copa capas de ingredientes (fruta, crema de leche, frutos secos, salsa, yogurt)	●	⇨	□	D	▽	2
22	Decorar el postre con salsa, un trozo de fruta y hoja de menta	●	⇨	□	D	▽	1

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 41. Diagrama de Operaciones – Elaboración de bavaroise de fruta

Mano de obra: Técnico en Cocina Proceso: Elaboración de bavaroise de fruta			Dulce Pecado Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
1	Revisar orden de producción	●	⇨	□	D	▽	2
2	Tomar materia prima de los refrigeradores	●	⇨	□	D	▽	2
3	Verificar la totalidad de materia prima	○	⇨	■	D	▽	3
4	Elaborar la pulpa de fruta	●	⇨	□	D	▽	6
5	Pesar toda la materia prima en la gramera	●	⇨	□	D	▽	10
6	Transportar leche a una olla	○	➡	□	D	▽	0.5
7	Poner a fuero alto	●	⇨	□	D	▽	1
8	Alcanzar punto de ebullición	○	⇨	□	■	▽	2
9	Apagar el fuego	●	⇨	□	D	▽	0.5
10	Transportar la yemas el endulzante y la fécula a la batidora	○	➡	□	D	▽	1
11	Batir la mezcla en la batidora	●	⇨	□	D	▽	1
12	Temperar la mezcla de yemas con un poco de leche	●	⇨	□	D	▽	2
13	Mezclar hasta homogeneizar	●	⇨	□	D	▽	1
14	Terminar de agregar la leche	●	⇨	□	D	▽	1

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 41. Diagrama de Operaciones – Elaboración de bavaroise de fruta (Continuación)

Mano de obra: Técnico en Cocina Proceso: Elaboración de bavaroise de fruta			Dulce Pecado Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
15	Mezclar hasta obtener cuerpo	●	⇨	□	D	▽	3
16	Transportar la mezcla a un molde	○	➡	□	D	▽	0.5
17	Dejar enfriar a temperatura ambiente	○	⇨	□	■	▽	10
18	Transportar crema de leche a la batidora	○	➡	□	D	▽	0.5
19	Batir crema de leche	●	⇨	□	D	▽	5
20	Preparar gelatina sin sabor	●	⇨	□	D	▽	1
21	Transportar a un molde la crema de leche, la pulpa de fruta, la gelatina y las yemas	○	➡	□	D	▽	2
22	Mezclar de manera envolvente	●	⇨	□	D	▽	3
23	Verificar la consistencia de la mezcla	○	⇨	■	D	▽	0.5
24	Verter la mezcla en moldes de 200 gramos	●	⇨	□	D	▽	2
25	Transportar al refrigerador	○	➡	□	D	▽	0.5
26	Esperar a que tome consistencia firme	○	⇨	□	■	▽	180
27	Transportar al mostrador	○	➡	□	D	▽	1
28	Transportar pulpa de fruta a una olla	○	➡	□	D	▽	1

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 41. Diagrama de Operaciones – Elaboración de bavaroise de fruta (Continuación)

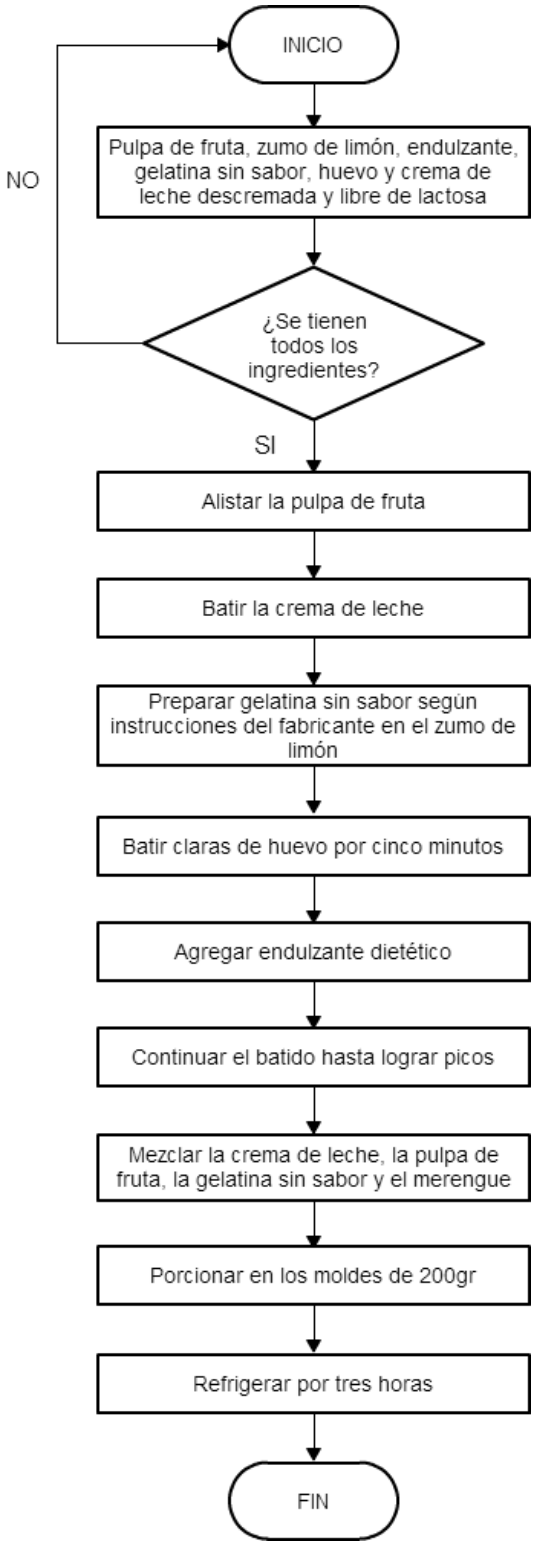
Mano de obra: Técnico en Cocina Proceso: Elaboración de bavaroise de fruta			Dulce Pecado Repostería para Diabéticos				
PASO	**DETALLES DEL PROCESO**	**Operación**	**Transporte**	**Inspección**	**Demora**	**Almacenaje**	**Tiempo (min)**
29	Cocinar a fuego lento con endulzante	●	⇨	□	D	▽	4
30	Verificar consistencia de la salsa	○	⇨	■	D	▽	0.5
31	Dejar enfriar a temperatura ambiente	○	⇨	□	■	▽	5
32	Transportar al refrigerador	○	➡	□	D	▽	0.5
33	Servir el postre	●	⇨	□	D	▽	2
34	Decorar el postre con la salsa, un trozo de fruta y hoja de menta	○	➡	□	D	▽	2

Fuente: Elaboración propia

3.1.3.2 Diagramas de flujo

Los diagramas de flujo también llamados flujos de procesos son herramientas que permiten definir de manera de tallada cada uno de los procedimientos requeridos para llevar a cabo un determinado proceso. En Dulce Pecado los diagramas de flujo son utilizados para representar el paso a paso del proceso de elaboración de cada tipo de postre y el proceso de ventas con el fin de facilitar el desarrollo de las actividades correspondientes al personal operativo.

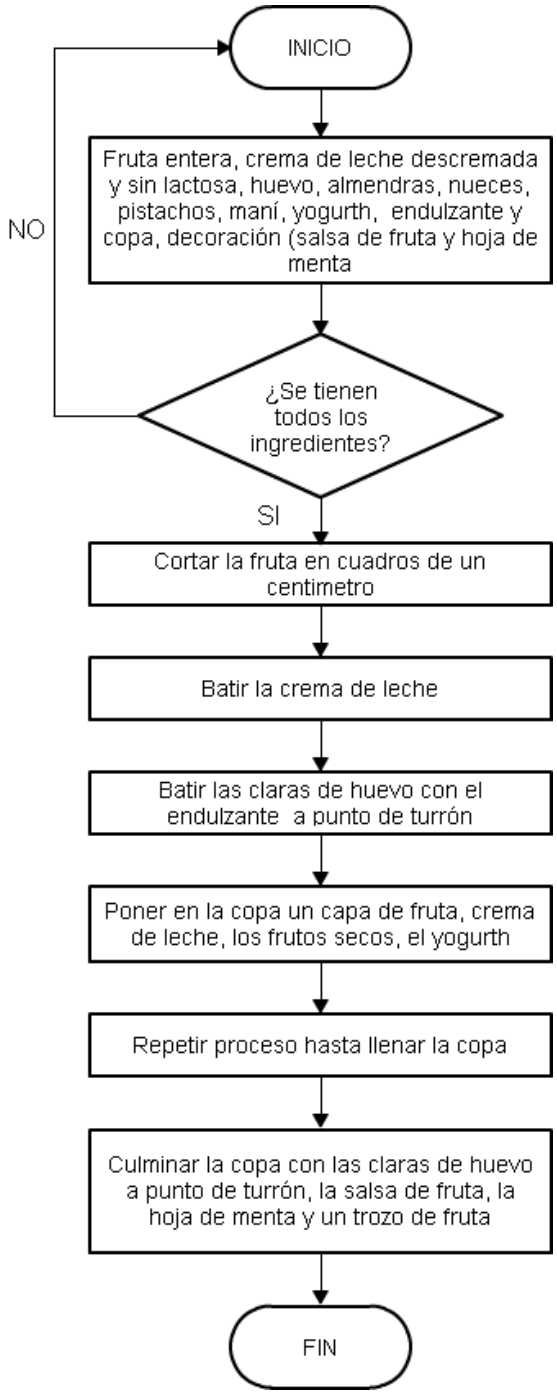
Figura 1. Diagrama de Flujo de Producción de Mousse de Fruta



El proceso de elaboración de un mousse de frutas se inicia con el alistamiento de los ingredientes, la pulpa de fruta, zumo de limón, el endulzante especializado, claras de huevo, crema de leche descremada y sin lactosa y gelatina sin sabor. El primer paso es alistar la pulpa de fruta que se desee, luego se debe batir la crema de leche y se reservar, se prepara la gelatina sin sabor como indica el fabricante pero en el zumo de limón, a continuación se debe batir las claras de huevo por cinco (5) minutos, agregar el endulzante a las claras, continuar batiendo hasta lograr picos, mezclar la pulpa de fruta, la crema de leche, la gelatina sin sabor y el merengue, porcionar la mezcla en moldes de 200 gramos y refrigerar por tres (3) horas.

Fuente: Elaboración Propia

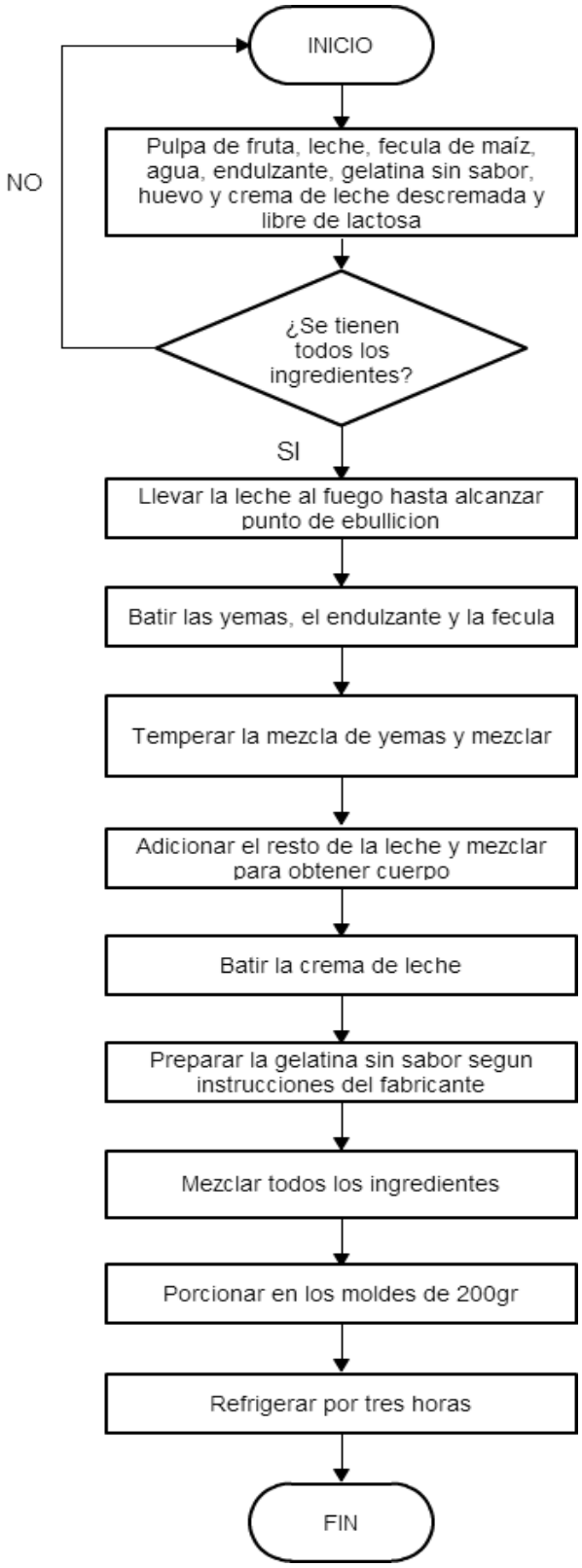
Figura 2.Diagrama de Flujo de Producción de Parfait de Fruta



El proceso de elaboración de un Parfait de frutas se inicia con el alistamiento de los ingredientes, la fruta entera, crema de leche descremada y sin lactosa, claras de huevo, almendras, nueces, pistachos, maní, yogurt, endulzante especializado, copa de vidrio, decoración (salsa de fruta, trozo de fruta y hoja de menta. El primer paso es cortar la fruta que se desee en cuadros de un (1) centímetro, luego se debe batir la crema de leche y se reservar, a continuación se debe batir las claras de huevo con el endulzante a punto de turrón, poner en una copa una capa de fruta, crema de leche, frutos secos y yogurt, repetir hasta llenar la copa, culminar la copa con las claras a punto de turrón, salsa de frutas, hoja de menta y un trozo de fruta.

Fuente: Elaboración Propia

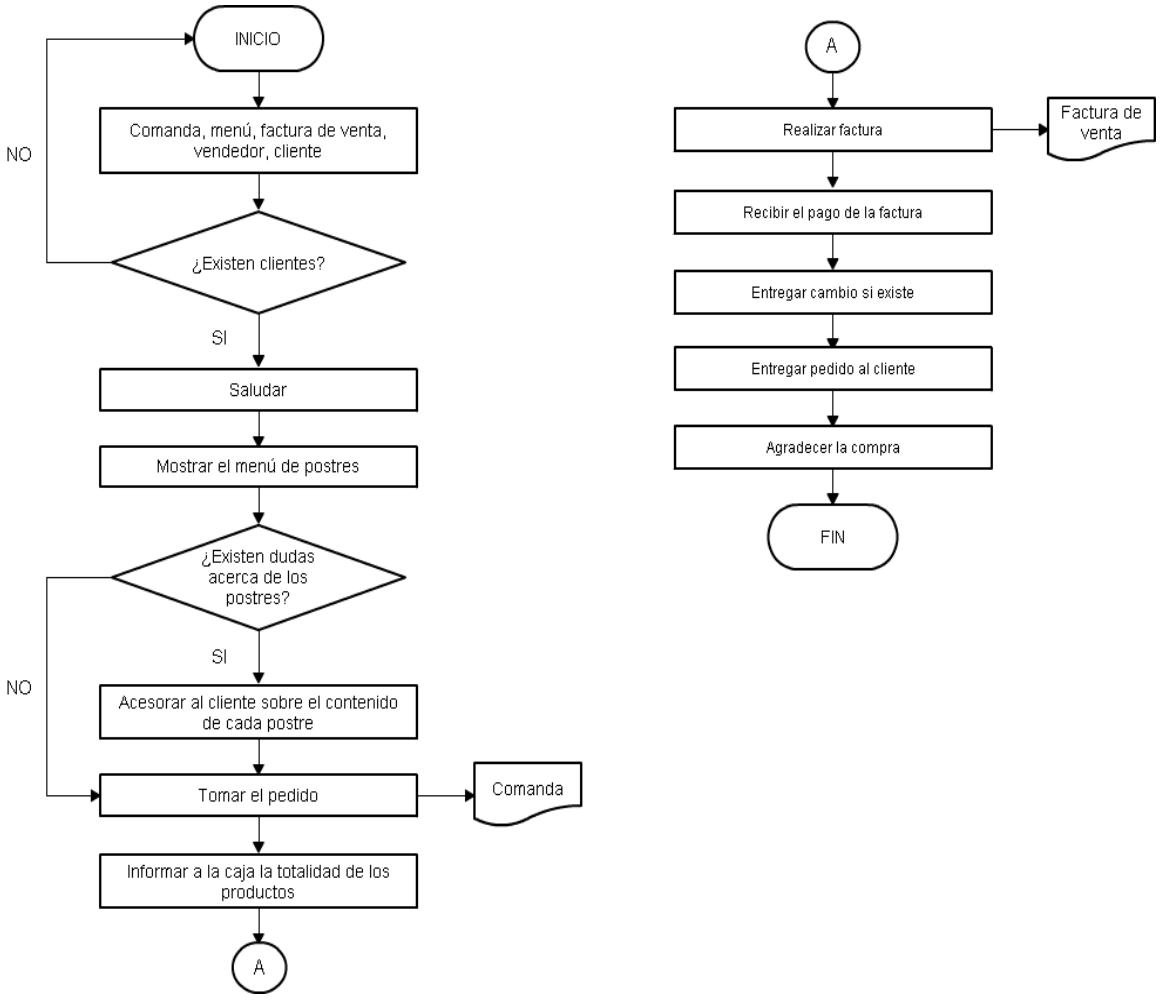
Figura 3.Diagrama de Flujo de Producción de Bavaroise de Fruta



El proceso de elaboración de un bavaroise de frutas se inicia con el alistamiento de los ingredientes, la pulpa de fruta, crema de leche descremada y sin lactosa, gelatina sin sabor, yemas de huevo, leche, fécula de maíz, agua y endulzante especializado. El primer paso es llevar la leche al fuego hasta alcanzar punto de ebullición, batir las yemas con el endulzante y la fécula de maíz, cuando estén unidos los ingredientes se debe temperar la mezcla, una vez temperadas se debe agregar el resto de la leche y se procede a mezclar hasta obtener cuerpo, a continuación batir la crema de leche, preparar la gelatina sin sabor como indica el fabricante, luego de debe unir todos los ingredientes, por último se debe porcionar en moldes de 200 gramos y luego llevar a refrigeración por tres (3) horas.

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4.Diagrama del Proceso de Venta



Fuente: Elaboración Propia

El proceso de ventas inicia alistando todos los recursos necesarios para llevarlo a cabo, entre ellos se encuentran las comandas y el menú de postres. El primer paso para iniciar este proceso es la verificación de la existencia de clientes, si existen clientes se debe saludar y decir bienvenido(a), el segundo paso es mostrar el menú de postres, si el cliente(es) tiene dudas se deben responder y brindar asesorías sobre el contenido de los postres, luego se debe tomar el pedido e informar a la caja la totalidad de los productos, se realiza la factura, se recibe el

pago de los productos y si existe cambio debe entregarse al cliente, finalmente se entrega el pedido y se agradece la compra

3.1.4 Tecnología

3.1.4.1 Naturaleza de la tecnología

Dentro de la maquinaria y equipo requerida para la producción y comercialización de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos de la empresa Dulce Pecado se encuentran los equipos operativos que hacen referencia a refrigeradores, grameras, batidoras, termómetro, licuadoras y estufa industrial y los equipos administrativos tales como la caja registradora, impresora, kit de seguridad y los teléfonos alámbrico e inalámbrico. En cuanto a los muebles y enseres, la empresa poseerá escritorios y sillas, estanterías, casilleros, extintores, sillas y mesas para clientes y un mostrador en madera.

3.1.4.2 Selección de la Tecnología

La empresa Dulce Pecado ha seleccionado diferentes proveedores para la adquisición de la maquinaria y equipo necesarios para la producción y comercialización de postres, debido a las diferentes exigencias en calidad y precio. Lo anterior se encuentra descrito en el siguiente cuadro:

Cuadro 42. Selección de la Tecnología Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo	Referencia / Modelo	Proveedor	Dirección	Valor unitario	Forma de pago
Batidoras	**REF:** STAND MIXER ARTISAN KSM 150PSEGA	KITCHENAID	Cra 10 # 82-90, Sta. fe de Bogotá	872.000	Contado
Licuadora Oster	**MOD:** BPST02	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	238.000	Contado

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 42. Selección de la Tecnología Maquinaria y Equipo (Continuación)

Maquinaria y equipo	Referencia / Modelo	Proveedor	Dirección	Valor unitario	Forma de pago
Refrigerador industrial	**MOD:** LASSELE LRB-1471PC	C.I TALSA	Cra 1ra # 45ª-71, Cali	3.000.000	Leasing
Estufa industrial	**MOD:** M-100.003	JOSERRAGO	Av. Caracas No. 17 – 40, Sta. fe de Bogotá	900.000	Contado
Mostrador con refrigerador	**MOD:** VH-PM-39BL1	INDUCOL	Calle 9 No. 17 – 46, Cali	4.599.000	Contado
Grameras	**MOD:** Fénix 3kg	BALANZAS DETECTO LTDA	Calle 5E # 41-17, Cali	80.000	Contado
Termómetro	**REF:** 00910026	C.I TALSA	Cra 1ra # 45ª-7, Cali	33.200	Contado
Caja registradora	**MOD:**PCR-T48S	CASIO	Cra 5ta # 10-64, Cali	720.000	Contado
Impresora	**MOD:**EPSON EcoTank L455	BIO-PRINT,	Av. 5AN #23DN – 68, Cali	350.000	Contado
Kit de seguridad	**MOD:** VTA-83185	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	839.900	Contado
Teléfono alámbrico	**MOD:** KXTS500 Panasonic	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	109.900	Contado
Teléfono inalámbrico	**MOD:** Motorola AURI3500CE	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	29.900	Contado

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 43. Selección de la Tecnología Muebles y enseres

Muebles y enseres	Referencia/ Modelo	Proveedor	Dirección	Valor unitario	Forma de pago
Escritorio con archivador	**REF:** Maderkit00046-ES-W-S	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	179.900	Contado
Mostrador	Según medidas	MADERAS FERNANDO	Cra 23 # 32 -21, Cali	500.000	Contado
Combo mesa y 4 sillas	**REF:** Home collection comedor + 4 sillas	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	299.900	Contado
Casilleros	**MOD:** 6 puestos gris nube	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	342.900	Contado
Estanterías	**MOD:** Metálica liviana 5 niveles	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	104.900	Contado
Silla ergonómica	**MOD:** professional gris Office Chair	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	69.900	Contado
Extintores	**MOD:** ABC Araní 20 libras	HOMECENTER	Cra 100 # 16-251, Cali	54.900	Contado

Fuente: Elaboración Propia

3.1.4.3 Costo de la Tecnología

El costo total de inversión en maquinaria y equipo es de $15’961.900 (Quince millones novecientos sesenta y un mil novecientos pesos moneda corriente), el total de la suma se obtendrá de la siguiente manera: el 50% del dinero se obtendrá mediante un préstamo bancario y el 50% restante se obtendrá mediante recursos propios de las dos futuras dueñas de la empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado, exceptuando los refrigeradores que serán adquiridos por medio de un leasing

financiero cuyo valor equivale a 6’000.000 (seis millones de pesos moneda corriente).

En relación con los muebles y enseres el total del costo de los mismos asciende a 2’616.700 (Dos millones seiscientos dieciséis mil setecientos pesos moneda corriente).

Cuadro 44. Costo de la Tecnología Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	FORMA DE PAGO
Batidora profesional	2	$872.000	$1’744.000	Contado
Licuadoras	2	$238.000	$476.000	Contado
Refrigeradores	2	$3’000.000	$6’000.000	Leasing
Estufa industrial	1	$900.000	$900.000	Contado

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 44. Costo de la Tecnología Maquinaria y Equipo (Continuación)

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	FORMA DE PAGO
Mostrador refrigerador	1	$4’599.000	$4’599.000	Contado
Gramera electrónica	2	$80.000	$160.000	Contado
Termómetro de cocina	1	$33.200	$33.200	Contado
Caja registradora	1	$720.000	$720.000	Contado
Impresora	1	$350.000	$350.000	Contado

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 44. Costo de la Tecnología Maquinaria y Equipo (Continuación)

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	FORMA DE PAGO
Kit de Seguridad	1	$839.900	$839.900	Contado
Teléfono Alámbrico	1	$29.900	$29.900	Contado
Teléfono Inalámbrico	1	$109.900	$109.900	Contado

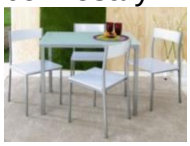
Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 45. Costo de la Tecnología Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	FORMA DE PAGO
Escritorio con archivador	2	$179.900	$359.800	Contado
Mostrador	1	$500.000	$500.000	Contado

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 45. Costo de la Tecnología Muebles y Enseres (Continuación)

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	FORMA DE PAGO
Combo mesa y 4 sillas 	3	$299.900	$899.700	Contado
Casilleros	1	$342.900	$342.900	Contado
Estanterías	2	$104.900	$209.800	Contado
Silla ergonómica	2	$69.900	$139.800	Contado
Extintores	3	$54.900	$164.700	Contado

Fuente: Elaboración Propia

3.1.5 Selección del equipo

Las necesidades de maquinaria y equipo para crear la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado son:

Cuadro 46. Selección de Equipo y Fichas Técnicas Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CARACTERISTICAS – FICHA TECNICA	IMAGEN
BATIDORA PROFESIONAL	Marca: Kitchenaid Referencia: Stand mixer artisan Potencia (w): 325 W Voltaje: 220-240 v Cabezal Elevable RPM: 58-220 Velocidades: 10 Capacidad (lts.): 4,83 Peso Neto (en kg.): 11.30 Alto (cms.): 35.30 Ancho (cms.): 22,10 Profundidad (cms.): 35,80	
LICUADORA	Marca: Oster Modelo: BPST02 Potencia: 600 watts Materiales: Jarra de vidrio refractario con capacidad para 6 tazas (1,5 litros), metal, hierro fundido Velocidades: 2 Consumo de energía (Wh/Dia)19.56	
REFRIGERADOR INDUSTRIAL	Marca: LASSELE Modelo: LRB- 1471 PC Materiales: acero inoxidable Rango de temperatura: 4ºc a -2ºc Peso 168 kg Conexión: 115 V Capacidad: 1265 litros Dimensiones: 1370x790x2100 mm Refrigerante: R134A	
ESTUFA INDUSTRIAL	Marca: Joserrago Modelo: m-100.003 Tres puestos grandes. Quemadores indeformables en hierro, de alto rendimiento. Fabricada en tubería de hierro pintada. Potencia: 66.000 BTU/h. A gas. Dimensiones: 120 x 40 x 80 cm.	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 46. Selección de Equipo y Fichas Técnicas Maquinaria y Equipo (Continuación)

MAQUINARIA Y EQUIPO	CARACTERISTICAS – FICHA TECNICA	IMAGEN
MOSTRADOR CON REFRIGERADOR	Marca: Inducol Modelo: VICVC-20 Dimensiones: Alto: 116(45 1/2) Frente: 170(66 7/8) Fondo: 76(30) pulgadas Temperatura: ºC :-2 • 5 Consumo de energía: 160kw-h/mes Puertas: 2 Bandejas 3 Volumen: 566 litros	
GRAMERA ELECTRONICA	Marca: Lexus Modelo: Fénix 3kg Unidades: g, lb, %, pcs Display: 6 dígitos, 2 cm altura (H), tipo LCD con luz de respaldo Alimentación: 110 VAC / 60Hz, con adaptador Plato: 27 (W) x 21 (L) cm, en acero inoxidable Batería: 6VDC / 4Ah (recargable), 60 horas autonomía Adaptador: AC/DC, 8 VDC / 500 mA (salida) Dimensiones balanza: 27 (W) x 33.5 (L) x 12 (H) cm	
TERMOMETRO DE COCINA	Marca: C.I TALSA Ref: 00910026 Construcción: Punzón en acero inoxidable 5" y agujade 1 3/4" con cristal en policarbonato, tubo de protecciónpara el punzón en polietileno con gancho sujetador.	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 46. Selección de Equipo y Fichas Técnicas Maquinaria y Equipo (Continuación)

MAQUINARIA Y EQUIPO	CARACTERISTICAS – FICHA TECNICA	IMAGEN
CAJA REGISTRADORA	Marca: CASIO MODELO: PCR –T48S Y PCR- T 470 2000 memorias para productos (plus) Control ventas diarias y periodo a la fecha Impresora térmica, alfa numérica, recibo para cliente, y auditoria electrónica Pantalla para el cajero alfanumérica retroiluminada y para el cliente pantalla giratoria. Manejo de código de barras Control de inventarios	
IMPRESORA	Marca: EPCON Modelo: EcoTank L455 Multifuncional: impresora, escáner y copiadora Resolución: 5760 x 1440 dpi Bandeja de entrada: 100 hojas Pantalla: a color de 1,44 pulg. Interfaces: USB 2.0 (High speed), Wi-Fi 802.11b/g/n (red inalámbrica), Wi-Fi Direct Ancho: 48,2 cm Profundidad: 30 cm Alto: 14,5 cm Peso: 4,5 kg (sin tinta)	
KIT DE SEGURIDAD	Memoria: Disco duro de 500GB Resolución cámaras 700TVL Características DVR: Permite en forma simultánea: reproduce, copia de seguridad, control y acceso remoto, modo de grabación por movimiento. No de cámaras: 8 Alcance: Cámaras con visión nocturna y alcance de 15 mts	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 46. Selección de Equipo y Fichas Técnicas Maquinaria y Equipo (Continuación)

MAQUINARIA Y EQUIPO	CARACTERISTICAS – FICHA TECNICA	IMAGEN
TELEFONO ALAMBRICO	Marca: Panasonic Modelo KXTS 500 Medida: 21 cm largo x 17 cm ancho Material: plástico Memoria marcación: 13 Color: negro	
TELEFONO INALAMBRICO	Marca: Motorola Modelo: AURI3500CE Altavoz, identificador Memoria marcación: 20 Color: negro	

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 47. Selección de Equipo y Fichas técnicas muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	CARACTERISTICAS – FICHA TECNICA	IMAGEN
ESCRITORIO CON ARCHIVADOR	Características: Mueble de oficina con archivador, diseño moderno y elegante, aprovecha el espacio al máximo. Material: Aglomerado de madera con recubrimiento melamínico Alto:106,4 cm Ancho 76 cm Color: Wengue Cajones: 1	
MOSTRADOR	Material: madera de pino Alto: 116 cm Largo Total: 2 metros Profundidad: 1,10 metros	
COMBO MESA Y 4 SILLAS	Características: capacidad para 4 personas, cómoda estructura para disfrutar de un ambiente agradable Medidas: 100 x 65 x 76 cm Material: Vidrio - aluminio	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 47. Selección de Equipo y Fichas técnicas muebles y enseres (Continuación)

MUEBLES Y ENSERES	CARACTERISTICAS – FICHA TECNICA	IMAGEN
CASILLEROS	Capacidad: 45 kg por casilla, carga distribuida Material: Lámina cold rolled calibre 24 Alto: 200 cm Ancho:63 cm Color: Gris nube Puertas:6 Fondo: 30 cm	
ESTANTERÍAS	Características: Estantería de 5 niveles, ideal para organizar y clasificar diferentes elementos en la oficina. Material: Lámina coll roll Resistencia : 68 kilos por entrepaño Uso: Organizador multiusos Color: Negra	
SILLA ERGONÓMICA	Características: Silla profesional para escritorio, mecanismo de elevación neumática, apoyabrazos, función giratoria, elegante, moderna y en materiales de alta resistencia. Sistema neumático, base y ruedas en nylon.	
EXTINTORES	Material: Polvo seco Uso: Para apagar todo tipo de incendios Acabado: satinado Capacidad: 10 libras	

Fuente: Elaboración propia

3.1.6 Calculo de cantidades de materia prima e insumos

3.1.6.1 Materiales productivos

Son aquellos materiales con los cuales se elabora el postres (mousse, parfait o bavaroise), también pueden ser llamados ingredientes dentro de la receta. A continuación se muestran todos los materiales productivos o materia prima total y para cada categoría de postres.

Cuadro 48. Total Materia Prima Requerida

MATERIA PRIMA	DESCRIPCION
	Crema de leche baja en grasa (Litros)
	Fruta para Pulpa de fresas (kilo)
	Fruta entera fresas (kilo)
	Fruta para Pulpa de durazno (kilo)
	Fruta entera durazno (kilo)
	Fruta para Pulpa de lulo (kilo)
	Fruta entera lulo (kilo)
	Fruta para Pulpa de maracuyá (kilo)
	Fruta para Pulpa de mora (kilo)
	Fruta entera moras (kilo)
	Fruta para Pulpa de piña (kilo)
	Huevos (panal)

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 48. Total Materia Prima Requerida (Continuación)

MATERIA PRIMA	DESCRIPCION
	Endulzante para diabéticos (empaque por 220gr)
	Gelatina sin sabor (kilo)
	Leche descremada y deslactosada (litro)
	Fécula de maíz Aro (kilo)
	Fruta entera manzanas verde (kilo)
	Fruta entera mandarina onéco (kilo)
	Fruta entera carambolos (kilo)
	Fruta entera limón (kilo)

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 48. Total Materia Prima Requerida (Continuación)

MATERIA PRIMA	DESCRIPCION
	Fruta entera naranja tangelo (kilo)
	Hojas de menta (manojo)
	Frutos secos almendras Member'sSelection (kilo)
	Frutos secos nueces Member'sSelection (kilo)
	Frutos secos pistachos Member'sSelection (kilo)
	Frutos secos maní (kilo)
	Yogurt sin dulce (litro)

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 49. Materiales Productivos – Mousse de Fruta, Porción 200 gramos

INGREDIENTES	CANTIDAD
Pulpa de fruta	67 gramos
Zumo de limón	14 mililitros

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 49. Materiales Productivos – Mousse de Fruta, Porción 200 gramos (Continuación)

INGREDIENTES	CANTIDAD
Endulzante	1 gramo
Gelatina sin sabor	3 gramos
Huevo	1 unidad
Crema de leche descremada y libre de lactosa	34 gramos
Decoración	22 – 30 gramos
Hojas de menta	1 gramo
Salsa fruta	50 gramos

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 50. Materiales Productivos – Parfait de Fruta, Porción 200 gramos

INGREDIENTES	CANTIDAD
Fruta entera	30 gramos
Crema de leche descremada y sin lactosa	25 gramos
Huevo	1 unidad
Almendras	3 gramos
Nueces	3 gramos
Pistachos	3 gramos
Maní	3 gramos
Yogurt	25 gramos
Endulzante	1 gramo
Salsa fruta	25 gramos
Decoración	14 – 30 gramos
Hoja de menta	1 gramo

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 51. Materiales Productivos – Bavaroise de Fruta, Porción 200 gramos

INGREDIENTES	CANTIDAD
Pulpa de fruta	67 gramos
Crema de leche descremada y sin lactosa	33 gramos
Gelatina sin sabor	3 gramos
Huevo	1 unidad
Leche	67 mililitros
Fécula de maíz	5 gramos
Agua	1.5 mililitros
Endulzante	1 gramo
Decoración	14 – 30 gramos
Salsa fruta	50 gramos
Hoja de menta	1 gramos

Fuente: Elaboración Propia

3.1.6.2 Materiales improductivos

Son aquellos materiales que intervienen en el proceso de producción de todos los postres (mousse, parfait y bavaroise) pero que no hacen parte final del mismo. A continuación se muestran todos los materiales improductivos que utiliza Dulce Pecado.

Cuadro 52. Materiales Improductivos

MATERIALES IMPRODUCTIVOS	CANTIDAD
Cuchillos	4 unidades
Cucharas	50 unidades
Tazas medidoras	2 juegos
Tazones en vidrio	5 unidades
Tablas para picar	3 unidades
Cucharones	3 unidades
Globos mezcladores	3 unidades
Cucharas medidoras	2 juegos
Espátulas	4 unidades
Cortadores de frutas	2 unidades
Rallador	2 unidades
Manga pastelera	2 unidades
Boquillas decoradoras	2 juegos
Tazones en acero	5 unidades
Ollas acero	10 unidades
Moldes de 200 Gr de volumen, metálicos	50 unidades
Platos de cerámica blanca	50 unidades
Vasos vidrio de 11 onzas	50 unidades
copas para helado	30 unidades

Fuente: Elaboración Propia

3.1.6.3 Otros materiales e insumos requeridos por producción

Estos materiales e insumos son necesarios para mantener el área de producción limpia y desinfectada, evitando así alguna contaminación y garantizando la salubridad, inocuidad y buenas prácticas de manufactura, estos materiales deben adquirirse cada cierto tiempo. En el siguiente cuadro se muestran los otros materiales e insumos requeridos y su tiempo de compra.

Cuadro 53.Otros Materiales e Insumos Requeridos por Producción

MATERIALES	CANTIDAD
Trapeador	1 unidad cada 4 meses
Escoba	1 unidad cada 4 meses
Recogedor	1 unidad cada 6 meses
Balde	1 unidad cada 6 meses
Detergente para platos	1 galón cada 2 meses
Detergente para pisos	1 galón cada 2 meses
Desinfectante (hipoclorito)	1 galón cada meses
Ambientador	1 galón cada meses
Esponja de brillo	1 unidad cada meses
Esponja para platos	1 unidad cada meses

Fuente: Elaboración Propia

3.1.6.4 Materiales e insumos requeridos por la parte administrativa

Estos materiales e insumos son necesarios para llevar a cabo todas las actividades del área administrativa, estos materiales deben comprarse cada cierto tiempo. En el cuadro siguiente se mostraran los materiales requeridos y el tiempo de compra.

Cuadro 54.Materiales e Insumos Requeridos por la Parte Administrativa

MATERIALES	CANTIDAD
Resma carta	2 unidades cada 3 meses
Sobres membreteados	100 unidades al año
Clips	2 cajas cada 6 meses
Tinta impresora	4 tarros cada 4 meses
Cosedora	3 unidades
Grapas	1 caja cada 6 meses
Perforadora	2 unidades
Quita ganchos	2 unidades

Fuente: Elaboración Propia

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.2.1 Macrolocalización

La productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado estará ubicada en la zona urbana de la ciudad de Santiago de Cali, dentro de la comuna 17, en la autopista sur oriental entre carrera 66 y 68, barrio El Limonar, zona de fácil acceso para los clientes y los futuros trabajadores de la empresa puesto que el lugar se encuentra cerca de vías principales como la Autopista Sur Oriental, La calle quinta, la avenida pasoancho o calle 13, la calle novena y la carrera 66; además cuenta con fácil acceso al sistema integrado de transporte masivo MIO.

DATOS GENERALES

- **Descripción**

Latitud norte	3°27'26"
Longitud oeste (Meridiano de Greenwich)	76°31'42"
Altura sobre el nivel del mar (m)	1,070
Altura máxima (m)(Farallones)	4,070
Altura mínima (m)(Oriente)	950
Superficie Total del Municipio (km^2)	560.3
Comunas (km^2)	120.9
No. De comunas	22
Corregimientos (km^2)	437.2
Suelo urbano (km^2)	120.9
Suelo rural (km^2)	410.9

Temperatura promedio (°C) 24.7

Precipitación anual (mm) 1,019.2

- **Límites municipales**

Al norte: municipios de La Cumbre y Yumbo

Al oriente: municipios de Palmira, Candelaria y Puerto Tejada

Al sur: municipio de Jamundí

Al occidente: municipios de Buenaventura y Dagua

(Departamento Administrativo de Planeación, 2013, p. 21)

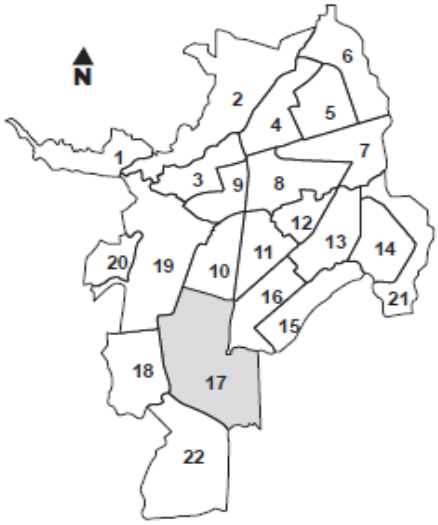
Imagen 1. Ubicación geográfica– Santiago de Cali, zona urbana y rural

Fuente: Departamento administrativo de planeación municipal

La comuna 17 está ubicada en la zona sur de la ciudad de Santiago de Cali, es la comuna de mayor extensión territorial con 4164,77 hectáreas y con mayor expectativa de desarrollo urbano, está compuesta por 32 barrios entre los estratos 3 y 5, el barrio donde se ubicará la productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise Dulce Pecado es El Limonar cuyo nivel económico y adquisitivo

es medio – alto (DAGMA, 2006). A continuación en la imagen 2 se presenta la ubicación de la comuna 17 en el mapa de Santiago de Cali.

Imagen 2. Mapa de Santiago de Cali – ubicación comuna 17



Fuente: Departamento administrativo de planeación municipal

La empresa se ubicará dentro de la comuna 17 al noroccidente de la misma en la autopista sur oriental entre carreras 66 y 68 como indica el punto rojo la imagen 3.

Imagen 3. Mapa comuna 17 – ubicación local

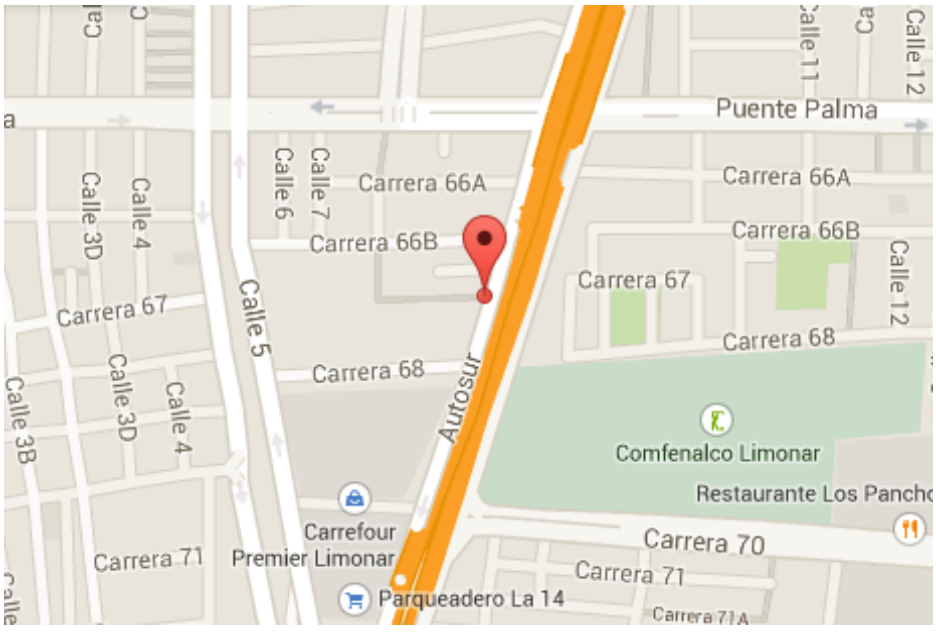
Fuente: Alcaldía de Santiago de Cali

A continuación un acercamiento aéreo de la zona donde se ubicará la empresa.

Imagen 4. Ubicación Geográfica de la Empresa – Fotografía Satelital

Fuente: Googlemaps

Imagen 5. Ubicación Geográfica de la Empresa – Mapa de Calles



Fuente: Googlemaps

3.2.1.1 Fuente de insumos y materias primas

Santiago de Cali además de ser una capital deportiva y cultural, es una importante ciudad comercial y empresarial lo que facilita la consecución de los insumos, materia prima y maquinaria y equipo necesarios para el desarrollo del proyecto.

La empresa estará ubicada en la Autopista entre carrera 66 y 68 con cercanía a los centros comerciales más importantes de la ciudad como Premier Limonar, Almacenes La14, Unicentro y Jardín Plaza y cercanía con el centro por la calle 13 permitiendo así el fácil y rápido acceso a los insumos requeridos para el funcionamiento de la empresa.

3.2.1.2 Facilidad y costos de transporte

La Ciudad de Santiago de Cali al ser una ciudad Capital cuenta con diferentes medios de transporte (Busetas, Taxis, Particulares, y el Sistema de Transporte Masivo Integrado de Occidente MIO) que facilitan la movilización y el acceso de los habitantes a diferentes partes de la zona rural y urbana.

La empresa estará ubicada en la autopista sur oriental entre carrera 66 y 68, situada dentro de la zona urbana de la ciudad lo que facilita el acceso por cualquier medio de transporte. El valor del pasaje en medios como el MIO y buseta es de $1700 y en taxi la carrera mínima en $4.500.

3.2.1.3 Disponibilidad de mano de obra

La empresa contara con profesionales y mano de obra calificada para llevar a cabo el correcto desarrollo de las actividades de la misma, dentro cuales se encuentran el gerente Administrativo, Gerente de alimentos y bebidas y un técnico en cocina y/o repostería.

3.2.1.4 Suministro de agua y alcantarillado

La ciudad de Santiago de Cali en su mayoría es abastecida de agua potable por la empresa EMCALI que también maneja las aguas residuales y aguas lluvia de la ciudad.

A la comuna 17 se le suministra el líquido por medio de la planta de tratamiento de Puerto Mallarino, el agua tratada llega al sector por medio de la tubería de transmisión sur hasta los cuarteles de Nápoles, luego es bombeada a los tanques de Ciudad Jardín y al resto de la comuna; esta estación de bombeo está ubicada en la calle 5ª con carrera 80.

El sector de la comuna 17 ubicado en el perímetro urbano posee diferentes canales de recolección de aguas residuales, una parte es drenada por el interceptor oriental que desemboca en el colector general de la ciudad, este finalmente llega al Río Cauca. La otra parte de la comuna drena las aguas residuales a los colectores rio Meléndez, Mariano Ramos, Ciudad Jardín y Colector Cauca que lleva las aguas al río.

Las aguas lluvia del sector de la comuna 17 drenan y caen en el sistema pluvial formado por varios canales de recolección como Puente Palma, autopista # 3, calle 13 y 14, Cañaveralejo, Nápoles, Río Meléndez, Río Lilí y el Canal CVC sur que finalmente las hace llegar al Rio Cauca (DAGMA, 2006).

3.2.1.5 Disponibilidad de energía eléctrica y combustible

El suministro de energía eléctrica al igual que los servicios de agua potable es suministrado por la empresa EMCALI la cual busca mantener e incrementar la calidad del servicio que se presta a la comunidad mediante la prestación de los servicios públicos básicos, comprometidos con el desarrollo de la responsabilidad social y ambiental, garantizando así una mayor rentabilidad económica e incentivando el continuo mejoramiento de sus labores (EMCALI, s.f.).

“La comuna 17 está servida por 4 subestaciones (Meléndez, Pance, Sur y San Luis) con una diversidad de circuitos. Tiene 115.658 metros de redes, 773 transformadores, para una capacidad total de 104.199 Kva, que atienden la demanda de energía de casi la totalidad de la Comuna” (DAGMA, 2006, p. 299).

3.2.1.6 Leyes y reglamentos

Las leyes y requisitos que influyen directamente en la empresa son la norma invima Decreto 3075 de 1997 Ministerio de Salud sobre la norma BPM y el Decreto 4444 de 2005 Ministerio de la Protección Social Por el cual se reglamenta el régimen de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios, el registro mercantil, registro único tributario, registro de industria y comercio, certificado de uso del suelo, registro de avisos y tableros, licencia sanitaria, certificado de bomberos, Sayco y Acimpro si la empresa colocará música.

3.2.1.7 Comunicaciones

Además de los servicios básicos, para su funcionamiento la empresa Dulce Pecado debe recurrir a servicios tecnológicos que le permitan crecer en el mercado. Debido a esto se instalaran redes de internet banda ancha para la creación de un sitio web (blog) con toda la información detallada de las características y beneficios de los productos que ofrece la misma; por otro lado por medio de las redes sociales como Facebook además de dar a conocer los productos se recibirán opiniones o sugerencias que permitan satisfacer cada vez más las necesidades de los clientes.

3.2.2 Microlocalización

3.2.2.1 Localización de la empresa (zona urbana, suburbana o rural)

La empresa Dulce Pecado estará ubicada en la zona urbana de Santiago de Cali, en el barrio El Limonar sobre la autopista sur oriental entre las carreras 66 y 68.

3.2.2.2 Transporte de personal

La empresa Dulce Pecado está ubicada en la Autopista suroriental entre calles 66 y 68, vía de fácil acceso vehicular que permite a los empleados acceder con facilidad a la empresa. Actualmente no se cuenta con vehículo propio para realizar el recorrido de los trabajadores desde su lugar de residencia la empresa y viceversa pero el Sistema de Trasporte Masivo (MIO) cuenta con rutas adecuadas para que los trabajadores puedan llegar a su lugar de trabajo a tiempo.

3.2.2.3 Policía y bomberos

La comuna 17 cuenta actualmente con la Estación de Policía 17 ubicada en la Calle 13 B con Carrera 64 – barrio El Limonar, también tiene dos (2) CAI de la policía, el primero es el CAI de Ciudad Jardín ubicado en la carrera 102 con calle 16 y el segundo es el CAI móvil de la autopista sur oriental con carrera 66 esquina, este último es el más cercano a la empresa.

La cobertura del servicio del benemérito cuerpo de Bomberos voluntarios de Cali en la comuna 17 está dada en su mayoría por la Estación X4 ubicada en el barrio Villa del Sur en la Calle 33 No. 44 – 20 con cercanía a la Autopista Simón Bolívar o la Estación X5 ubicada en la Carrera 52 oeste No. 1 – 20 en el barrio Siloe como se muestra en la siguiente figura (Benemérito cuerpo de bomberos de Santiago de Cali, 2015).

Imagen 6. Cobertura Estaciones de Bomberos

Fuente: Benemérito cuerpo de bomberos de Santiago de Cali

3.2.2.4 Cercanía a carreteras

La empresa Dulce Pecado estará situada en la Autopista Suroriental entre carrera 66 y 68 una de las principales vías de la ciudad, debido a esto la ubica en un punto estratégico ya que conecta el sur de la ciudad con el norte de la misma y por la carrera 66 que conecta la autopista Simón Bolívar, la avenida pasoancho o calle 13, la Autopista Suroriental, la calle novena y la calle quinta.

3.2.2.5 Cercanía al centro de la ciudad

La ubicación de la empresa permite la fácil y rápida llegada al centro de la ciudad por medio de la calle 13 y la calle 5ta que desemboca en la calle 15 lo que facilita también el acceso a los mercados donde se encuentran nuestros principales proveedores de materia prima.

3.2.2.6 Disponibilidad de servicios

El local estará situado en un terreno estable, seguro ante cualquier calamidad y cuenta con los servicios básicos como lo son alcantarillados, electricidad, acueducto, redes de telecomunicaciones tales como telefonía e internet y servicio de gas natural domiciliario.

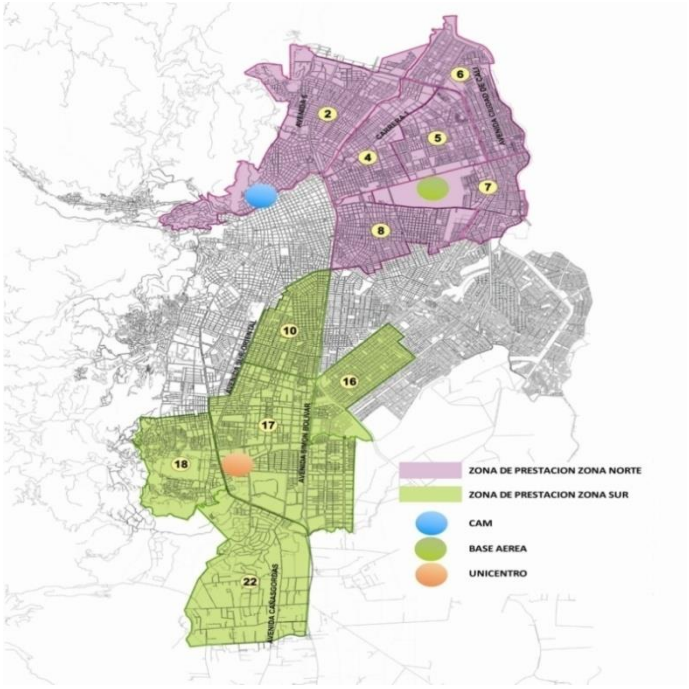
3.2.2.7 Condiciones de vías urbanas y carreteras

Debido a recientes remodelaciones en infraestructura peatonal y el mantenimiento de las vías realizado por parte del estado, las principales carreteras cercanas al local como la Autopista Sur, la Avenida pasoancho, la calle novena, la carrera 66 y la calle 5ta se encuentran en perfectas condiciones; lo que permite el flujo constante de vehículos livianos y el Sistema de Transporte Masivo Integrado de Occidente.

3.2.2.8 Recolección de basuras y residuos

En la comuna 17 la prestación del servicio de recolección de basuras y residuos es realizado por la empresa Promoambiental Cali Valle S.A ESP, el horario y la frecuencia del servicio en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali; más exactamente en la autopista sur oriental entre las carreras 66 y 68 donde se encuentra el local de Dulce Pecado tiene servicio durante los días lunes, miércoles y viernes de 6:30PM a 2:30AM (Promoambiental Cali Valle S.A ESP, 2012). A continuación el mapa de zonas de recolección de basuras.

Imagen 7. Zonas de Recolección de Basuras – Promoambiental Cali



Fuente: Promoambiental

3.2.2.9 Disponibilidad de restaurantes

Actualmente la carrera 66 entre pasoancho y calle novena se encuentra abarrotada de restaurantes y bares, entre los más populares se encuentran El Faro Restaurante Bar, Route 66 Restaurante Bar, Restaurante El Quijote, Urbano Restaurante Bar, La Pizza de Bob, Restaurante Estrella de China, Restaurante Peruano Picca, Subway, Panadería La Magistral, Asadero Brasisabor, Restaurante Chichangara Cocina Criolla. Sobre la autopista sur oriental se encuentra el restaurante Frijoles Verdes.

En cercanías al local se encuentra el Centro Comercial Premier Limonar, en su plazoleta principal se encuentran variados locales de comida rápida como El Corral, Subway, Pikando, Cali Burger, Arepura, Frisby, Sándwich Q'bano y La Locura; también cuenta con locales de comida formal como Casa Lily, Cooking Crepes y Parrileño.

En cercanía al local también se encuentra la carrera 70 donde existe un local de La arepería y Pizzotas un local de venta comidas rápidas.

3.2.2.10 Tamaño y forma del sitio

El local estará constituido por un terreno de 6 metros de ancho por 10 metros de profundidad, tendrá una división en panel yeso que separara la cocina del área de servicio al cliente y otras que separaran las oficinas, la puerta de entrada deberá ser una persiana metálica.

Tanto en el área de producción como en el área de atención al cliente, el piso será de cerámica antideslizante, las paredes de la cocina estarán cubiertas por cerámica y estarán demarcados los lugares por los que pasará la red de gas natural y las redes eléctricas, tendrá dos baños para el personal de la empresa y casilleros para las pertenencias de los mismos.

El área de servicio al cliente contara con una estantería que servirá como decoración y como área de almacenaje de cajas empacadoras, un mostrador para ofrecer los productos, una caja registradora y un teléfono, en la entrada del local estarán ubicadas las mesas para las personas que deseen consumir los postres en el mismo momento, las paredes de la zona de servicio al cliente serán de ladrillo y cemento con cubrimiento en estuco y pintura y se tendrá un baño para damas y otro para caballeros para uso de los clientes.

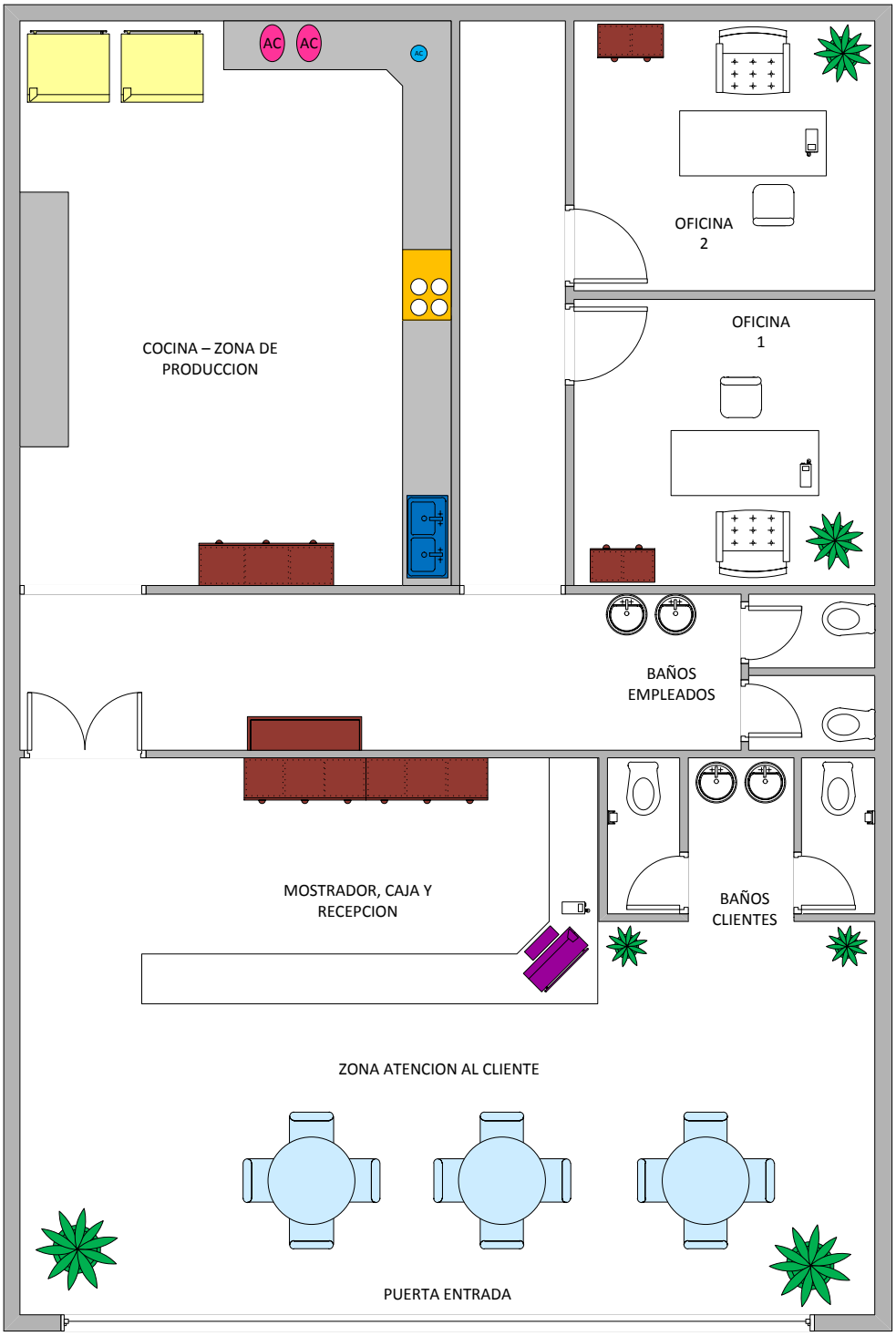
Actualmente el local no se encuentra adaptado a las necesidades de la empresa, por lo tanto se realizaran una serie de adecuaciones que permitan mejorar las condiciones del espacio y la distribución física del mismo. Las adecuaciones mencionadas anteriormente requieren una serie de materiales que estarán descritos en el siguiente cuadro.

Cuadro 55. Adecuaciones

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADECUACIONES			
INSTALACIONES ELECTRICAS			
Cable cometida principal (Metros)	25		0
Cable No. 12 (Metros)	30	1.200	36.000
Cable No. 14 (metros)	30	1.300	39.000
Cajas metalicas	30	1.200	36.000
Toma corrientes doble para 120	9	4.500	40.500
Toma telefono	3	3.700	11.100
Plafones	11	1.500	16.500
Switch electrico sencillo	5	3.000	15.000
Switch electrico doble	2	3.500	7.000
Bombillos	11	1.500	16.500
Mano de obra (Por punto)	30	18.000	540.000
TOTAL INSTALACIONES ELECTRICAS			**757.600**
DIVISIONES EN PANEL YESO			
Laminas de panel yeso	50	16.100	805.000
Mano de obra (por metro cuadrado)	25	30.000	750.000
Cinta	1	4.500	4.500
Tornillo panel yeso 2 (empaque por 100 unidades)	1	1.750	1.750
Paral	16	9.600	153.600
Estuco (15 kg)	1	23.900	23.900
Canal	28	5.500	154.000
TOTAL DIVISIONES PANEL YESO			**1.892.750**
PINTURA LOCAL			
Pintura blanca cuñete	1	147.600	**147.600**
Pintura color cuñete	1	190.000	**190.000**
Brocha	2	3.000	**6.000**
Rodillo	2	5.000	**10.000**
TOTAL PINTURA LOCAL			**353.600**
TOTAL ADECUACIONES			**3.003.950**

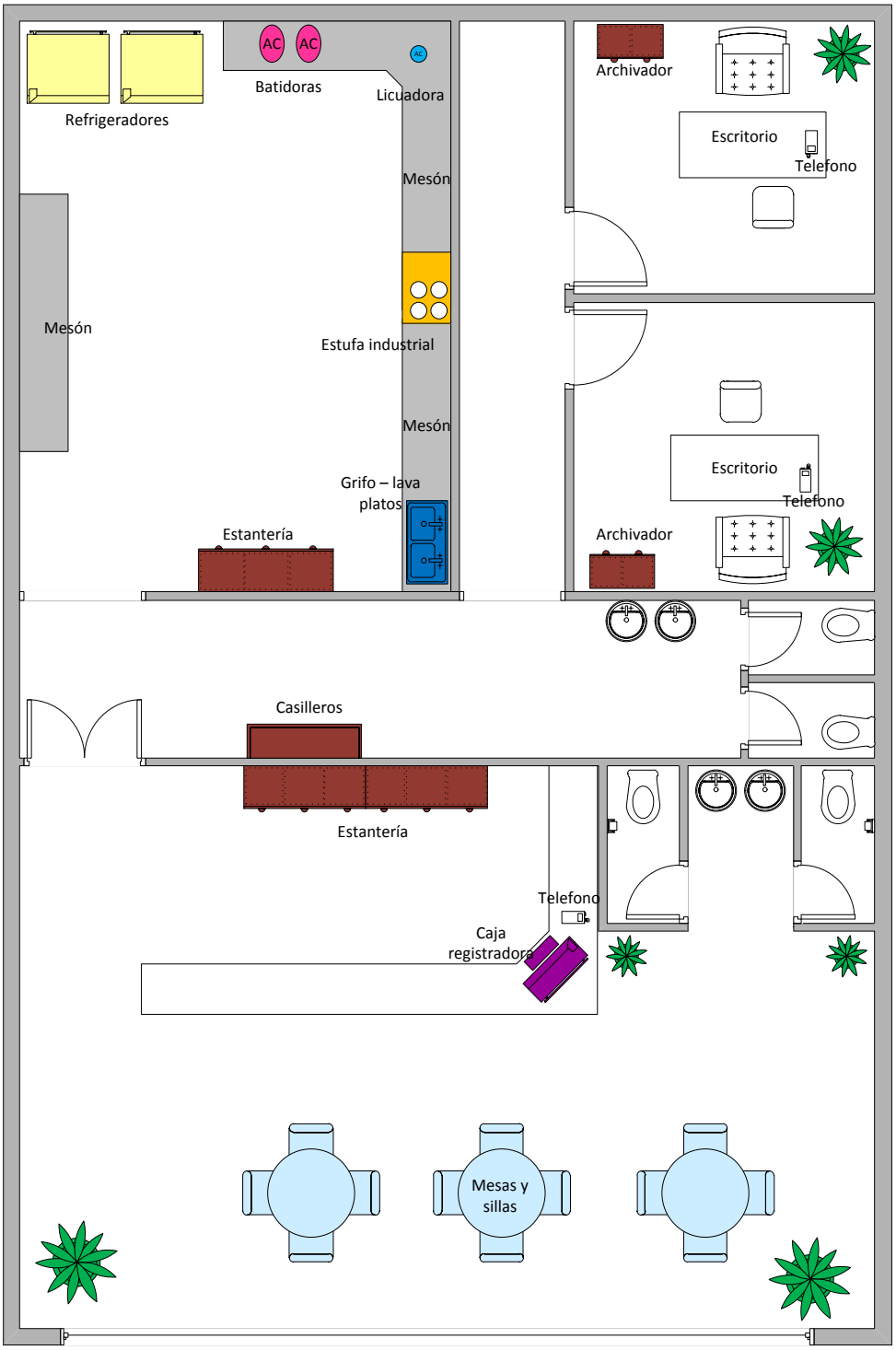
Fuente: Elaboración propia

Imagen 8. Plano de Dulce Pecado – ubicación por áreas



Fuente: Elaboración Propia

Imagen 9. Plano Dulce Pecado – ubicación maquinaria y equipo



Fuente: Elaboración Propia

Imagen 10. Plano de Dulce Pecado en Tercera Dimensión

Fuente: Elaboración propia

Imagen 11. Plano de Dulce Pecado en Tercera Dimensión 2

Fuente: Elaboración propia

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.3.1 Dimensión y características del mercado

La empresa Dulce Pecado se dedicara a la producción y comercialización de postres como mousses, parfaits y bavaroise, que satisfagan las necesidades de consumo de los clientes. Los postres son elaborados con materias primas de excelente calidad, garantizando el uso de endulzantes certificados por la Asociación colombiana de Diabetes.

La Empresa estará situada en el Municipio de Santiago de Cali en el Sector Sur de la ciudad, entre la carrera 66 y 68, en el barrio El Limonar. En esta Zona predominan los estratos medio- de barrios pertenecientes a la comuna 17.

3.3.2 Tecnología del proceso productivo

Para el funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las metas de venta en el mercado se requiere tecnología de alta calidad, precisión y durabilidad; entre la maquinaria necesaria se encuentran los refrigeradores, batidora profesional, mostrador con refrigerador, licuadoras, estufa industrial, gramera, termómetro de cocina y una caja registradora. Esta maquinaria será adquirida nueva en proveedores como CI TALSA, KITCHEN AID, JOSERRAGO, CASIO, HOMECENTER, INDUCOL y BALANZAS DETECTO LTDA empresas certificadas y reconocidas por su calidad y garantía.

Dentro del proceso productivo de los postres será necesario utilizar los refrigeradores para mantener la frescura de los ingredientes y materias primas, maquinaria como las licuadoras, las batidoras, la gramera, el termómetro y la estufa industrial serán utilizadas en el proceso de elaboración del producto, esta tecnología tendrá contacto directo con la materia prima y será parte de su proceso de transformación. El mostrador con refrigerador será utilizado finalmente para

exhibir los productos al público y la caja registradora será parte del proceso de cobro de dinero.

3.3.3 Inversión en pesos

Después de hacer un análisis detallado de los equipos e insumos necesarios para el desarrollo del proyecto, se llevó a cabo la realización de un cuadro de inversión en el que se hace una descripción minuciosa de todos los activos, y los gastos de la empresa, así como el valor de la financiación. El en siguiente cuadro se pueden observar de forma clara los puntos mencionados anteriormente.

Cuadro 56. Inversión en pesos

ITEM	VALOR INVERSION	FINANCIADO	LEASING	CONTADO
Maquinaria y equipo	15.961.900	4.980.950	6.000.000	4.980.950
Muebles y enseres	2.606.700	2.606.700		
Menaje de cocina	1.548.600	1.548.600		
TOTAL INVERSION	**20.117.200**	**9.136.250**	**6.000.000**	**4.980.950**

Fuente: Elaboración propia

4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Dulce Pecado estará dedicada a la producción y comercialización de mousse, parfait y bavaroise especialmente endulzados para ser consumidos por diabéticos, las diferentes texturas y sabores de frutas juegan un papel importante en la variedad y preferencias de los clientes. Se tendrá un local abierto al público y dentro de sus instalaciones se ofrece un ambiente fresco y amigable donde se puede disfrutar de un buen postre con amigos y familiares, brindando atención personalizada a los clientes ofreciendo así, la mejor calidad tanto en la elaboración del producto como en la atención al cliente.

Imagen 12.Logo de la empresa

4.1.1 Descripción del logo

La empresa debe representarse a través de un nombre llamativo, un logo adecuado y un eslogan acorde a la actividad de la empresa; por lo cual Dulce

Pecado eligió colores suaves y de sensación dulce y esponjosa entre el blanco, el rosa y el fucsia, el resultado fue un logo que denota experiencia, resalta a la vista un gorro de chef que ocupa gran espacio dentro del logo, el nombre de la empresa se encuentra en la mitad del espacio en letras legibles, con gran estilo y de color negro para centrar la atención en él, la actividad que realiza la empresa que en este caso es la repostería para diabéticos se encuentra en letras más pequeñas justo bajo el nombre y el eslogan justo bajo la actividad.

4.1.2 Eslogan

“Dulces y Sanas Tentaciones” es el eslogan de Dulce Pecado, esta frase se originó debido a que la organización está dedicada a la producción de postres elaborados con ingredientes especiales que les permiten a las personas diabéticas consumirlos sin afectar su salud.

4.1.3 Misión

Dulce Pecado es una empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para el consumo de población diabética en la ciudad de Santiago de Cali, ofrecemos un servicio que garantiza la calidad e inocuidad de todos los productos puesto que cada proceso productivo está apoyado en normas de salubridad que permiten entregar al consumidor final postres que no afectarán la salud y pueden ser consumidos con total confianza.

4.1.4 Visión

Dulce Pecado será la mejor opción en venta de mousse, parfait y bavaroise endulzados especialmente para ser consumidos por la población diabética en la ciudad de Santiago de Cali; el profesionalismo de nuestros colaboradores permitirá alcanzar objetivos planteados por la empresa y posicionarse dentro del mercado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

4.1.5 Valores corporativos

Vocación al servicio: Dulce Pecado debe satisfacer las necesidades de los clientes de forma efectiva ya que de ellos depende la rentabilidad de la empresa, no se puede dejar de lado las necesidades de los colaboradores puesto que son ellos los responsables de la imagen de calidad y servicio de la organización.

Transparencia: Todas las actividades que realiza Dulce Pecado a nivel administrativo y productivo deben ser transparentes a la hora de realizarse, los gerentes y los trabajadores deben trabajar de la mano para tener relaciones laborales sanas.

Compromiso: Tanto los gerentes como los colaboradores de Dulce Pecado deben comprometerse con los objetivos de la empresa y de esta manera asegurar el crecimiento continuo y el éxito de la organización.

Respeto: El respeto regirá todas y cada una de las relaciones entre Dulce Pecado y sus grupos de interés: Clientes actuales y potenciales, accionistas, colaboradores internos, proveedores y la comunidad en la que se encuentra la empresa.

Trabajo en equipo: Cada integrante de la empresa Dulce Pecado deberá unir esfuerzos con todos los colaboradores sean gerentes o subordinados para el logro de objetivos y metas propuestas dentro de la visión,

Profesionalismo: El profesionalismos de cada trabajador de Dulce Pecado debe imprimirse en cada una de las actividades realizadas dentro o fuera de la organización, buscando finalmente el crecimiento de la empresa y la calidad de los productos.

Honestidad: La honestidad debe ser la guía de cada proceso dentro de Dulce Pecado pues de esta manera se incrementará la confianza del equipo de trabajo y se alcanzaran los objetivos planteados.

4.1.6 Filosofía de trabajo

La productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado, como entidad con ánimo de lucro no solo tiene por objetivo producir utilidades; también se preocupa por la salud y bienestar de los consumidores de sus productos, asegurando la más alta calidad en cada proceso de producción, empaque, almacenamiento y finalmente servicio de atención al cliente.

La labor de Dulce Pecado está orientada al respeto por nuestros clientes, al cumplimiento de las normas jurídicas y se destaca por el servicio cálido, personalizado y de calidad que se debe ofrecer a cada persona que tenga relación con la empresa.

En el aspecto comunitario la empresa se propone disminuir el daño al medio ambiente ofreciendo empaques en materiales reciclables, además brindar productos con los mejores estándares de calidad y realizar campañas sobre el cuidado de la diabetes contribuyendo así con el mejoramiento de la salud de las personas diabéticas que son sus principales clientes.

En el campo laboral Dulce Pecado busca tener un clima organizacional sano, trabajo en equipo, respeto y honestidad entre nuestros colaboradores, que se refleje en todas y cada una de las actividades que se realizan tanto a nivel administrativo como productivo, en la calidad de los servicios.

4.1.7 Competencias organizacionales

Compromiso: Comprometerse con el proceso de crecimiento de Dulce Pecado mediante la mejor actitud y deseos de trabajo, de esta forma cada actividad realizada dentro de las instalaciones será un paso para el logro de los objetivos de la empresa.

Trabajo en equipo: Dentro de Dulce Pecado se debe construir relaciones de confianza, respeto al otro, actitud de escucha y colaboración entre todos los integrantes de la empresa y personas externas a ella, esto con el objetivo de alcanzar las metas de la organización.

Orientación al logro: Cada integrante de Dulce pecado debe enfocar sus esfuerzos en alcanzar los objetivos planteados por la empresa, colaborar cuando exista algún problema que impida el avance o crecimiento de la misma y comprender que el éxito de la organización depende también de sus objetivos personales.

Profesionalismo: Todos los trabajadores de Dulce Pecado deben mostrar confianza, seguridad y ética frente a cada actividad que realicen, cortesía en el momento de interactuar con sus clientes, jefes o compañeros, mostrar responsabilidad en cada proceso que se encuentra a su cargo y asumir y corregir los errores que pueda llegar a cometer.

4.1.8 Políticas internas

Descripción: En este documento se definen las políticas de trabajo interno que todos los miembros de Dulce Pecado deben acatar en las diferentes áreas de trabajo, con la finalidad de unificar criterios éticos y administrativos para tener una sana convivencia y un agradable ambiente de trabajo.

Objetivo: Mantener un ambiente laboral agradable y respetuoso en todas las áreas de la organización.

Alcance: Las siguientes políticas de trabajo interno se aplican a todo el personal contratado en Dulce Pecado.

4.1.8.1 Políticas de trabajo interno:

- Todos los trabajadores sin excepción deberán respetar y cumplir el horario de trabajo de 10:00 am a 1:00 pm y de 2:00 pm a 7:00 pm, en el caso de existir horas extra de trabajo los horarios se adaptaran según las necesidades.
- Los conocimientos adquiridos dentro de Dulce Pecado, no podrán ser utilizados en beneficio de terceros, de ser así, la empresa se verá obligada a prescindir se los servicios del trabajador.
- Cada integrante de Dulce Pecado deberá mantener su lugar de trabajo limpio y ordenado. Tanto el gerente general como el gerente de alimentos y bebidas podrá hacer revisiones constantes y no programadas para evitar la acumulación de artículos innecesarios o basura.
- Todos los empleados por obligación deberán tener las uñas cortas, realizar aseo de manos al entrar a la cocina, llevar tapabocas y portar cofia en el cabello.
- Todos los empleados sin excepción deberán portar adecuadamente el uniforme de Dulce Pecado, limpio y planchado.
- Queda terminantemente prohibido el consumo de bebidas alcohólicas o sustancias alucinógenas dentro de las instalaciones de Dulce Pecado.
- Los empleados no deberán consumir alimentos dentro del local de Dulce Pecado, exceptuando el tiempo asignado para la hora de almuerzo.
- Las personas que tengan contacto con los alimentos dentro de la cocina o con los clientes en el área de servicio no podrán consumir ningún tipo de goma de mascar.
- Dulce Pecado no contratará parientes entre empleados para evitar inconvenientes personales dentro de la organización.
- Los empleados no deben recibir visitas en días laborales y especialmente los fines de semana; exceptuando cuando exista alguna calamidad doméstica.

- Debido a que el área de trabajo es un espacio común, no se deberá afectar a los demás con música, sonidos y olores desagradables. Lo anterior incluye la restricción de fumar dentro del local de Dulce Pecado.
- Todos los integrantes de Dulce Pecado deberán comportarse con respeto dentro y fuera de las instalaciones; evitando el uso de malas palabras y expresiones ofensivas con sus compañeros; será así mismo cuidadoso en su persona física y aseo personal.
- El uso de celulares o aparatos electrónicos dentro del horario de trabajo queda prohibido, su uso será exclusivo en la hora de almuerzo.
- Todos los empleados deberán respetar las pertenencias de sus compañeros de trabajo, para esto se le asignará a cada empleado un casillero para guardar sus objetos personales.
- Será deber de todos los colaboradores reportar con la autoridad inmediata o con el gerente general de manera verbal o escrita cualquier incidente dentro de la organización por pequeño que sea, tanto en la zona de atención al cliente como en la cocina o demás áreas del local de Dulce Pecado.
- Si por alguna razón forzosa algún empleado debe faltar a su trabajo, este debe informar a la gerencia inmediatamente. Si no es de fuerza mayor el trabajador debe solicitar el permiso con anterioridad.

4.1.9 Matriz DOFA y mapa estratégico

La matriz DOFA busca identificar tanto las debilidades y fortalezas de Dulce Pecado como las amenazas y oportunidades del medio en donde se encuentra la empresa. Por medio de este análisis se crean estrategias que ayudan a la empresa a sacar el mayor provecho de las fortalezas y oportunidades además de disminuir el impacto de las debilidades y amenazas.

Un mapa estratégico es una herramienta que permite establecer estrategias a nivel interno en una organización, para Dulce Pecado se realizaron estrategias de aprendizaje y crecimiento, procesos internos, clientes y finanzas. Mediante la

integración de estas estrategias en los diferentes niveles se logra el cumplimiento de la misión y visión de la empresa.

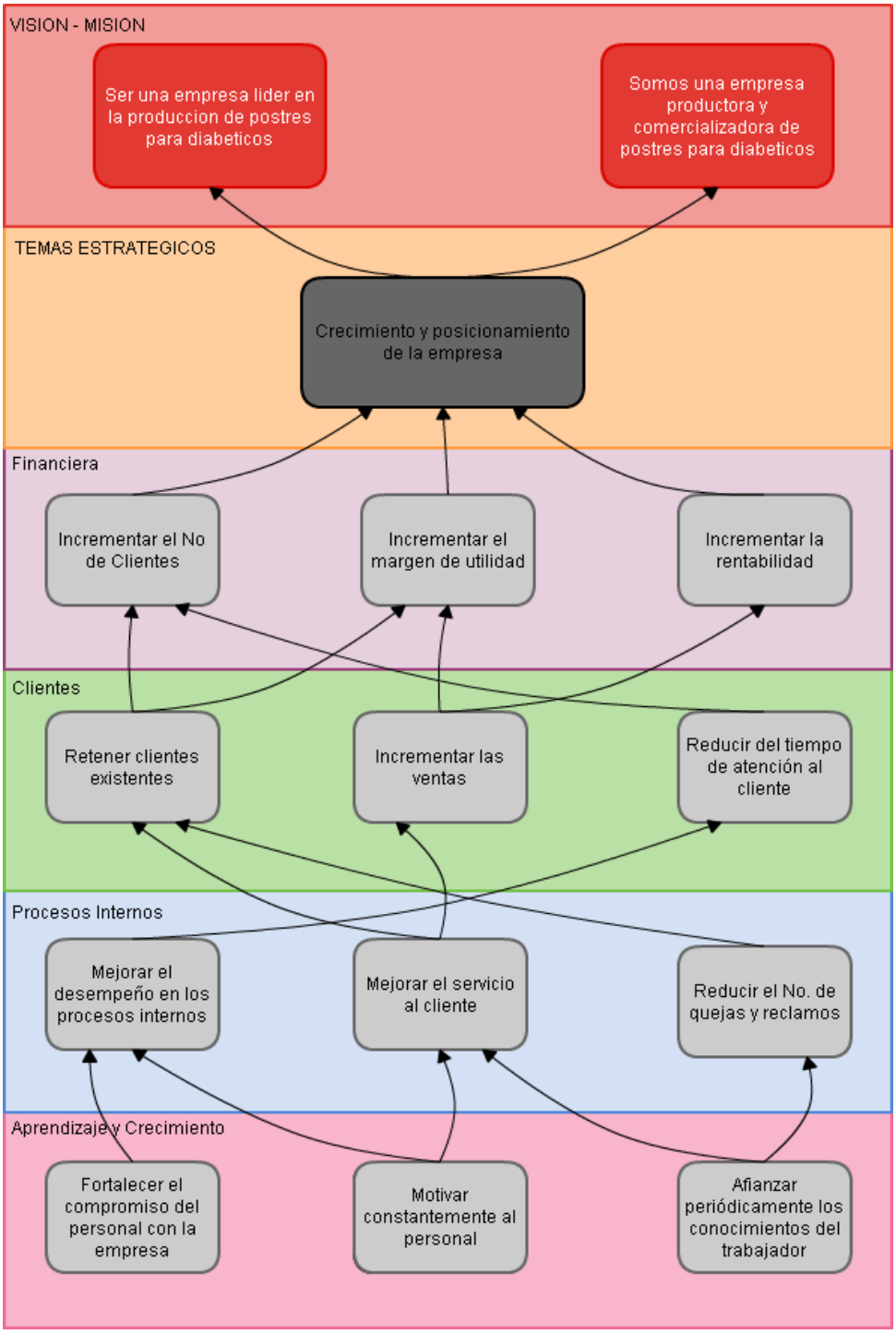
Cuadro 57. Matriz DOFA

	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
	1. Amplio portafolio de servicios. **2.** Proveedores establecidos y confiables. **3.** Publicidad para la empresa y sus productos. **4.** Asesorías de personal externo especializado en salud.	**1.** Altos costos de tecnología **2.** Falta de experiencia laboral en el ámbito administrativo. **3.** Falta de reconocimiento en el sector **4.** Desperdicios causados por la poca durabilidad del producto
OPORTUNIDADES **1.** Incremento de número de diabéticos en la ciudad. **2.** Bajo costo de materia prima. **3.** Cambios alimenticios más saludables por parte de la población diabética. **4.** Poca existencia de empresas dedicadas a la elaboración de postres para diabéticos.	**FO** **Estrategia Max – Max** **F1-F3-O4:** Incrementar la publicidad de la empresa para dar a conocer el amplio portafolio de productos y entrar en el mercado de los postres para diabéticos aprovechando que no existe saturación del mercado. **F2-O2:** Establecer precios fijos con los proveedores para mantener los bajos costos de la materia prima. **F4-O1-O3:** Crear alianzas con personal especializado y ofrecer charlas en salud	**DO** **Estrategia Min – Max** **D1-O1:** El alto costo de la tecnología se sustenta en el incremento del número de diabéticos para poder cubrir la demanda de postres, por esto es importante tener la tecnología correcta para tener una producción eficiente y proyectada. **D3-O4:** La falta de reconocimiento en el mercado se puede disminuir mediante la utilización de medios

	para incentivar el cambio alimenticio de los clientes debido al incremento de diabéticos en la ciudad y aumentar el consumo de postres.	publicitarios y de esta manera posicionarse como la principal empresa productora de postres para diabéticos.
AMENAZAS **1.** Falta de credibilidad de los componentes del producto. **2.** Entrada de nuevos competidores al mercado de postres para diabéticos. **3.** Entrada de nuevos productos sustitutos. **4.** Cambio radical de alimentación en donde se eliminan los postres de la dieta de los diabéticos.	**FA** **Estrategia Max – Min** **F4-A1-A4:** Llevar a cabo asesorías o charlas por parte del personal especializado en salud para reducir o acabar la falta de credibilidad en los componentes del producto e incentivar a las personas a incluir los postres en su dieta. **F1-F3-A3:** Por medio del aumento de la publicidad dar a conocer el amplio portafolio de servicios y sus beneficios y así disminuir el consumo de productos sustitutos. **F2-A2:** fortalecer las alianzas con los proveedores para generar ventajas competitivas frente a los nuevos entrantes.	**DA** **Estrategia Min – Min** **D3-A2-A3:** Fortalecer la publicidad escrita y virtual pues de esta manera se incrementa el reconocimiento de la empresa frente a la competencia y a los productos sustitutos. **D2-A1-A4**: equilibrar la falta de experiencia laboral en el ámbito administrativo con la experiencia en el sector alimenticio, generando credibilidad frente a los productos y así aumentar el cambio de dieta de los futuros clientes.

Fuente: Elaboración propia

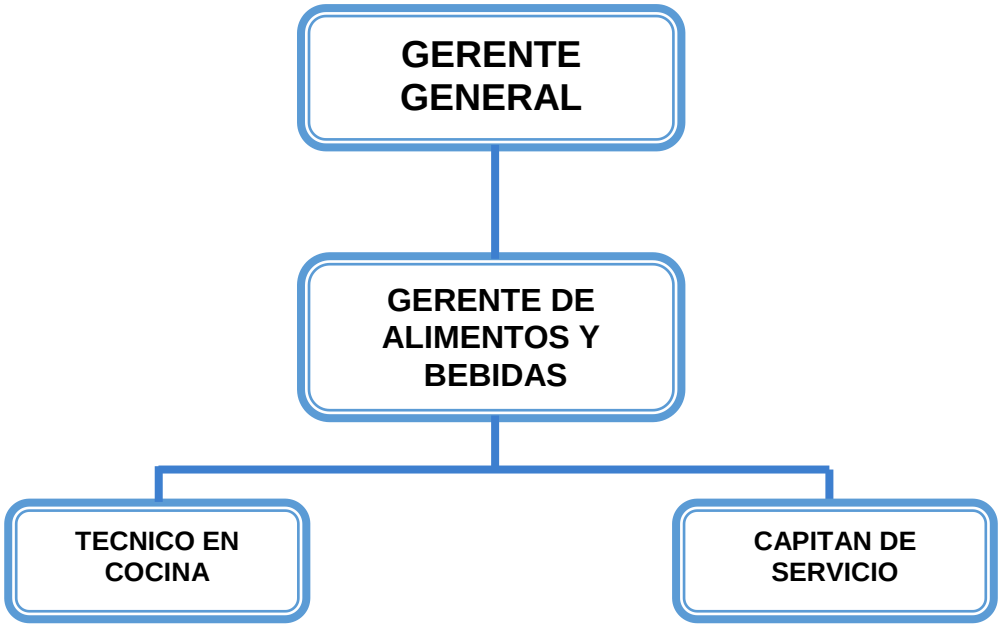
Imagen 13. Mapa Estratégico



Fuente: Elaboración propia

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 5. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

4.2.1 Línea de autoridad

El organigrama posee una estructura jerárquica, el primer nivel es ocupado por el Gerente General el cual se encarga de todas las actividades administrativas y contables de Dulce Pecado y como subordinados se encuentran todos los demás puestos, en el segundo nivel se encuentra el Gerente de Alimentos y Bebidas quien se encarga de la administración de la cocina donde se lleva a cabo todo el proceso productivo y tiene a su cargo al Técnico de cocina y al Capitán de Servicio, por último se encuentra el tercer nivel al cual pertenecen los cargos operativos de la empresa.

4.2.2 Mapa Procesos

Un mapa de procesos representa una visión general de todos los procesos claves dentro de la empresa, en primer lugar se encuentran los procesos estratégicos que hacen parte de la alta gerencia y mediante los cuales se direccionan las actividades de la organización, en segundo lugar se encuentran los procesos operativos los cuales permiten desarrollar el objetivo principal de la empresa y en tercer lugar están los procesos de apoyo que ayudan a gestionar los recursos de la empresa mediante la medición, análisis y mejora de los mismo.

Figura 6. Mapa de Procesos

Fuente: Elaboración propia

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Descripción de procesos operativos

El proceso operativo descrito a continuación corresponde al proceso de elaboración de los postres para diabéticos y estará a cargo del técnico en cocina que pertenece al personal operativo de la empresa y el gerente de alimentos y bebidas.

- ¿Qué se hace? se lleva a cabo la producción de postres especiales para ser consumidos por personas diabéticas.
- ¿Cómo se hace? El proceso de elaboración de cada tipo de postre descrito de manera detallada en los flujogramas del capítulo 3 se lleva a cabo bajo la supervisión y el correcto seguimiento de la receta correspondiente a cada producto.
- ¿Con qué se hace? Para realización de los postres se utilizan productos bajos en grasa y especializados para personas diabéticas, como el endulzante, la gelatina sin sabor, la leche descremada y frutas de excelente calidad.
- ¿Dónde se hace? El proceso productivo se lleva a cabo dentro de la planta de producción en este caso la cocina del local, a cargo de personas especializadas en la producción de postres como lo son el técnico en cocina y el gerente de alimentos y bebidas.
- ¿En cuánto tiempo se hace? El proceso de elaboración de los postres un tiempo total de 3 horas y 30 minutos para los mousse y los bavaroise; para la elaboración del parfait se requiere un tiempo total de 10 minutos. El tiempo total de preparación está divido en tiempo de elaboración y tiempo de refrigeración; para el mousse y el bavaroise se requiere media hora de elaboración 3 horas de refrigeración mientras que el parfait requiere 10 min de elaboración ya que no necesita refrigeración.

4.3.2 Descripción y perfil de puestos

La descripción de puestos es una pieza clave dentro de una organización, no solo porque ésta permite tener todo perfectamente organizado en el departamento administrativo sino para definir las características, habilidades y conocimientos que debe tener una persona para desempañar los distintos cargos dentro de la empresa, también al momento del reclutamiento y la selección del personal aquella persona que cumpla con todos los requisitos definidos será finalmente contratado.

Cuadro 58. Descripción de puesto – Gerente General

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
DESCRIPCION DE PUESTO	
PUESTO	**GERENTE GENERAL**
AREA O DEPARTAMENTO	GERENCIA ADMINISTRATIVA
OBJETIVO DEL PUESTO	Ser la cabeza legal de la empresa frente a sus obligaciones. Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa, tanto económicas, financieras, mercadeo, publicidad y recurso humano.
EL PUESTO REPORTA A	Los socios
PERSONAL A CARGO	Directos • Gerente de alimentos y bebidas Indirectos • Técnico en repostería

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 59. Perfil del puesto – Gerente General

<table>
<tr><td colspan="4">PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS
DULCE PECADO</td></tr>
<tr><td colspan="4">PERFIL DEL PUESTO</td></tr>
<tr><td>PUESTO</td><td colspan="3">GERENTE GENERAL</td></tr>
<tr><td>ESCOLARIDAD</td><td colspan="3">Profesional en Administración de empresas</td></tr>
<tr><td>EXPERIENCIA</td><td colspan="3">Tiempo: 1 año Puesto previo: Indistinto</td></tr>
<tr><td>CONOCIMIENTOS</td><td colspan="3">• Conocimientos en administración de empresas (con énfasis en mercadeo)
• Conocimientos en programas contables
• Decreto 3075 y Leyes de salubridad
• Computación (office)</td></tr>
<tr><td>CAPACIDADES Y HABILIDADES</td><td colspan="3">• Liderazgo
• Trabajo en equipo
• Habilidad para la comunicación
• Trabajo bajo presión
• Toma de decisiones
• Solución de problemas
• Responsabilidad
• Honestidad
• Orientado al logro</td></tr>
<tr><td>IDIOMAS
No requerido</td><td>EDAD
20 – 55 años</td><td>SEXO
Femenino</td><td>ESTADO CIVIL
Indistinto</td></tr>
<tr><td rowspan="2">INTERRELACION</td><td>INTERNA</td><td colspan="2">• Gerencia de alimentos y bebidas
• Técnico en repostería</td></tr>
<tr><td>EXTERNA</td><td colspan="2">• Proveedores
• Arrendadores
• Instituciones bancarias
• Instituciones prestadoras de servicio de agua y alcantarilladlo, de energía
• Instituciones prestadoras de servicio de telefonía fija, móvil e internet
• Secretaria de salud municipal
• Cámara de comercio municipal
• Policía metropolitana
• Escuelas de gastronomía
• Agencias de publicidad</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 60. Autoridad y responsabilidad del puesto – Gerente General

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DEL PUESTO	
PUESTO	**GERENTE GENERAL**
• Representar la sociedad ante autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales y políticas, Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad • Dirigir y controlar la aplicación de las políticas de administración de empresas, recursos humanos, financieros y de mercado • Realizar la nómina de la empresa utilizando software de sistemas contables**,** Realizar los estados de resultados y los balances generales de la empresa • Crear, aplicar y analizar las estrategias de mercadeo y ventas • Realizar el proceso de reclutamiento y contratación junto con el gerente de alimentos y bebidas, Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos junto con el gerente de alimentos y bebidas • Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales.	

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 61. Descripción de puesto – Gerente de Alimentos y Bebidas

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
DESCRIPCION DE PUESTO	
PUESTO	**GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**
AREA O DEPARTAMENTO	GERENCIA DE COCINA
OBJETIVO DEL PUESTO	Planear, dirigir, organizar y controlar las actividades realizadas en el área de producción de la empresa, realizar los inventarios y crear el menú de postres.
EL PUESTO REPORTA A	El Gerente General
PERSONAL A CARGO	Directo: Técnico en repostería

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 62. Perfil del puesto – Gerente de Alimentos y Bebidas

<table>
<tr><td colspan="5">PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS
DULCE PECADO</td></tr>
<tr><td colspan="5">PERFIL DEL PUESTO</td></tr>
<tr><td>PUESTO</td><td colspan="4">GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</td></tr>
<tr><td>ESCOLARIDAD</td><td colspan="4">Profesional en Administración de empresas y Técnico en cocina y/o repostería</td></tr>
<tr><td>EXPERIENCIA</td><td colspan="2">Tiempo: 2 años</td><td colspan="2">Puesto previo: Indistinto</td></tr>
<tr><td>CONOCIMIENTOS</td><td colspan="4">• Cocina fría y repostería
• Conocimientos en administración de empresas
• Administración de restaurantes
• Requisiciones de restaurante
• Inventarios
• Compras
• Creación de menús
• Decreto 3075
• Norma HACCP de seguridad alimentaria
• Computación (office)</td></tr>
<tr><td>CAPACIDADES Y HABILIDADES</td><td colspan="4">• Trabajo en equipo
• Liderazgo
• Trabajo bajo presión
• Habilidades de comunicación y dirección
• Toma de decisiones
• Solución de problemas
• Responsabilidad
• Honestidad</td></tr>
<tr><td>IDIOMAS
No requerido</td><td colspan="2">EDAD
20 – 55 años</td><td>SEXO
Femenino</td><td>ESTADO CIVIL
Indistinto</td></tr>
<tr><td rowspan="2">INTERRELACION</td><td colspan="2">INTERNA</td><td colspan="2">• Gerencia de alimentos y bebidas
• Técnico en repostería</td></tr>
<tr><td colspan="2">EXTERNA</td><td colspan="2">• Proveedores
• Instituciones bancarias
• Secretaria de salud municipal
• Cámara de comercio municipal
• Escuelas de gastronomía privadas
• SENA
• Agencias de publicidad</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 63. Autoridad y responsabilidad del puesto – Gerente de Alimentos y Bebidas

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DEL PUESTO	
PUESTO	**GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**
• Realizar el proceso de reclutamiento y contratación junto con el gerente general • Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos junto con el gerente general • Manejar el personal de cocina, capitanía de servicio y personal de limpieza • Realizar las requisiciones de compra de suministros para la cocina • Aplicar y revisar el cumplimiento de las normas sanitarias y procedimientos en materia de seguridad integral • Dirigir el tratamiento de los alimentos y la producción • Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas • Elaborar el menú de postres • Realizar y crear el formato de receta estándar • Realizar y controlar el inventario de la cocina • Establecer y mantener las relaciones con proveedores • Aplicar las normas del decreto 3075, norma BPM y norma HACCP	

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 64. Descripción de puesto – Técnico en Cocina o Repostería

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
DESCRIPCION DE PUESTO	
PUESTO	**TECNICO EN COCINA O REPOSTERIA**
AREA O DEPARTAMENTO	COCINA
OBJETIVO DEL PUESTO	Llevar a cabo las actividades relacionadas con el proceso de elaboración de postres, hacer la compra de ingredientes
EL PUESTO REPORTA A	El Gerente de alimentos y bebidas
PERSONAL A CARGO	• Ninguno

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 65. Perfil del puesto – Técnico en cocina o Repostería

<table>
<tr><td colspan="5">PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS
DULCE PECADO</td></tr>
<tr><td colspan="5">PERFIL DEL PUESTO</td></tr>
<tr><td>PUESTO</td><td colspan="4">TECNICO EN COCINA O REPOSTERIA</td></tr>
<tr><td>ESCOLARIDAD</td><td colspan="4">Técnico en cocina y/o repostería</td></tr>
<tr><td>EXPERIENCIA</td><td colspan="2">Tiempo: 2 años</td><td colspan="2">Puesto previo: Indistinto</td></tr>
<tr><td>CONOCIMIENTOS</td><td colspan="4">• Cocina fría y repostería
• Elaboración de mousses, parfaits y bavaroise de frutas
• Elaboración de almibares y merengues italiano, suizo y francés
• Compras
• Manejo de sustitutos del azúcar
• Garnish
• Decreto 3075 y norma HACCP</td></tr>
<tr><td>CAPACIDADES Y HABILIDADES</td><td colspan="4">• Trabajo en equipo
• Habilidades manuales finas
• Creatividad
• Trabajo bajo presión
• Ejecución de ordenes
• Toma de decisiones
• Solución de problemas
• Responsabilidad
• Honestidad</td></tr>
<tr><td>IDIOMAS
No requerido</td><td>EDAD
20 – 55 años</td><td colspan="2">SEXO
Indistinto</td><td>ESTADO CIVIL
Indistinto</td></tr>
<tr><td rowspan="2">INTERRELACION</td><td>INTERNA</td><td colspan="3">• Gerencia General
• Gerencia de alimentos y bebidas
• Técnico en repostería</td></tr>
<tr><td>EXTERNA</td><td colspan="3">• Proveedores
• Secretaria de salud municipal
• Escuelas de gastronomía privadas
• SENA
• Clientes</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 66. Autoridad y responsabilidad del puesto – Técnico en cocina o Repostería

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DEL PUESTO	
PUESTO	**TECNICO EN COCINA O REPOSTERIA**
• Ejecutar la órdenes del gerente de alimentos y bebidas • Desinfectar la materia prima que se utilizará en el proceso de producción • Realizar las operaciones de elaboración de postres, preparando las materias primas necesarias según fórmula • Realizar la decoración de los postres • Refrigerar adecuadamente los productos terminados • Mantener orden y limpieza en su área de trabajo • Asumir las funciones del gerente de alimentos y bebidas cuando este no esté disponible • Aplicar las normas del decreto 3075, norma BPM y norma HACCP	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 67. Descripción de puesto – Capitán de Servicio

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
DESCRIPCION DE PUESTO	
PUESTO	**CAPITAN DE SERVICIO**
AREA O DEPARTAMENTO	SERVICIO AL CLIENTE
OBJETIVO DEL PUESTO	Atender de manera respetuosa a los clientes que ingresan al establecimiento, encargarse de las comandas y la cuenta.
EL PUESTO REPORTA A	El Gerente de alimentos y bebidas
PERSONAL A CARGO	• Ninguno

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 68. Perfil del puesto – Capitán de Servicio

<table>
<tr><td colspan="5">PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS
DULCE PECADO</td></tr>
<tr><td colspan="5">PERFIL DEL PUESTO</td></tr>
<tr><td colspan="2">PUESTO</td><td colspan="3">CAPITAN DE SERVICIO</td></tr>
<tr><td colspan="2">ESCOLARIDAD</td><td colspan="3">Técnico en mesa y bar</td></tr>
<tr><td colspan="2">EXPERIENCIA</td><td>Tiempo: 2 años</td><td colspan="2">Puesto previo: Capotan de servicio</td></tr>
<tr><td colspan="2">CONOCIMIENTOS</td><td colspan="3">• Atención al cliente
• Manejo de comandas
• Manejo perfecto de bandejas
• Servicio de mesa y reglas</td></tr>
<tr><td colspan="2">CAPACIDADES Y HABILIDADES</td><td colspan="3">• Buen vocabulario y dicción
• Disposición de servicio
• Ejecución de ordenes
• Trabajo bajo presión y Trabajo en equipo
• Responsabilidad
• Honestidad
• Carisma
• Habilidad para la comunicación</td></tr>
<tr><td>IDIOMAS
No requerido</td><td>EDAD
20 – 55 años</td><td>SEXO
Masculino</td><td colspan="2">ESTADO CIVIL
Indistinto</td></tr>
<tr><td rowspan="2">INTERRELACION</td><td>INTERNA</td><td colspan="3">• Gerencia general
• Gerente de Alimentos y Bebidas
• Capitanía de servicio
• Técnico en repostería</td></tr>
<tr><td>EXTERNA</td><td colspan="3">• Secretaria de salud municipal
• SENA
• Clientes</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 69. Autoridad y responsabilidad del puesto – Capitán de Servicio

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MOUSSE, PARFAIT Y BAVAROISE PARA DIABETICOS DULCE PECADO	
AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD DEL PUESTO	
PUESTO	**CAPITAN DE SEVICIO**
• Atender de manera educada y eficiente a cualquier cliente que ingrese al local • Ofrecer los productos del día • Asesorar a los clientes en la compra de algún producto • Mantener los mostradores organizados y limpios • Mantener las mesas y asientos de los clientes organizados • Mostrar el menú de postres • Tomar el pedido de los clientes • Hacer las comandas de pedidos • Informar a la cocina los pedidos que están en curso • Llevar los platos y vasos a la mesa de los clientes • Entregar la factura de compra	

Fuente: Elaboración Propia

4.3.3 Asignación de salarios

Es importante definir los salarios de los empleados puesto que son egresos fijos durante el año. A continuación la asignación de salarios de los puestos de Dulce Pecado.

Cuadro 70. Asignación de salarios Gerente General y Gerente de Alimentos y Bebidas

CARGOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE GENERAL	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
TOTAL	**15.942.250**	**16.412.546**	**16.875.380**	**17.331.015**	**17.798.953**
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS					
PERSONAS CON AUXILIO					
SALARIOS	15.942.250	16.412.546	16.875.380	17.331.015	17.798.953
AUXILIO TRANSPORTE	1.830.878	1.884.889	1.938.043	1.990.370	2.044.110
CESANTIAS	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
INTERESES CESANTIAS	177.731	182.974	188.134	193.214	198.431
PRIMAS	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
VACACIONES	664.259	683.855	703.140	722.124	741.622
PENSIONES	1.913.070	1.969.506	2.025.046	2.079.722	2.135.874
SALUD	0	0	0	0	0
ARL (nivel I)	83.314	85.772	88.191	90.572	93.017
CAJA DE COMPENSACION	637.690	656.502	675.015	693.241	711.958
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
TOTAL	**24.210.196**	**24.924.397**	**25.627.265**	**26.319.201**	**27.029.820**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 71. Asignación de salarios Técnico en Cocina o Repostería y Capitán de Servicio

CARGOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TECNICO EN COCINA FRIA Y REPOSTERIA	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
CAPITAN DE SERVICIO	7.971.125	8.206.273	8.448.358	8.697.585	8.954.164
TOTAL	**15.942.250**	**16.412.546**	**16.886.048**	**17.363.092**	**17.853.640**
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS					
PERSONAS CON AUXILIO					
SALARIOS	15.942.250	16.412.546	16.875.380	17.331.015	17.798.953
AUXILIO TRANSPORTE	1.830.878	1.884.889	1.938.043	1.990.370	2.044.110
CESANTIAS	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
INTERESES CESANTIAS	177.731	182.974	188.134	193.214	198.431
PRIMAS	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
VACACIONES	664.259	683.855	703.140	722.124	741.622
PENSIONES	1.913.070	1.969.506	2.025.046	2.079.722	2.135.874
SALUD	0	0	0	0	0
ARL (nivel I)	83.314	85.772	88.191	90.572	93.017
CAJA DE COMPENSACION	637.690	656.502	675.015	693.241	711.958
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
TOTAL	**24.210.196**	**24.924.397**	**25.627.265**	**26.319.201**	**27.029.820**

Fuente: Elaboración propia

4.4 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

4.4.1 Reclutamiento

4.4.1.1 Reclutamiento técnico en repostería

Fuentes de reclutamiento: El proceso de reclutamiento para él o la candidata al cargo de técnico en repostería se hará por medio de escuelas gastronómicas ya que de esta manera existirá mayor confiabilidad en el momento de seleccionar al mejor candidato para el puesto. (Escuela Gastronómica de Occidente EGO, SENA, Escuela Gastronómica del Valle AGASVAL)

Medios de reclutamiento: Los medios de reclutamiento utilizados para la obtención de candidatos para el cargo de técnico en repostería serán solicitudes escritas a las escuelas de gastronomía y medios de comunicación como la prensa escrita.

4.4.1.2 Reclutamiento capitán de servicio

Fuentes de reclutamiento: El proceso de reclutamiento para el aspirante o la aspirante a capitán de servicio se hará por medio del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA ya que son personas formadas especialmente para el desarrollo de este tipo labores.

Medios de reclutamiento: Los medios de reclutamiento utilizados para la obtención de candidatos para el cargo de capitán de servicio serán solicitudes escritas al servicio nacional de aprendizaje SENA y medios de comunicación como la prensa escrita.

4.5 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

4.5.1 Solicitud de empleo

4.5.1.1 Solicitud de empleo técnico en repostería

Hoja de vida: Se pedirá a los candidatos que entreguen un formato de hoja de vida minerva 10 – 03, debido a que se obtendría información estandarizada y facilitaría el proceso de revisado de las mismas.

4.5.1.2 Solicitud de empleo capitán de servicio

Hoja de vida: Se pedirá a los candidatos que entreguen un formato de hoja de vida minerva 10 – 03, debido a que se obtendría información estandarizada y facilitaría el proceso de revisado de las mismas.

4.5.2 Entrevista

4.5.2.1 Entrevista técnico en repostería

El proceso de entrevista de los aspirantes al cargo de técnico en repostería lo realizara la gerente de alimentos y bebidas. Se manejara un tipo de entrevista estandarizada que permita la rápida obtención de información por parte del entrevistador y facilite la selección del candidato indicado.

4.5.2.2 Entrevista capitán de servicio

El proceso de entrevista de los aspirantes al cargo de capitán de servicio lo realizara la gerente de alimentos y bebidas. Se manejara un tipo de entrevista estandarizada que permita la rápida obtención de información por parte del entrevistador y facilite la selección del candidato indicado

4.5.3 Exámenes

4.5.3.1 Examen técnico en repostería

Pruebas psicotécnicas y/o prácticas: Se le harán pruebas prácticas de cocina fría, Garnish y manejo de endulzantes especiales para diabéticos.

Examen médico: Se deben realizar exámenes médicos de ingreso debido a la manipulación futura de alimentos; entre los exámenes obligatorios está el Frotis Faríngeo con Cultivo, el koh de uñas, una Serología, coprocultivo y examen de piel y un Examen médico general.

4.5.3.2 Exámenes capitán de servicio

Pruebas psicotécnicas y/o prácticas: Al candidato o candidatos se le realizara pruebas de atención al cliente, manejo de bandejas y reglas de montaje de mesa.

Examen médico: Se deben realizar exámenes médicos de ingreso debido a la manipulación futura de alimentos; entre los exámenes obligatorios está el Frotis Faríngeo con Cultivo, el koh de uñas, una Serología y un Examen médico general.

4.6 PROCESO DE CONTRATACION

Siguiendo los lineamientos legales estipulados en el Código Sustantivo de Trabajo Título I, Capítulo IV de las modalidades de contrato, la empresa Dulce Pecado llevara a cabo la contratación de sus trabajadores operativos (Técnico en cocina y Capitán de Servicio) por medio de un contrato laboral a término fijo inferior a un año descrito en el Art. 46 del código mismo, en el cual se estipularan el valor del salario, el periodo de pago que realizara de forma mensual el día 25 de cada mes, el pago de las prestaciones sociales y jornada laboral de 48 horas semanales distribuidas en una jornada diaria de 8 horas.

Para la contratación del gerente general y el gerente de alimentos y bebidas se recurrirá al contrato a término indefinido descrito en el Art. 47 del Código mencionado anteriormente en el que al igual que en el contrato a término fijo se

estipularan el valor del salario, el periodo de pago que realizara de forma mensual el día 25 de cada mes, el pago de las prestaciones sociales, y jornada laboral de 48 horas semanales distribuidas en una jornada diaria de 8 horas.

4.6.1 Inducción del personal

4.6.1.1 Inducción técnico en repostería

Introducción general de la empresa: Se realizara la firma del contrato, el ingreso al registro de la empresa, la afiliación a seguridad social, se entregara el manual de comportamiento, se realiza un recorrido por la empresa y se hará la presentación con sus nuevos compañeros de trabajo.

Introducción en el departamento: Se le enseñara cada rincón de la cocina, la organización de la misma, se le entregara la descripción de su trabajo y se le hará entrega de su uniforme.

4.6.1.2 Inducción capitán de servicio

Introducción general de la empresa: Se realizara la firma del contrato, el ingreso al registro de la empresa, la afiliación a seguridad social, se entregara el manual de comportamiento, se realiza un recorrido por la empresa y se hará la presentación con sus nuevos compañeros de trabajo.

Introducción en el departamento: Se le mostrara el comedor, se le explicara cada función a realizar y se le entregara su uniforme

4.7 PROCESO DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.7.1 Capacitación

4.7.1.1 Capacitación técnico en repostería

Capacitación: En el proceso de capacitación se llevará a cabo la entrega del manual de funciones correspondiente a cada trabajador

Adiestramiento: Con el técnico en cocina se realizará un adiestramiento de 15 días para evaluar su desempeño en el área de trabajo ya que se debe a funciones técnicas y administrativas

4.7.1.2 Capacitación capitán de servicio

Capacitación: En el proceso de capacitación se llevará a cabo la entrega del manual de funciones correspondiente a cada trabajador.

Adiestramiento: El proceso adiestramiento para el capitán de servicio tendrá una duración de 8 días ya que son funciones de operario.

4.8 PROGRAMA DE INCENTIVOS

Dentro del programa de incentivos se aplicaran y desarrollaran las siguientes actividades para retener el personal de trabajo de la empresa:

- Para tener un buen clima laboral se harán reuniones cada mes para resaltar el buen trabajo en equipo e individualmente, además se evaluaran las fallas y se crearan estrategias para mejorar los procesos dentro de la empresa.

- Poner a la vista del público una cartelera con el empleado del mes y dar un incentivo monetario por la excelente labor.

- Realizar continuamente cursos de manipulación de alimentos, bpm y nuevas técnicas de repostería.

- Regalar un postre a los trabajadores para el día de su cumpleaños.

- Realizar una vez al año una salida recreativa con todas las familias de la empresa.

- Dar incentivos verbales y escritos que motiven a los trabajadores.

4.9 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

4.9.1 Tipo de sociedad

Cuadro 72. Sociedades por Acciones Simplificadas -S.A.S.

Razón Social	El nombre de la sociedad debe estar acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificadas” o de la sigla “SAS”
Número de socios	Puede estar constituida por una o varias personas, naturales o jurídicas. No tiene límite máximo de socios.
Constitución	Se crea mediante contrato que contiene un documento privado inscrito en el registro mercantil. Si se aportan bienes cuya transferencia exija escritura pública, por ejemplo un inmueble la sociedad se constituye por este medio, y deben realizarse también los registros correspondientes (mercantil y de instrumentos públicos)
Duración	La que se pacte en el acto de constitución, que puede ser duración definida o indefinida. Si nada se expresa se entiende que el término es indefinido.
Capital	En el acto de constitución debe expresarse el capital autorizado, el suscrito y el pagado. El plazo para pagar el capital suscrito no excederá de dos (2) años. El capital estará representado en acciones.
Administración	En los estatutos sociales se determinara libremente la estructura orgánica de la sociedad. A falta de estipulación se entenderá que la asamblea de accionistas tiene todas las atribuciones que la ley le asigna a este órgano y que la funciones de administración están a cargo del representante legal. No está obligada a tener junta directiva, salvo que así se disponga en los estatutos.
Responsabilidad	Los accionistas solo responden hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo el caso de fraude a la ley, los accionistas en ningún caso responden personalmente por obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Fuente: Cartilla Legis 2012

Cuadro 72.Sociedades por Acciones Simplificadas -S.A.S. (Continuación)

Disolución	La sociedad por acciones simplificadas se disuelve: Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social Por la iniciación del trámite de liquidación judicial Por las causales previstas en los estatutos Por la voluntad de los accionistas adoptada por la asamblea Por orden de autoridad competente Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito

Fuente: Cartilla Legis 2012

Requisitos para la constitución de una S.A.S según la Ley 1258 de 2008:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

4.10 Marco legal de la empresa

4.10.1 Certificado de homonimia

La consulta de homonimia se realiza para conocer aquellos establecimientos de comercio que poseen el mismo nombre o razón social de la empresa a constituirse, si alguna otra empresa ya posee ese nombre, la Cámara de Comercio no puede matricular la nueva empresa.

La consulta para verificar el estado de homonimia de la empresa puede realizarse mediante la Cámara de Comercio de cada municipio.

4.10.2 Escritura pública

La escritura pública es un documento en el que se hace constar ante Notario público la constitución de la empresa autorizada por un fedatario público (notario), que da fe sobre la Capacidad jurídica de los otorgantes de la empresa, el contenido del mismo y la fecha en que se realizó (Lagos, 2010, párr. 1).

4.10.3 Registro mercantil

Es un documento de orden legal que por mandato del Estado es regulado por las Cámaras de Comercio; este documento tiene como objetivo llevar la matrícula mercantil de los comerciantes, personas naturales, personas jurídicas y sus establecimientos de comercio, llevar la inscripción de actas, libros y documentos respecto de los cuales la ley exige la formalidad del registro. Este registro se lleva a cabo mediante la matricula mercantil (Cámara de Comercio de Cali, 2015).

4.10.4 Ministerio de industria y comercio

“El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es una entidad del Estado que apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país” (Ministerio de comercio Industria y Turismo, 2011, párr. 1).Este impuesto deben cancelarlo todas aquellas personas naturales o jurídicas que ejerzan actividades industriales, comerciales y de servicios.

Este impuesto se liquida mediante un formulario de declaración de Industria y comercio del año gravable respectivo en cual se incluyen los ingresos netos a los cuales se les aplica una tarifa dependiendo de la actividad económica que se desarrolle (Alcaldía de Santiago de Cali, 2015).

4.10.5 Avisos y tableros

El impuesto de avisos y tableros es un gravamen complementario del impuesto de Industria y Comercio que se origina cuando se requiere la instalación de avisos en el espacio público. Este el valor de este impuesto es independiente del número de avisos s que se deseen publicar (Legis, 2012)

4.10.6 Uso del suelo.

Es el dictamen escrito por medio del cual el curador urbano, autorizado para expedir licencias, informa a representante legal de la empresa sobre el uso o usos permitidos en un predio o edificación, de conformidad con las normas urbanísticas del Plan de Ordenamiento Territorial y los instrumentos que lo desarrollen (Iregui, 2013).

4.10.7 Formulario de registro único tributario (RUT)

Este mecanismo le permite a la DIAN avalar e identificar, la actividad económica de la empresa Dulce Pecado ante terceros con quienes sostenga una relación comercial, laboral o económica en general y ante los diferentes entes de

supervisión y control, a su vez, este documento le señala sus obligaciones frente al Estado Colombiano (DIAN, 2012).

4.10.8 NIT

El NIT es el Número de Identificación Tributaria que asigna la DIAN por una sola vez cuando el obligado en este caso la empresa Dulce Pecado se inscribe en el RUT. La conformación del NIT es de competencia de la DIAN (DIAN, 2012).

4.10.9 Cuerpo de bomberos

El concepto técnico de bomberos es un documento emitido por el cuerpo de bomberos en el que se certifica que la empresa Dulce Pecado cuenta con adecuadas condiciones de seguridad y sistemas de protección contra riesgos de incendios y materiales peligrosos en el establecimiento de comercio (Cuerpo Oficial de Bomberos Bogotá, 2011).

4.10.10 Concepto sanitario o invima

Es un documento expedido por la autoridad sanitaria competente, en este caso el INVIMA, por medio del cual se le permite o autoriza a una persona natural o jurídica la realización de actividades relacionadas con la producción, envasado e importación de productos alimenticios destinados al consumo humano (INVIMA, 2013)

5 ANALISIS FINANCIERO

El estudio financiero permite definir elementos básicos dentro de un estudio de viabilidad tales como la inversión, los costos, las ganancias, los gastos, los balances generales, los estados de resultados, los flujos de caja y demás documentos financieros que permiten estimar la viabilidad de un proyecto de inversión.

El objetivo fundamental de este estudio se cumple mediante la evaluación del valor presente neto, la tasa de retorno interno y la relación beneficio-costo, estos tres componentes pueden variar dependiendo de las condiciones en las que se encuentre el proyecto y de ellos dependerá si se invierte o no en el mismo.

A continuación se presentan los análisis de todos los elementos financieros a un horizonte de 5 años, que permiten la evaluación final de la viabilidad de invertir en la empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise para diabéticos Dulce Pecado.

5.1 INVERSION:

Hace referencia a todas las colocaciones que debe realizar la organización al momento de iniciar su actividad económica con el fin de recibir ganancias que permitan incrementar el capital de la empresa (Ortiz, 2001)

Para iniciar la empresa Dulce Pecado se realizara una inversión de $37’112.369 representados en los activos fijos, diferidos, no depreciables, intangibles y el capital de trabajo al cual pertenecen los gastos de administración y ventas, la nómina y el inventario. Dulce Pecado cubrirá el 50% de la inversión correspondiente a $18.556.185 con la Entidad Financiera Bancolombia por medio de un crédito pagadero en un periodo de 3 años.

Cuadro 73. Inversión inicial

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio con archivador (Maderkit)	2	179.900	359.800
Mostrador	1	500.000	500.000
Combo mesa y 4 sillas (Home collection)	3	299.900	899.700
Casilleros (Industrias cruz x 6 puestos)	1	342.900	342.900
Estanterías (metálica liviana 5 niveles)	2	99.900	199.800
Aviso local (Acrílico)	1	400.000	400.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**2.702.200**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora	1	350.000	350.000
Teléfono fijo inalámbrico (Motorola)	2	109.900	219.800
Caja registradora	1	720.000	720.000
Kit de seguridad	1	839.900	839.900
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**2.129.700**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Batidora profesional (kitchen aid)	2	872.000	1.744.000
Refrigeradores	2	3.000.000	6.000.000
Mostrador con refrigerador	1	4.599.000	4.599.000
Licuadora (Oster)	2	238.000	476.000
Estufa industrial	1	900.000	900.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**13.719.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**18.550.900**
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
Registro Mercantil	1	351.000	351.000
Uso de suelos	1	9.100	9.100
Bomberos	1	150.000	150.000
Invima	1	3.307.663	3.307.663
Avisos y tableros	1	283.038	283.038

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 73. Inversión inicial (Continuación)

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL GASTOS DE CONTITUCION			**4.100.801**
ADECUACIONES			
Instalaciones eléctricas	1	757.600	757.600
Pintura local	1	353.600	353.600
Divisiones Panel yeso	1	1.892.750	1.892.750
Mesones en aluminio	3	150.000	450.000
TOTAL ADECUACIONES			**3.453.950**
ACTIVOS NO DEPRESIABLES			
Silla (Asenti)	2	69.900	139.800
Teléfono fijo alámbrico (Panasonic)	1	29.900	29.900
Extintores (Multipropósito)	3	54.900	164.700
Termómetro de cocina	1	33.200	33.200
Gramera electrónica	2	80.000	160.000
Vajilla	50	2.000	100.000
Cubiertos	50	1.500	75.000
Vasos	50	4.000	200.000
Ollas	10	20.000	200.000
Copas de helado	30	3.500	105.000
Implementos de cocina	1	798.600	798.600
Servilletas de tela	50	1.400	70.000
Implementos de aseo (kit)	1	84.300	84.300
TOTAL ACTIVOS NO DEPRESIABLES			**2.160.500**
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software (licencias) CG1	2	110.000	220.000
Antivirus (McAfee)	1	54.000	54.000
Patente de Marca	1	1.656.600	1.656.600
Dominio y hosting	1	110.200	110.200
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**2.040.800**
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Fliers	1000	100	100.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 73. Inversión inicial (Continuación)

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Evento médico y degustación	1	174.351	174.351
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			**274.351**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**12.030.402**
CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de administración	1	1.215.380	1.215.380
Gastos de ventas	1	174.351	174.351
Nomina	1	4.035.033	4.035.033
Inventario	1	1.106.304	1.106.304
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**6.531.067**
TOTAL INVERSION			**37.112.369**
% DE INVERSION A FINANACIAR			50,00%
INVERSION A FINANCIAR			18.556.185
MESES A DIFERIR			12
VALOR DIFERIDO			1.002.533

Fuente: Elaboración propia

5.2 DEPRECIACION:

Es un mecanismo del gasto o costo operativo de una empresa que se encarga de dar a conocer el desgaste o pérdida de valor comercial de los activos fijos depreciables (Ortiz, 2011).

En la empresa Dulce Pecado los activos depreciables hacen referencia a los muebles y enseres, la maquinaria y el equipo y el equipo de cómputo y comunicaciones a los cuales se les hizo una proyección de depreciación de hasta 5 años para la maquinaria y equipo mientras que los muebles y los equipos de cómputo se proyectan con una depreciación a 3 años. Lo anterior se describe detalladamente en el siguiente cuadro.

Cuadro 74. Depreciación de activos

ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	75.061	900.733	900.733	900.733		
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	59.158	709.900	709.900	709.900		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	228.650	2.743.800	2.743.800	2.743.800	2.743.800	2.743.800
TOTAL		**362.869**	**4.354.433**	**4.354.433**	**4.354.433**	**2.743.800**	**2.743.800**

Fuente: Elaboración propia

5.3 BALANCES INICIALES

5.3.1 Balance inicial sin financiación:

En el balance inicial de Dulce Pecado sin financiación se detallan los activos totales de la empresa equivalentes al total de la inversión. Por ser una empresa nueva, aun no se tienen pasivos dentro del balance y los socios son los aportantes del total del capital social que es igual al patrimonio como se muestra en el cuadro No.75.

5.3.2 Balance inicial con financiación:

En el balance inicial con financiación de Dulce Pecado al igual que en el balance anterior, se detallan el total de los activos que posee la empresa, el pasivo y el patrimonio; en este caso los pasivos no corrientes al igual que el capital social corresponden cada uno al 50% de la inversión inicial con un valor de $18.556.185.

Cuadro 75. Balance inicial con financiación

ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja bancos	6.531.067
Cuentas por cobrar	0
Inventario	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	12.030.402
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por pagar	0
Cesantias por pagar	0
Intereses cesantias por pagar	0
Impuesto de renta por pagar	0
CREE por pagar	0
IVA por pagar	0
Impuestos nacional al consumo	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	0
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital social	37.112.369
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**37.112.369**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 76. Balance inicial con financiación

ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja bancos	6.531.067
Cuentas por cobrar	0
Inventario	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	12.030.402
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por pagar	0
Cesantias por pagar	0
Intereses cesantias por pagar	0
Impuesto de renta por pagar	0
CREE por pagar	0
IVA por pagar	0
Impuestos nacional al consumo	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	18.556.185
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**18.556.185**
TOTAL PASIVOS	**18.556.185**
PATRIMONIO	
Capital social (Aportes socios)	18.556.185
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**18.556.185**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**

Fuente: Elaboración propia

5.4 INVENTARIO:

El inventario de la empresa Dulce Pecado se llevara a cabo cada 15 días ya que la materia prima principal de la misma está compuesta por productos altamente perecederos. En siguiente cuadro se describen de manera detallada cada uno de los productos, la cantidad y el valor unitario y el valor total de cada uno de ellos.

Cuadro 77. Inventario

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIA PRIMA			
Crema de leche baja en grasa (Litros)	10	11.700	117.000
Fruta para Pulpa de fresas (kilo)	2	3.200	6.400
Fruta para Pulpa de durazno (kilo)	2	5.032	10.064
Fruta para Pulpa de lulo (kilo)	2	2.600	5.200
Fruta para Pulpa de maracuya (kilo)	2	2.800	5.600
Fruta para Pulpa de mora (kilo)	2	3.472	6.944
Fruta para Pulpa de piña (kilo)	2	1.080	2.160
Huevos (panal)	4	7.200	28.800
Endulzante para diabéticos (empaque por 220gr)	2	13.300	26.600
Gelatina sin sabor (kilo)	1	38.180	38.180
Leche descremada y deslactosada (litro)	10	2.500	25.000
Fecula de maiz Aro (kilo)	1	3.610	3.610
Fruta entera manzanas verde (kilo)	2	3.040	6.080
Fruta entera fresas (kilo)	2	3.200	6.400
Fruta entera moras (kilo)	2	3.472	6.944
Fruta entera durazno (kilo)	2	5.032	10.064
Fruta entera mandarina oneco (kilo)	2	1.332	2.664
Fruta entera carambolos (kilo)	2	1.332	2.664
Fruta entera limon (kilo)	2	2.000	4.000
Fruta entera naranja tanjelo (kilo)	4	1.000	4.000
Hojas de menta (manojo)	2	500	1.000
Frutos secos almendras Member's Selection (kilo)	1	25.175	25.175
Frutos secos nueces Member's Selection (kilo)	1	29.355	29.355
Frutos secos pistachos Member's Selection (kilo)	1	23.500	23.500
Frutos secos maní (kilo)	1	18.900	18.900
Yogurt sin dulce (litro)	5	5.000	25.000
Moldes de plastico de 150 gramos	500	200	100.000
Cajas de carton con logo de la empresa	500	500	250.000
Bolsas termicas	500	630	315.000
TOTAL MATERIA PRIMA			**1.106.304**

Fuente: Elaboración propia

5.5 AMORTIZACION:

Son abonos o aportes que se realizan al valor total del crédito para reducir el monto de dinero solicitado inicialmente sin incluir los intereses.

La empresa Dulce Pecado realizara un préstamo a la entidad financiera Bancolombia para cubrir el 50% de la inversión, pagadero en 36 cuotas en un periodo de 3 años; una tasa Efectiva anual de 28,74% y una tasa Efectiva Mensual de 2,13% y una cuota fija mensual de $743.005. En el cuadro No.78 Se presenta una lista detallada de las cuotas, los intereses, el valor de la amortización y el saldo restante después de cada pago.

5.6 LEASING:

También llamado arrendamiento financiero es un tipo de operación en la cual se renta un bien inmueble y se establecen unas cuotas de pago y una vez finalizado el arrendamiento el usuario tiene la opción de adquirir el bien por el valor residual pactado con el proveedor.

Dulce pecado utilizara un leasing para la adquisición de los refrigeradores que tienen un valor de 6’000.000 a un periodo de 36 meses, con opción de compra del 10% a una tasa de interés mensual de 1,51% y una cuota fija mensual de 192.432.

Cuadro 78. Amortización

VALOR PRESTAMO	18.556.185
TEA%	28,74%
TASA NOMINAL MENSUAL	25,53%
TASA MENSUAL	2,13%
MESES AÑO	12
No. DE CUOTAS	36

No. DE CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				18.556.185
1	743.005	394.787	348.218	18.207.967
2	743.005	387.378	355.626	17.852.341
3	743.005	379.812	363.192	17.489.148
4	743.005	372.085	370.919	17.118.229
5	743.005	364.194	378.811	16.739.418
6	743.005	356.135	386.870	16.352.548
7	743.005	347.904	395.101	15.957.448
8	743.005	339.498	403.507	15.553.941
9	743.005	330.913	412.091	15.141.850
10	743.005	322.146	420.859	14.720.991
11	743.005	313.192	429.812	14.291.179
12	743.005	304.048	438.957	13.852.222
13	743.005	294.709	448.296	13.403.927
14	743.005	285.171	457.833	12.946.093
15	743.005	275.431	467.574	12.478.520
16	743.005	265.483	477.521	12.000.998
17	743.005	255.324	487.681	11.513.317
18	743.005	244.948	498.056	11.015.261
19	743.005	234.352	508.653	10.506.608
20	743.005	223.530	519.474	9.987.134
21	743.005	212.478	530.526	9.456.608
22	743.005	201.191	541.813	8.914.795
23	743.005	189.664	553.340	8.361.454
24	743.005	177.892	565.113	7.796.341
25	743.005	165.869	577.136	7.219.205
26	743.005	153.590	589.415	6.629.791
27	743.005	141.050	601.954	6.027.837
28	743.005	128.244	614.761	5.413.075
29	743.005	115.164	627.840	4.785.235
30	743.005	101.807	641.198	4.144.037
31	743.005	88.165	654.839	3.489.198
32	743.005	74.233	668.771	2.820.427
33	743.005	60.005	682.999	2.137.427
34	743.005	45.474	697.530	1.439.897
35	743.005	30.634	712.371	727.526
36	743.005	15.478	727.526	0
		8.191.983	**18.556.185**	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERES	4.212.093	2.860.175	1.119.714	**8.191.983**
AMORTIZACION	4.703.962	6.055.881	7.796.341	**18.556.185**
	8.916.056	**8.916.056**	**8.916.056**	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 79. Leasing

VALOR DEL ACTIVO	6.000.000
% OPCION DE COMPRA	19,56%
DTF (%)	4,07%
SPREAD (%)	15,00%
TEA%	19,68%
TASA NOMINAL MENSUAL	18,10%
TASA MENSUAL	1,51%
MESES AÑO	12
No. DE CUOTAS	36
VALOR OPCIONAL DE COMPRA	1.173.600
VALOR PRESENTE OPCION DE COMPRA	684.621
VALOR PARA CALCULO CUOTA	5.315.379

No. DE CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				6.000.000
1	192.432	90.504	101.929	5.898.071
2	192.432	88.966	103.466	5.794.605
3	192.432	87.405	105.027	5.689.578
4	192.432	85.821	106.611	5.582.967
5	192.432	84.213	108.219	5.474.747
6	192.432	82.581	109.852	5.364.896
7	192.432	80.924	111.509	5.253.387
8	192.432	79.242	113.191	5.140.196
9	192.432	77.534	114.898	5.025.298
10	192.432	75.801	116.631	4.908.667
11	192.432	74.042	118.390	4.790.277
12	192.432	72.256	120.176	4.670.101
13	192.432	70.443	121.989	4.548.112
14	192.432	68.603	123.829	4.424.283
15	192.432	66.736	125.697	4.298.586
16	192.432	64.840	127.593	4.170.993
17	192.432	62.915	129.517	4.041.476
18	192.432	60.961	131.471	3.910.005
19	192.432	58.978	133.454	3.776.551
20	192.432	56.965	135.467	3.641.084
21	192.432	54.922	137.511	3.503.573
22	192.432	52.848	139.585	3.363.988
23	192.432	50.742	141.690	3.222.298
24	192.432	48.605	143.827	3.078.471
25	192.432	46.435	145.997	2.932.474
26	192.432	44.233	148.199	2.784.275
27	192.432	41.998	150.435	2.633.840
28	192.432	39.729	152.704	2.481.136
29	192.432	37.425	155.007	2.326.129
30	192.432	35.087	157.345	2.168.784
31	192.432	32.714	159.719	2.009.066
32	192.432	30.305	162.128	1.846.938
33	192.432	27.859	164.573	1.682.365
34	192.432	25.377	167.056	1.515.309
35	192.432	22.857	169.576	1.345.733
36	192.432	20.299	172.133	1.173.600
		2.101.164	**4.826.400**	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERES	979.289	717.558	404.317	**2.101.164**
AMORTIZACION	1.329.899	1.591.630	1.904.871	**4.826.400**
	2.309.188	**2.309.188**	**2.309.188**	

Fuente: Elaboración propia

5.7 PARAMETROS ECONOMICOS:

Brindan una perspectiva acerca de la influencia que tienen los indicadores macroeconómicos sobre la empresa Dulce Pecado y como afecta su variación a la situación financiera de la misma.

Cuadro 80. Parámetros económicos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC%	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%	2,70%
TRM ($/US$)	1.814	1.710	1.626	1.590	1.590
% VARIACION	1,91%	-5,73%	-4,91%	-2,21%	-2,21%
AUMENTO % PRECIOS	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%	2,70%
AUMENTO % COSTOS	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%	2,70%
AUMENTO % UNIDADES	2,50%	4,00%	0,420%	0,090%	0,000%
IMPUESTO DE RENTA (25%)	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
CREE (8%)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
IVA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
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%

Fuente: Elaboración propia

5.8 PARAMETROS LABORALES:

Son todos los aportes y deducciones que se llevan a cabo para realizar el pago del salario a los empleados de la empresa. Todos estos parámetros deben estar ceñidos a los lineamientos de la legislación laboral.

Cuadro 81. Parámetros laborales

SMMLV	664.260
AUXILIO TRANSPORTE	76.287
CESANTIAS	8,33%
INTERESES CESANTIAS	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
PENSIONES	12,00%
SALUD	0,00%
ARL (nivel I)	0,5226%
CAJA DE COMPENSACION	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Elaboración propia

5.9 CARGOS Y SALARIOS:

En el siguiente cuadro se detallan los Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes de cada trabajador de Dulce Pecado con el incremento en IPC debido a con este indicador macroeconómico se realiza uno de los análisis para el aumento del salario.

Cuadro 82. Cargos y salarios

ADMINISTRACION	
GERENTE GENERAL	664.260
GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	664.260
OPERATIVOS	
TECNICO EN COCINA FRIA Y REPOSTERIA	664.260
CAPITAN DE SERVICIO	664.260
PERSONAS CON AUXILIO ADMINISTRATIVO	2
PERSONAS CON AUXILIO OPERATIVOS	2

Fuente: Elaboración propia

5.10 RECAUDOS Y PAGOS:

Dulce Pecado estableció una política de recaudos y pagos de contado sobre el 100% de la venta o la compra debido a que al ser una empresa productora y comercializadora los productos se cancelaran en su totalidad al momento de la compra e igualmente los pagos a los proveedores se realizaran en su totalidad una vez firmada la factura.

Cuadro 83. Recaudos

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

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 84. Pagos

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

Fuente: Elaboración propia

5.11 CALCULO DE REGISTRO MERCANTIL:

Teniendo en cuenta los rangos establecidos por la cámara de Comercio sobre los ingresos totales de una empresa, se determinó que el porcentaje a pagar por este concepto es de 0.89% ya que la inversión total de la empresa se encuentra en un rango de $33.506.200 a $45.104.500 por lo tanto el valor que le corresponde pagar es $351.000.

Cuadro 85. Calculo registro mercantil

LIMITE INFERIOR	33.506.200
LIMITE SUPERIOR	45.104.500
PROMEDIO	39.305.350
% A APLICAR	0,89%
VALOR A PAGAR	351.000

Fuente: Elaboración propia

5.12 GASTOS DE ADMINISTRACION:

Son todos aquellos gastos no relacionados con la producción y comercialización que debe realizar la empresa para llevar a cabo de forma correcta el desarrollo de su actividad comercial.

5.13 GASTOS DE VENTAS:

Son todos aquellos gastos relacionados con la venta de los productos. La empresa Dulce Pecado para la promoción de sus productos incurre en gastos en publicidad y eventos de degustación descritos en la siguiente tabla.

Los gastos de ventas de Dulce Pecado son principalmente fliers o publicidad escrita cada dos meses, también incluye un evento de inauguración donde se realizarán degustaciones y charlas con personal especializado en salud que asesorará a los futuros clientes para generar confianza frente al consumo de postres.

Cuadro 86. Gastos de administración y gastos de ventas

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO
GASTOS ADMINISTRACION			
Arriendo	1	500.000	515.450
Servicios (agua y energia)	1	300.000	309.270
Servcio (gas domiciliario)	1	30.000	30.927
Servicio (telefonia e internet)	1	110.000	113.399
Dotacion	9	50.000	463.905
UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			
Resma carta	2	8.500	17.525
Sobres membreteados	100	300	30.927
Clips (caja)	2	3.500	7.216
Tinta impresora	4	10.000	41.236
Cosedora	3	10.000	30.927
Grapas (caja)	1	1.500	1.546
Perforadora	2	8.000	16.494
Quita ganchos	2	1.500	3.093
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			
Trapeador	1	6.000	6.185
Escoba	1	4.500	4.639
Recojedor	1	3.500	3.608
Balde	1	5.000	5.155
Detergente para platos (galon)	1	12.000	12.371
Detergente para pisos (galon)	1	12.000	12.371
Desinfectante (hipoclorito - galon)	1	30.000	30.927
Ambientador (galon)	1	8.000	8.247
Esponja de brillo	1	1.300	1.340
Esponja para platos	1	2.000	2.062
Aromatica (caja 20 unidades)	2	3.500	7.216
Azucar (paquete 200 sobres)	1	3.150	3.247
TOTAL GASTOS DE ADMINSITACION			**1.679.285**
GASTOS DE VENTAS			
Fliers	1000	100	103.090
Evento medico y degustacion			
Carpa	2	40.000	82.472
Sillas	30	1.000	30.927
Mesas	9	4.500	41.751
Manteles	9	2.000	18.556
Folletos	100	100	10.309
Personal medico	2	300.000	618.540
Mousse tipo degustacion	30	500	15.464
Bavaroise tipo degustacion	30	600	18.556
Parfait tipo degustacion	30	600	18.556
TOTAL GASTO EVENTO MEDICO Y DEGUSTACION			**855.132**
TOTAL GASTOS DE VENTAS			**958.222**

Fuente: Elaboración propia

5.14 MARGEN BRUTO:

Es el resultado de la sustracción entre el precio de venta de un producto sin IVA y los costos del mismo. Este margen refleja el porcentaje de utilidad que deja la venta de cada producto de la empresa.

Cuadro 87. Margen bruto de los productos

ITEM	COSTO UNITARIO SIN IVA	MARGEN	PRECIO VENTAS SIN IVA
Mousse de fresas	2.991	100,61%	6.000
Mousse de durazno	3.059	96,16%	6.000
Mousse de lulo	2.868	109,20%	6.000
Mousse de maracuya	2.902	106,74%	6.000
Mousse de mora	2.981	101,29%	6.000
Mousse de piña	2.713	121,13%	6.000
Bavaroise de fresas	3.020	115,26%	6.500
Bavaroise de durazno	3.155	106,01%	6.500
Bavaroise de lulo	2.949	120,38%	6.500
Bavaroise de maracuya	2.968	119,00%	6.500
Bavaroise de mora	3.051	113,01%	6.500
Bavaroise de piña	2.757	135,78%	6.500
Parfait de fresas	3.180	120,16%	7.000
Parfait de durazno	3.336	109,84%	7.000
Parfait de lulo	3.116	124,65%	7.000
Parfait de maracuya	3.184	119,88%	7.000
Parfait de mora	3.203	118,52%	7.000
Parfait de piña	3.003	133,08%	7.000

Fuente: Elaboración propia

5.15 COSTOS UNITARIOS:

Es el resultado de la sumatoria del costo de la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. A continuación se presentan los cuadros donde se describen los costos unitarios de cada uno de los 18 productos que conforman las 3 categorías postres del portafolio de productos de Dulce Pecado.

Cuadro 88. Costos unitarios del mousse

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GR O ML	VALOR KILO O LITRO	VALOR GRAMO O ML	TOTAL
Mousse de fresas				
Pulpa de fresa	67	3.200	3,20	214
Zumo de limon	14	2.000	2,00	28
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	126
Huevo	1	7.200	240,00	240
Crema de leche	34	11.700	11,70	398
Fresa decoracion	22	3.200	3,20	70
Hoja de menta	1	500	10,00	10
Salsa fresa	50	3.200	3,20	160
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.991**
Mousse de durazno				
Pulpa de durazno	67	5.032	5,03	337
Jugo de naranja	14	1.000	1,00	14
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240,00	240
Crema de leche	34	11.700	11,70	398
Durazno decoracion	30	5.032	5,03	151
Hoja de menta	1	500	10,00	10
Salsa de naranja	50	1.000	1,00	50
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.059**
Mousse de lulo				
Pulpa de lulo	67	2.600	2,60	174
Zumo de limon	14	2.000	2,00	28
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Crema de leche	34	11.700	11,70	398
Fresa decoracion	22	1.332	1,33	29
Hoja de menta	1	500	10,00	10
Salsa de lulo	50	2.600	2,60	130
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.868**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 88. Costos unitarios del mousse (Continuación)

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GR O ML	VALOR KILO O LITRO	VALOR GRAMO O ML	TOTAL
Mousse de maracuya				
Pulpa de maracuya	67	2.800	2,80	188
Zumo de limon	14	2.000	2,00	28
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Crema de leche	34	11.700	11,70	398
Carambolo decoracion	30	1.332	1,33	40
Hoja de menta	1	500	10,00	10
Salsa de maracuya	50	2.800	2,80	140
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.902**
Mousse de mora				
Pulpa de mora	67	3.472	3,47	233
Zumo de limon	14	2.000	2,00	28
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Crema de leche	34	11.700	11,70	398
Carambolo decoracion	30	1.332	1,33	40
Hoja de menta	1	500	10,00	10
Salsa de mora	50	3.472	3,47	174
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.981**
Mousse de piña				
Pulpa de piña	67	1.080	1,08	72
Jugo de naranja	14	1.000	1,00	14
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Crema de leche	34	11.700	11,70	398
fresas decoracion	22	3.200	3,20	70
Hoja de menta	1	500	10,00	10
Salsa de naranja	50	1.000	1,00	50
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.713**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 89. Costos unitarios del parfait

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GR O ML	VALOR KILO O LITRO	VALOR GRAMO O ML	TOTAL
Parfait de fresas				
Fruta entera fresas	67	3.200	3,2	214
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Huevo	1	7.200	240	240
Almendras	3	25.175	25,175	76
Nueces	3	29.355	29,355	88
Pistachos	3	23.500	23,5	71
Mani	3	18.900	18,9	57
Yogurt	25	5.000	5	125
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Salsa de fresa	38,8	3.200	3,2	124
Fresa decoracion	14	3.200	3,2	45
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.180**
Parfait de durazno				
Fruta entera durazno	67	5.032	5,03	337
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Huevo	1	7.200	240	240
Almendras	3	25.175	25,175	76
Nueces	3	29.355	29,355	88
Pistachos	3	23.500	23,5	71
Mani	3	18.900	18,9	57
Yogurt	25	5.000	5	125
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Salsa de mandarina	38,8	1.332	1,332	52
Durazno decoracion	30	5.032	5,03	151
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.336**
Parfait de lulo				
Fruta entera lulo	67	2.600	2,6	174
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Huevo	1	7.200	240	240
Almendras	3	25.175	25,175	76
Nueces	3	29.355	29,355	88
Pistachos	3	23.500	23,5	71
Mani	3	18.900	18,9	57
Yogurt	25	5.000	5	125
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Salsa de lulo	38,8	2.600	2,6	101
Fresa decoracion	14	3.200	3,2	45
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.116**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 89. Costos unitarios del parfait (Continuación)

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GR O ML	VALOR KILO O LITRO	VALOR GRAMO O ML	TOTAL
Parfait de maracuya				
Fruta entera maracuya	67	2.800	2,8	188
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Huevo	1	7.200	240	240
Almendras	3	25.175	25,175	76
Nueces	3	29.355	29,355	88
Pistachos	3	23.500	23,5	71
Mani	3	18.900	18,9	57
Yogurt	25	5.000	5	125
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Salsa de maracuya	38,8	2.800	2,8	109
Manzana verde decoracion	30	3.040	3,04	91
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.184**
Parfait de mora				
Fruta entera mora	67	3.472	3,5	233
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Huevo	1	7.200	240	240
Almendras	3	25.175	25,175	76
Nueces	3	29.355	29,355	88
Pistachos	3	23.500	23,5	71
Mani	3	18.900	18,9	57
Yogurt	25	5.000	5	125
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Salsa de mora	38,8	3.472	3,5	135
Carambolo decoracion	30	1.332	1,3	40
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.203**
Parfait de piña				
Fruta entera piña	67	1.080	1,08	72
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Huevo	1	7.200	240	240
Almendras	3	25.175	25,175	76
Nueces	3	29.355	29,355	88
Pistachos	3	23.500	23,5	71
Mani	3	18.900	18,9	57
Yogurt	25	5.000	5	125
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Salsa de naranja	38,8	1.000	1	39
Fresa decoracion	30	3.200	3,2	96
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.003**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 90.Costos unitarios del bavaroise

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GR O ML	VALOR KILO O LITRO	VALOR GRAMO O ML	TOTAL
Bavaroise de fresas				
Pulpa de fresa	67	3.200	3,2	214
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Leche	35	2.500	2,5	88
Fecula de maiz	5	3.610	3,61	18
Agua	1,5		0	0
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Fresa decoracion	14	3.200	3,2	45
Salsa de fresa	50	3.200	3,2	160
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.020**
Bavaroise de durazno				
Pulpa de durazno	67	5.032	5,032	337
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Leche	35	2.500	2,5	88
Fecula de maiz	5	3.610	3,61	18
Agua	1,5		0	0
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Durazno decoracion	30	5.032	5,032	151
Salsa de mandarina	50	1.332	1,332	67
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.155**
Bavaroise de lulo				
Pulpa de lulo	67	2.600	2,6	174
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Leche	35	2.500	2,5	88
Fecula de maiz	5	3.610	3,61	18
Agua	1,5		0	0
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Fresa decoracion	14	3.200	3,2	45
Salsa de lulo	50	2.600	2,6	130
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.949**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 90. Costos unitarios del bavaroise (Continuación)

MATERIA PRIMA	CANTIDAD GR O ML	VALOR KILO O LITRO	VALOR GRAMO O ML	TOTAL
Bavaroise de maracuya				
Pulpa de maracuya	67	2.800	2,8	188
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Leche	35	2.500	2,5	88
Fecula de maiz	5	3.610	3,61	18
Agua	1,5		0	0
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Carambolo decoracion	30	1.332	1,332	40
Salsa de maracuya	50	2.800	2,8	140
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.968**
Bavaroise de mora				
Pulpa de mora	67	3.472	3,472	233
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Leche	35	2.500	2,5	88
Fecula de maiz	5	3.610	3,61	18
Agua	1,5		0	0
Endulzante	1	13.300	66,50	67
Fresa decoracion	14	3.200	3,2	45
Salsa de mora	50	3.472	3,472	174
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**3.051**
Bavaroise de piña				
Pulpa de piña	67	1.080	1,08	72
Crema de leche	33	11.700	11,7	386
Gelatina sin sabor	3	38.180	38,18	115
Huevo	1	7.200	240	240
Leche	35	2.500	2,5	88
Fecula de maiz	5	3.610	3,61	18
Agua	1,5		0	0
Endulzante	1	13.300	66,50	67
naranja decoracion	30	1.000	1	30
Salsa de piña	50	1.080	1,08	54
Hoja de menta	1	500	10	10
Mano de obra				1.293
CIF				384
TOTAL				**2.757**

Fuente: Elaboración propia

5.16 GASTOS EN PESOS:

En el cuadro No.91 se describe la proyección de los gastos administrativos y de ventas para un periodo de 5 años. En este cuadro se encuentran detallados los gastos administrativos como el valor del arrendamiento, el pago de servicios y los gastos en papelería y aseo. Dentro de los gastos de ventas se encuentran detallados los gastos en publicidad y el evento inaugural de degustación. Por último se encuentran los gastos de depreciación y los diferidos que incluyen el total de la depreciación mensual de los equipos de la empresa y el valor mensual de los gastos a diferir descritos en el cuadro de inversión.

5.17 NOMINA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA:

En los cuadros No.92 y No.93 se realiza la proyección del pago de nómina del personal administrativo y operativo para los próximos 5 años, en los cuales se detalla el valor total del salario con sus respectivas prestaciones y las deducciones correspondientes a las cargas prestacionales definidas por la ley.

Cuadro 91. Gastos en pesos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ANMINISTRACION																	
Arriendo	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	515.450	6.185.400	6.367.869	6.547.443	6.724.224	6.905.778
Servicios (agua y energia)	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	309.270	3.711.240	3.820.722	3.928.466	4.034.535	4.143.467
Servcio (gas domiciliario)	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	371.124	382.072	392.847	403.453	414.347
Servicio (telefonia e internet)	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	113.399	1.360.788	1.400.931	1.440.438	1.479.329	1.519.271
UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA																	
Resma carta	17.525			17.525			17.525			17.525			70.101	72.169	74.204	76.208	78.265
Sobres membreteados	30.927												30.927	31.839	32.737	33.621	34.529
Clips (caja)	7.216						7.216						14.433	14.858	15.277	15.690	16.113
Tinta impresora	41.236				41.236				41.236				123.708	127.357	130.949	134.484	138.116
Cosedora	30.927												30.927	31.839	32.737	33.621	34.529
Grapas (caja)	1.546						1.546						3.093	3.184	3.274	3.362	3.453
Perforadora	16.494												16.494	16.981	17.460	17.931	18.415
Quita ganchos	3.093												3.093	3.184	3.274	3.362	3.453
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA																	
Trapeador	6.185				6.185				6.185				18.556	19.104	19.642	20.173	20.717
Escoba	4.639				4.639				4.639				13.917	14.328	14.732	15.130	15.538
Recojedor	3.608						3.608						7.216	7.429	7.639	7.845	8.057
Balde	5.155						5.155						10.309	10.613	10.912	11.207	11.510
Detergente para platos (galon)	12.371		12.371		12.371		12.371		12.371		12.371		74.225	76.414	78.569	80.691	82.869
Detergente para pisos (galon)	12.371		12.371		12.371		12.371		12.371		12.371		74.225	76.414	78.569	80.691	82.869
Desinfectante (hipoclorito - galon)	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	30.927	371.124	382.072	392.847	403.453	414.347
Ambientador (galon)	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	8.247	98.966	101.886	104.759	107.588	110.492
Esponja de brillo	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	1.340	16.082	16.556	17.023	17.483	17.955
Esponja para platos	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	2.062	24.742	25.471	26.190	26.897	27.623
Aromatica (caja 20 unidades)	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	7.216	86.596	89.150	91.664	94.139	96.681
Azucar (paquete 200 sobres)	3.247		3.247		3.247		3.247		3.247		3.247		19.484	20.059	20.624	21.181	21.753
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	**1.215.380**	**1.018.838**	**1.046.827**	**1.036.364**	**1.098.888**	**1.018.838**	**1.081.878**	**1.018.838**	**1.098.888**	**1.036.364**	**1.046.827**	**1.018.838**	**12.736.770**	**13.112.504**	**13.482.277**	**13.846.298**	**14.220.148**
GASTOS DE VENTAS																	
Fliers	103.090	103.090			103.090			103.090			103.090	103.090	618.540	636.787	654.744	672.422	690.578
Carpa	6.873												6.873	7.075	7.275	7.471	7.673
Sillas	2.577												2.577	2.653	2.728	2.802	2.877
Mesas	3.479												3.479	3.582	3.683	3.782	3.885
Manteles	1.546												1.546	1.592	1.637	1.681	1.726
Folletos	859												859	884	909	934	959
Personal medico	51.545												51.545	53.066	54.562	56.035	57.548
Mousse tipo degustacion	1.289												1.289	1.327	1.364	1.401	1.439
Bavaroise tipo degustacion	1.546												1.546	1.592	1.637	1.681	1.726
Parfait tipo degustacion	1.546												1.546	1.592	1.637	1.681	1.726
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**174.351**	**103.090**	**0**	**0**	**103.090**	**0**	**0**	**103.090**	**0**	**0**	**103.090**	**103.090**	**689.801**	**710.150**	**730.176**	**749.891**	**770.138**
GASTOS DE DEPRECIACION	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	4.354.433	4.354.433	4.354.433	2.743.800	2.743.800
GASTOS DIFERIDOS	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	12.030.402	0	0	0	0
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	**2.755.133**	**2.487.331**	**2.412.230**	**2.401.767**	**2.567.381**	**2.384.241**	**2.447.281**	**2.487.331**	**2.464.291**	**2.401.767**	**2.515.320**	**2.487.331**	**29.811.406**	**18.177.088**	**18.566.886**	**17.339.989**	**17.734.086**
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	**1.389.731**	**1.121.928**	**1.046.827**	**1.036.364**	**1.201.978**	**1.018.838**	**1.081.878**	**1.121.928**	**1.098.888**	**1.036.364**	**1.149.917**	**1.121.928**	**13.426.570**	**13.822.654**	**14.212.453**	**14.596.189**	**14.990.286**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 92. Nomina Administrativa

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE GENERAL	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
TOTAL	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**15.942.250**	**16.412.546**	**16.875.380**	**17.331.015**	**17.798.953**
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																	
PERSONAS CON AUXILIO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	15.942.250	16.412.546	16.875.380	17.331.015	17.798.953
AUXILIO TRANSPORTE	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	1.830.878	1.884.889	1.938.043	1.990.370	2.044.110
CESANTIAS	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
INTERESES CESANTIAS	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	177.731	182.974	188.134	193.214	198.431
PRIMAS	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
VACACIONES	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	664.259	683.855	703.140	722.124	741.622
PENSIONES	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	1.913.070	1.969.506	2.025.046	2.079.722	2.135.874
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (nivel I)	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	83.314	85.772	88.191	90.572	93.017
CAJA DE COMPENSACION	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	637.690	656.502	675.015	693.241	711.958
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**24.210.196**	**24.924.397**	**25.627.265**	**26.319.201**	**27.029.820**
DATOS DE FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	15.942.250	16.412.546	16.875.380	17.331.015	17.798.953
AUXILIO TRANSPORTE	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	1.830.878	1.884.889	1.938.043	1.990.370	2.044.110
CESANTIAS													0	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471
INTERESES CESANTIAS													0	177.731	182.974	188.134	193.214
PRIMAS						740.251						740.251	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
VACACIONES												664.259	664.259	683.855	703.140	722.124	741.622
PENSIONES	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	1.913.070	1.969.506	2.025.046	2.079.722	2.135.874
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (nivel I)	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	83.314	85.772	88.191	90.572	93.017
CAJA DE COMPENSACION	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	637.690	656.502	675.015	693.241	711.958
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**2.440.851**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**3.105.110**	**22.551.963**	**24.875.479**	**25.579.124**	**26.271.808**	**26.981.147**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 93. Nomina Operativa

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TECNICO EN COCINA FRIA Y REPOSTERIA	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
CAPITAN DE SERVICIO	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	664.260	7.971.125	8.206.273	8.437.690	8.665.508	8.899.476
TOTAL	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**1.328.521**	**15.942.250**	**16.412.546**	**16.875.380**	**17.331.015**	**17.798.953**
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																	
PERSONAS CON AUXILIO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	15.942.250	16.412.546	16.875.380	17.331.015	17.798.953
AUXILIO TRANSPORTE	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	1.830.878	1.884.889	1.938.043	1.990.370	2.044.110
CESANTIAS	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
INTERESES CESANTIAS	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	14.811	177.731	182.974	188.134	193.214	198.431
PRIMAS	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	123.375	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
VACACIONES	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	55.355	664.259	683.855	703.140	722.124	741.622
PENSIONES	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	1.913.070	1.969.506	2.025.046	2.079.722	2.135.874
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (nivel I)	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	83.314	85.772	88.191	90.572	93.017
CAJA DE COMPENSACION	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	637.690	656.502	675.015	693.241	711.958
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**2.017.516**	**24.210.196**	**24.924.397**	**25.627.265**	**26.319.201**	**27.029.820**
DATOS DE FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	1.328.521	15.942.250	16.412.546	16.875.380	17.331.015	17.798.953
AUXILIO TRANSPORTE	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	152.573	1.830.878	1.884.889	1.938.043	1.990.370	2.044.110
CESANTIAS													0	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471
INTERESES CESANTIAS													0	177.731	182.974	188.134	193.214
PRIMAS						740.251						740.251	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
VACACIONES												664.259	664.259	683.855	703.140	722.124	741.622
PENSIONES	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	159.422	1.913.070	1.969.506	2.025.046	2.079.722	2.135.874
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (nivel I)	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	6.943	83.314	85.772	88.191	90.572	93.017
CAJA DE COMPENSACION	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	53.141	637.690	656.502	675.015	693.241	711.958
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**2.440.851**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**1.700.600**	**3.105.110**	**22.551.963**	**24.875.479**	**25.579.124**	**26.271.808**	**26.981.147**

Fuente: Elaboración propia

5.18 VENTAS Y COSTOS:

En el cuadro No.94 se relacionan todas las cantidades de cada uno de los 18 postres que deben venderse para superar el punto de equilibrio y obtener ganancias, de igual manera se presenta el precio de venta de cada postre dependiendo de la categoría a la que pertenece sea mousse, parfait o bavaroise. Luego se presentan los costos unitarios de cada producto donde se incluyen las materias primas, los costos de mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

En la siguiente parte del cuadro se muestran los ingresos por ventas totales de cada postre al mes, a continuación se manifiestan los costos totales de fabricación de cada postre, luego los costos unitarios sin mano de obra y sin CIF, y por último los costos totales sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación.

Todos estos cuadros permiten realizar análisis sobre las ventas, los costos y los ingresos totales de Dulce Pecado, lo que proporciona una visión más detallada de la misma y permite la realización de otros análisis financieros.

Cuadro 94. Ventas y Costos

UNIDADES

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	984,00	1.023,36	1.027,66	1.028,58
Mousse de durazno	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	984,00	1.023,36	1.027,66	1.028,58
Mousse de lulo	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	984,00	1.023,36	1.027,66	1.028,58
Mousse de maracuya	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	984,00	1.023,36	1.027,66	1.028,58
Mousse de mora	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	984,00	1.023,36	1.027,66	1.028,58
Mousse de piña	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	984,00	1.023,36	1.027,66	1.028,58
Bavaroise de fresas	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840	861,00	895,44	899,20	900,01
Bavaroise de durazno	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840	861,00	895,44	899,20	900,01
Bavaroise de lulo	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840	861,00	895,44	899,20	900,01
Bavaroise de maracuya	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840	861,00	895,44	899,20	900,01
Bavaroise de mora	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840	861,00	895,44	899,20	900,01
Bavaroise de piña	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840	861,00	895,44	899,20	900,01
Parfait de fresas	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320	1.353,00	1.407,12	1.413,03	1.414,30
Parfait de durazno	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320	1.353,00	1.407,12	1.413,03	1.414,30
Parfait de lulo	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320	1.353,00	1.407,12	1.413,03	1.414,30
Parfait de maracuya	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320	1.353,00	1.407,12	1.413,03	1.414,30
Parfait de mora	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320	1.353,00	1.407,12	1.413,03	1.414,30
Parfait de piña	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320	1.353,00	1.407,12	1.413,03	1.414,30
TOTAL	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**1.560**	**18.720**	**19.188**	**19.956**	**20.039**	**20.057**

PRECIO DE VENTAS

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.177	6.351	6.523	6.699
Mousse de durazno	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.177	6.351	6.523	6.699
Mousse de lulo	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.177	6.351	6.523	6.699
Mousse de maracuya	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.177	6.351	6.523	6.699
Mousse de mora	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.177	6.351	6.523	6.699
Mousse de piña	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.177	6.351	6.523	6.699
Bavaroise de fresas	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.692	6.880	7.066	7.257
Bavaroise de durazno	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.692	6.880	7.066	7.257
Bavaroise de lulo	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.692	6.880	7.066	7.257
Bavaroise de maracuya	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.692	6.880	7.066	7.257
Bavaroise de mora	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.692	6.880	7.066	7.257
Bavaroise de piña	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.500	6.692	6.880	7.066	7.257
Parfait de fresas	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.207	7.410	7.610	7.815
Parfait de durazno	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.207	7.410	7.610	7.815
Parfait de lulo	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.207	7.410	7.610	7.815
Parfait de maracuya	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.207	7.410	7.610	7.815
Parfait de mora	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.207	7.410	7.610	7.815
Parfait de piña	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.207	7.410	7.610	7.815

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 94. Ventas y Costos (Continuación

COSTOS UNITARIOS

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	2.991	3.083	3.174	3.264	3.352	3.442
Mousse de durazno	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.059	3.153	3.246	3.338	3.428	3.520
Mousse de lulo	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.868	2.957	3.044	3.130	3.214	3.301
Mousse de maracuya	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.902	2.992	3.080	3.167	3.252	3.340
Mousse de mora	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	2.981	3.073	3.164	3.253	3.341	3.431
Mousse de piña	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.713	2.797	2.880	2.961	3.041	3.123
Bavaroise de fresas	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.020	3.113	3.205	3.295	3.384	3.475
Bavaroise de durazno	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.155	3.253	3.349	3.443	3.536	3.631
Bavaroise de lulo	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	2.949	3.041	3.130	3.219	3.305	3.395
Bavaroise de maracuya	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	2.968	3.060	3.150	3.239	3.326	3.416
Bavaroise de mora	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.051	3.146	3.239	3.330	3.420	3.512
Bavaroise de piña	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.842	2.926	3.008	3.090	3.173
Parfait de fresas	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.180	3.278	3.374	3.470	3.563	3.659
Parfait de durazno	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.336	3.439	3.540	3.640	3.739	3.840
Parfait de lulo	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116	3.212	3.307	3.400	3.492	3.586
Parfait de maracuya	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.184	3.282	3.379	3.474	3.568	3.664
Parfait de mora	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203	3.302	3.400	3.496	3.590	3.687
Parfait de piña	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.003	3.096	3.187	3.277	3.366	3.457

VENTAS TOTALES

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000	6.078.168	6.499.555	6.703.078	6.890.257
Mousse de durazno	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000	6.078.168	6.499.555	6.703.078	6.890.257
Mousse de lulo	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000	6.078.168	6.499.555	6.703.078	6.890.257
Mousse de maracuya	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000	6.078.168	6.499.555	6.703.078	6.890.257
Mousse de mora	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000	6.078.168	6.499.555	6.703.078	6.890.257
Mousse de piña	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	480.000	5.760.000	6.078.168	6.499.555	6.703.078	6.890.257
Bavaroise de fresas	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	5.460.000	5.761.597	6.161.037	6.353.960	6.531.390
Bavaroise de durazno	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	5.460.000	5.761.597	6.161.037	6.353.960	6.531.390
Bavaroise de lulo	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	5.460.000	5.761.597	6.161.037	6.353.960	6.531.390
Bavaroise de maracuya	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	5.460.000	5.761.597	6.161.037	6.353.960	6.531.390
Bavaroise de mora	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	5.460.000	5.761.597	6.161.037	6.353.960	6.531.390
Bavaroise de piña	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	455.000	5.460.000	5.761.597	6.161.037	6.353.960	6.531.390
Parfait de fresas	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	9.750.395	10.426.370	10.752.855	11.053.121
Parfait de durazno	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	9.750.395	10.426.370	10.752.855	11.053.121
Parfait de lulo	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	9.750.395	10.426.370	10.752.855	11.053.121
Parfait de maracuya	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	9.750.395	10.426.370	10.752.855	11.053.121
Parfait de mora	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	9.750.395	10.426.370	10.752.855	11.053.121
Parfait de piña	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	9.750.395	10.426.370	10.752.855	11.053.121
TOTAL	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**122.760.000**	**129.540.956**	**138.521.771**	**142.859.358**	**146.848.606**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 94. Ventas y Costos (Continuación

COSTOS TOTALES

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	239.268	2.871.210	3.123.430	3.339.971	3.444.557	3.540.744
Mousse de durazno	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	244.696	2.936.346	3.194.288	3.415.741	3.522.700	3.621.069
Mousse de lulo	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	229.448	2.753.370	2.995.238	3.202.892	3.303.186	3.395.425
Mousse de maracuya	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	232.172	2.786.064	3.030.804	3.240.924	3.342.408	3.435.743
Mousse de mora	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	238.462	2.861.543	3.112.914	3.328.726	3.432.959	3.528.822
Mousse de piña	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	217.068	2.604.816	2.833.635	3.030.085	3.124.967	3.212.230
Bavaroise de fresas	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	211.375	2.536.498	2.759.315	2.950.613	3.043.006	3.127.980
Bavaroise de durazno	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	220.860	2.650.321	2.883.137	3.083.019	3.179.559	3.268.346
Bavaroise de lulo	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	206.461	2.477.530	2.695.167	2.882.017	2.972.263	3.055.261
Bavaroise de maracuya	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	207.760	2.493.120	2.712.127	2.900.153	2.990.967	3.074.487
Bavaroise de mora	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	213.602	2.563.230	2.788.395	2.981.709	3.075.077	3.160.946
Bavaroise de piña	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	192.976	2.315.712	2.519.134	2.693.781	2.778.132	2.855.710
Parfait de fresas	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	349.745	4.196.940	4.565.618	4.882.143	5.035.019	5.175.619
Parfait de durazno	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	366.952	4.403.422	4.790.238	5.122.335	5.282.733	5.430.250
Parfait de lulo	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	342.762	4.113.147	4.474.463	4.784.669	4.934.493	5.072.285
Parfait de maracuya	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	350.194	4.202.326	4.571.476	4.888.408	5.041.480	5.182.260
Parfait de mora	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	352.378	4.228.538	4.599.991	4.918.899	5.072.927	5.214.585
Parfait de piña	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	330.363	3.964.356	4.312.603	4.611.587	4.755.991	4.888.799
TOTAL	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**4.746.541**	**56.958.491**	**61.961.972**	**66.257.672**	**68.332.425**	**70.240.560**

COSTO UNITARIO SIN MANO DE OBRA Y SIN CIF

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.313	1.352	1.390	1.427	1.466
Mousse de durazno	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.381	1.422	1.462	1.501	1.542
Mousse de lulo	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.190	1.225	1.260	1.294	1.329
Mousse de maracuya	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.224	1.261	1.296	1.331	1.367
Mousse de mora	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.303	1.341	1.379	1.417	1.455
Mousse de piña	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.036	1.066	1.096	1.126	1.156
Bavaroise de fresas	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.342	1.381	1.420	1.459	1.498
Bavaroise de durazno	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.477	1.521	1.564	1.606	1.649
Bavaroise de lulo	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272	1.309	1.346	1.382	1.420
Bavaroise de maracuya	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290	1.328	1.366	1.403	1.441
Bavaroise de mora	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.374	1.414	1.454	1.493	1.534
Bavaroise de piña	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079	1.111	1.142	1.173	1.205
Parfait de fresas	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.502	1.546	1.590	1.633	1.677
Parfait de durazno	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.658	1.707	1.755	1.803	1.851
Parfait de lulo	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.438	1.481	1.522	1.564	1.606
Parfait de maracuya	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.506	1.550	1.594	1.637	1.681
Parfait de mora	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.526	1.571	1.615	1.659	1.703
Parfait de piña	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.326	1.365	1.403	1.441	1.480

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 94. Ventas y Costos (Continuación

COSTOS TOTALES SIN MANO DE OBRA Y SIN CIF

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mousse de fresas	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	105.048	1.260.570	1.330.201	1.422.421	1.466.962	1.507.926
Mousse de durazno	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	110.476	1.325.706	1.398.935	1.495.920	1.542.763	1.585.843
Mousse de lulo	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	95.228	1.142.730	1.205.852	1.289.451	1.329.828	1.366.963
Mousse de maracuya	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	97.952	1.175.424	1.240.351	1.326.343	1.367.875	1.406.072
Mousse de mora	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	104.242	1.250.903	1.320.000	1.411.513	1.455.712	1.496.362
Mousse de piña	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	82.848	994.176	1.049.092	1.121.823	1.156.951	1.189.258
Bavaroise de fresas	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	93.932	1.127.188	1.189.451	1.271.913	1.311.741	1.348.370
Bavaroise de durazno	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	103.418	1.241.011	1.309.561	1.400.351	1.444.200	1.484.529
Bavaroise de lulo	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	89.018	1.068.220	1.127.225	1.205.374	1.243.118	1.277.831
Bavaroise de maracuya	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	90.318	1.083.810	1.143.677	1.222.966	1.261.261	1.296.481
Bavaroise de mora	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	96.160	1.153.920	1.217.659	1.302.077	1.342.850	1.380.348
Bavaroise de piña	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	75.534	906.402	956.469	1.022.779	1.054.806	1.084.261
Parfait de fresas	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	165.193	1.982.310	2.091.808	2.236.829	2.306.871	2.371.289
Parfait de durazno	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	182.399	2.188.792	2.309.695	2.469.822	2.547.160	2.618.288
Parfait de lulo	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	158.210	1.898.516	2.003.386	2.142.276	2.209.358	2.271.053
Parfait de maracuya	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	165.641	1.987.696	2.097.491	2.242.906	2.313.139	2.377.732
Parfait de mora	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	167.826	2.013.908	2.125.151	2.272.483	2.343.642	2.409.087
Parfait de piña	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	145.811	1.749.726	1.846.376	1.974.382	2.036.207	2.093.066
TOTAL	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**25.551.007**	**26.962.381**	**28.831.629**	**29.734.445**	**30.564.759**

Precio promedio	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.558	6.751	6.942	7.129	7.321
Costo promedio	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.043	3.229	3.320	3.410	3.502

Fuente: Elaboración propia

5.19 IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO (INC):

Este impuesto se aplica a todas aquellas empresas que ofrecen servicio de expendio de comidas y/o bebidas preparadas al consumidor final, la tarifa que Dulce Pecado debe generar por sus productos es del 8% sobre las ventas totales y debe pagarse cada dos meses, como se detalla en el cuadro No.95.

5.20 RECAUDOS EN PESOS:

En el cuadro No.96 se muestra el dinero recaudado de las ventas totales a contado o a crédito de la empresa. Debido a que Dulce pecado poseerá una política de recaudos a contado del 100% el valor de los recaudos equivale a $10’230.000 que equivalen al valor de las ventas totales mensuales.

5.21 PAGOS EN PESOS:

Es el dinero que se paga por concepto de costos totales sin mano de obra directa y sin costos indirectos de fabricación. Dulce Pecado tendrá una política de pago al contado del 100% y por tanto el valor de los pagos en pesos equivale al costo de materia prima total $2’129.251 como se define en el cuadro No.97.

Cuadro 95. Impuesto Nacional de Consumo

		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INC COBRADO		818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	9.820.800	10.363.276	11.081.742	11.428.749	11.747.888
INC PAGADO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC CAUSADO		**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**818.400**	**9.820.800**	**10.363.276**	**11.081.742**	**11.428.749**	**11.747.888**
INC AL FLUJO DE CAJA				1.636.800		1.636.800		1.636.800		1.636.800		1.636.800		8.184.000	8.636.064	9.234.785	9.523.957	9.789.907
INC AÑO SIGUIENTE														0	1.636.800	1.727.213	1.846.957	1.904.791
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA		0	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	8.184.000	10.272.864	10.961.997	11.370.914	11.694.699

MESES DEL AÑO	12
MESES PAGADOS INC	10
MESES POR PAGAR	2

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 96. Recaudos en pesos

		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO		10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	122.760.000	129.540.956	138.521.771	142.859.358	146.848.606
CREDITO			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**10.230.000**	**122.760.000**	**129.540.956**	**138.521.771**	**142.859.358**	**146.848.606**

MESES AÑO	12
MESES RECAUDADOS	11

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 97. Pagos en pesos

		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO		2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	2.129.251	25.551.007	26.962.381	28.831.629	29.734.445	30.564.759
CREDITO			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**2.129.251**	**25.551.007**	**26.962.381**	**28.831.629**	**29.734.445**	**30.564.759**

MESES AÑO	12
MESES RECAUDADOS	11

Fuente: Elaboración propia

5.22 ESTADOS DE RESULTADOS

Es un documento que muestra detalladamente los ingresos y egresos que obtuvo la empresa durante un periodo determinado; el estado de resultados puede resumirse finalmente en hallar la utilidad o pérdida que la empresa generó durante su ejercicio comercial (Ortiz, 2011).

5.22.1 Estado de resultados sin financiación:

En el cuadro No.98 se presentan los ingresos por ventas y todos los egresos registrados por concepto de nómina, gastos de administración, ventas, depreciación y gastos diferidos, el pago de los impuestos y la reserva legal que equivale al 10% de la utilidad neta después de descontados los impuestos. Por ser un estado de resultados sin financiación, no se tienen egresos por concepto de préstamos bancarios o gastos financieros.

5.22.2 Estado de resultados con financiación:

Se describen todos los ingresos por concepto de ventas y todos los egresos registrados en un determinado periodo de tiempo que en este caso equivalen a las proyecciones de los primeros 5 años de actividad comercial. Por ser el estado de resultados con financiación se tienen egresos por concepto de gastos financieros que equivalen en el primer año a $4’212.093; en el segundo año a $2’860.175; en el tercer año a $1’119.714, lo que ocasiona una disminución en la utilidad del ejercicio como se muestra en el cuadro No.99.

Cuadro 98. Estado de resultados sin financiación

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
VENTAS	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	122.760.000	129.540.956	138.521.771	142.859.358	146.848.606
(-) COSTOS MERCANCIA VENDIDA	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	56.958.491	61.961.972	66.257.672	68.332.425	70.240.560
UTILIDAD BRUTA	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**65.801.509**	**67.578.983**	**72.264.099**	**74.526.933**	**76.608.046**
EGRESOS																	
Nomina administracion	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	24.210.196	24.924.397	25.627.265	26.319.201	27.029.820
Gastos de administracion	1.215.380	1.018.838	1.046.827	1.036.364	1.098.888	1.018.838	1.081.878	1.018.838	1.098.888	1.036.364	1.046.827	1.018.838	12.736.770	13.112.504	13.482.277	13.846.298	14.220.148
Gastos de ventas	174.351	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	103.090	689.801	710.150	730.176	749.891	770.138
Gastos depresiacion	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	4.354.433	4.354.433	4.354.433	2.743.800	2.743.800
Gastos diferidos	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	12.030.402	0	0	0	0
ICA	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	405.108	427.485	457.122	471.436	484.600
TOTAL EGRESOS	4.806.409	4.538.607	4.463.506	4.453.042	4.618.656	4.435.517	4.498.556	4.538.607	4.515.566	4.453.042	4.566.596	4.538.607	54.426.710	43.528.970	44.651.273	44.130.627	45.248.507
UTILIDAD OPERACIONAL	**677.050**	**944.852**	**1.019.953**	**1.030.417**	**864.803**	**1.047.942**	**984.903**	**944.852**	**967.893**	**1.030.417**	**916.863**	**944.852**	**11.374.798**	**24.050.013**	**27.612.825**	**30.396.307**	**31.359.539**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros prestamo													0				
Gastos financieros leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**677.050**	**944.852**	**1.019.953**	**1.030.417**	**864.803**	**1.047.942**	**984.903**	**944.852**	**967.893**	**1.030.417**	**916.863**	**944.852**	**11.374.798**	**24.050.013**	**27.612.825**	**30.396.307**	**31.359.539**
Impuesto de renta	169.263	236.213	254.988	257.604	216.201	261.986	246.226	236.213	241.973	257.604	229.216	236.213	2.843.700	6.012.503	6.903.206	7.599.077	7.839.885
CREE	54.164	75.588	81.596	82.433	69.184	83.835	78.792	75.588	77.431	82.433	73.349	75.588	909.984	1.924.001	2.209.026	2.431.705	2.508.763
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**453.624**	**633.051**	**683.369**	**690.379**	**579.418**	**702.121**	**659.885**	**633.051**	**648.488**	**690.379**	**614.298**	**633.051**	**7.621.115**	**16.113.509**	**18.500.593**	**20.365.526**	**21.010.891**
Resesva legal	45.362	63.305	68.337	69.038	57.942	70.212	65.988	63.305	64.849	69.038	61.430	63.305	762.111	1.611.351	1.850.059	2.036.553	2.101.089
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**408.261**	**569.746**	**615.032**	**621.341**	**521.476**	**631.909**	**593.896**	**569.746**	**583.639**	**621.341**	**552.869**	**569.746**	**6.859.003**	**14.502.158**	**16.650.534**	**18.328.973**	**18.909.802**
UTILIDAD ACUMULADA													6.859.003	21.361.161	38.011.695	56.340.668	75.250.470
RESERVA LEGAL ACUMULADA													762.111	2.373.462	4.223.522	6.260.074	8.361.163

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 99. Estado de resultados con financiación

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
VENTAS	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	122.760.000	129.540.956	138.521.771	142.859.358	146.848.606
(-) COSTOS MERCANCIA VENDIDA	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	56.958.491	61.961.972	66.257.672	68.332.425	70.240.560
UTILIDAD BRUTA	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**5.483.459**	**65.801.509**	**67.578.983**	**72.264.099**	**74.526.933**	**76.608.046**
EGRESOS																	
Nomina administracion	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	2.017.516	24.210.196	24.924.397	25.627.265	26.319.201	27.029.820
Gastos de administracion	1.215.380	1.018.838	1.046.827	1.036.364	1.098.888	1.018.838	1.081.878	1.018.838	1.098.888	1.036.364	1.046.827	1.018.838	12.736.770	13.112.504	13.482.277	13.846.298	14.220.148
Gastos de ventas	174.351	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	103.090	689.801	710.150	730.176	749.891	770.138
Gastos depresiacion	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	362.869	4.354.433	4.354.433	4.354.433	2.743.800	2.743.800
Gastos diferidos	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	1.002.533	12.030.402	0	0	0	0
ICA	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	33.759	405.108	427.485	457.122	471.436	484.600
TOTAL EGRESOS	4.806.409	4.538.607	4.463.506	4.453.042	4.618.656	4.435.517	4.498.556	4.538.607	4.515.566	4.453.042	4.566.596	4.538.607	54.426.710	43.528.970	44.651.273	44.130.627	45.248.507
UTILIDAD OPERACIONAL	**677.050**	**944.852**	**1.019.953**	**1.030.417**	**864.803**	**1.047.942**	**984.903**	**944.852**	**967.893**	**1.030.417**	**916.863**	**944.852**	**11.374.798**	**24.050.013**	**27.612.825**	**30.396.307**	**31.359.539**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros prestamo	394.787	387.378	379.812	372.085	364.194	356.135	347.904	339.498	330.913	322.146	313.192	304.048	4.212.093	2.860.175	1.119.714		
Gastos financieros leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**394.787**	**387.378**	**379.812**	**372.085**	**364.194**	**356.135**	**347.904**	**339.498**	**330.913**	**322.146**	**313.192**	**304.048**	**4.212.093**	**2.860.175**	**1.119.714**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**282.263**	**557.474**	**640.141**	**658.332**	**500.609**	**691.808**	**636.999**	**605.354**	**636.979**	**708.271**	**603.671**	**640.804**	**7.162.705**	**21.189.838**	**26.493.111**	**30.396.307**	**31.359.539**
Impuesto de renta	70.566	139.368	160.035	164.583	125.152	172.952	159.250	151.339	159.245	177.068	150.918	160.201	1.790.676	5.297.460	6.623.278	7.599.077	7.839.885
CREE	22.581	44.598	51.211	52.667	40.049	55.345	50.960	48.428	50.958	56.662	48.294	51.264	573.016	1.695.187	2.119.449	2.431.705	2.508.763
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**189.116**	**373.507**	**428.894**	**441.082**	**335.408**	**463.511**	**426.789**	**405.587**	**426.776**	**474.541**	**404.460**	**429.339**	**4.799.012**	**14.197.192**	**17.750.384**	**20.365.526**	**21.010.891**
Resesrva legal	18.912	37.351	42.889	44.108	33.541	46.351	42.679	40.559	42.678	47.454	40.446	42.934	479.901	1.419.719	1.775.038	2.036.553	2.101.089
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**170.205**	**336.157**	**386.005**	**396.974**	**301.867**	**417.160**	**384.110**	**365.029**	**384.099**	**427.087**	**364.014**	**386.405**	**4.319.111**	**12.777.473**	**15.975.346**	**18.328.973**	**18.909.802**
UTILIDAD ACUMULADA													4.319.111	17.096.584	33.071.929	51.400.902	70.310.705
RESERVA LEGAL ACUMULADA													479.901	1.899.620	3.674.659	5.711.211	7.812.301

Fuente: Elaboración propia

5.23 FLUJOS DE CAJA

Se considera un estado financiero básico el cual comprende los movimientos de entradas y salidas de efectivo relacionadas con las actividades de operación, inversión y financiación de un determinado periodo de tiempo para una empresa.

5.23.1 Flujo de Caja sin financiación:

En el cuadro No.100 se presentan los ingresos de la empresa por concepto de recaudos e INC, los egresos que posee la misma a razón de nóminas, gastos de administración, gastos de ventas y otros impuestos; estos datos resultan ser el flujo de caja operacional de Dulce Pecado. El flujo de caja financiero se encuentra en $0 debido a que no se realizan créditos bancarios y por tanto no se tienen obligaciones por este concepto que pueda afectar el saldo final de la caja.

5.23.2 Flujo de Caja con financiación:

Al igual que el flujo de caja sin financiación se presentan los ingresos de la empresa por concepto de recaudos e INC, los egresos que posee la misma a razón de nóminas, gastos de administración, gastos de ventas y otros impuestos. La diferencia radica en el hecho de que en este flujo si se cuenta con egresos relacionados con los gastos financieros por préstamos y la amortización ya que estos afectan el saldo final de caja haciendo que disminuya su total. Lo anterior se puede apreciar con más claridad en el cuadro No.101.

Cuadro 100. Flujo de Caja sin financiación

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	122.760.000	129.540.956	138.521.771	142.859.358	146.848.606
INC COBRADO	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	9.820.800	10.363.276	11.081.742	11.428.749	11.747.888
TOTAL INGRESOS	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**132.580.800**	**139.904.232**	**149.603.513**	**154.288.107**	**158.596.495**
EGRESOS																	
Nomina	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	2.440.851	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	3.105.110	22.551.963	24.875.479	25.579.124	26.271.808	26.981.147
Gastos de administracion	1.215.380	1.018.838	1.046.827	1.036.364	1.098.888	1.018.838	1.081.878	1.018.838	1.098.888	1.036.364	1.046.827	1.018.838	12.736.770	13.112.504	13.482.277	13.846.298	14.220.148
Gastos de ventas	174.351	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	103.090	689.801	710.150	730.176	749.891	770.138
INC PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC Dian	0	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	8.184.000	10.272.864	10.961.997	11.370.914	11.694.699
Seguros													0	0	0	0	0
Impuesto de Renta													0	2.843.700	6.012.503	6.903.206	7.599.077
CREE													0	909.984	1.924.001	2.209.026	2.431.705
ICA													0	405.108	427.485	457.122	471.436
Pagos	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	56.958.491	61.961.972	66.257.672	68.332.425	70.240.560
TOTAL EGRESOS	**7.836.872**	**7.569.070**	**9.130.769**	**7.483.505**	**9.285.919**	**8.206.230**	**9.165.819**	**7.569.070**	**9.182.829**	**7.483.505**	**9.233.859**	**8.973.580**	**101.121.025**	**115.091.761**	**125.375.236**	**130.140.691**	**134.408.910**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**3.211.528**	**3.479.330**	**1.917.631**	**3.564.895**	**1.762.481**	**2.842.170**	**1.882.581**	**3.479.330**	**1.865.571**	**3.564.895**	**1.814.541**	**2.074.820**	**31.459.775**	**24.812.471**	**24.228.277**	**24.147.416**	**24.187.585**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros prestamo													0				
Amortizacion prestamo													0				
Gastos financiero leasing													0				
Amortizacion leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**3.211.528**	**3.479.330**	**1.917.631**	**3.564.895**	**1.762.481**	**2.842.170**	**1.882.581**	**3.479.330**	**1.865.571**	**3.564.895**	**1.814.541**	**2.074.820**	**31.459.775**	**24.812.471**	**24.228.277**	**24.147.416**	**24.187.585**
SALDO INICIAL DE CAJA	6.531.067	9.742.596	13.221.926	15.139.557	18.704.452	20.466.933	23.309.103	25.191.684	28.671.014	30.536.585	34.101.480	35.916.022	6.531.067	37.990.842	62.803.312	87.031.589	111.179.005
SALDO FINAL DE CAJA	**9.742.596**	**13.221.926**	**15.139.557**	**18.704.452**	**20.466.933**	**23.309.103**	**25.191.684**	**28.671.014**	**30.536.585**	**34.101.480**	**35.916.022**	**37.990.842**	**37.990.842**	**62.803.312**	**87.031.589**	**111.179.005**	**135.366.590**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	(37.112.369)	31.459.775	24.812.471	24.228.277	24.147.416	24.187.585

DTF (%)	4,41%
SPREAD (%)	15,00%
CDO (%)	20,07%

VALOR PRESENTE NETO ($)	41.603.820
TASA INTERNA DE RETORNO (%)	68,82%
B/C (VECES)	2,12

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 101. Flujo de Caja con financiación

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	10.230.000	122.760.000	129.540.956	138.521.771	142.859.358	146.848.606
INC COBRADO	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	818.400	9.820.800	10.363.276	11.081.742	11.428.749	11.747.888
TOTAL INGRESOS	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**11.048.400**	**132.580.800**	**139.904.232**	**149.603.513**	**154.288.107**	**158.596.495**
EGRESOS																	
Nomina	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	2.440.851	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	1.700.600	3.105.110	22.551.963	24.875.479	25.579.124	26.271.808	26.981.147
Gastos de administracion	1.215.380	1.018.838	1.046.827	1.036.364	1.098.888	1.018.838	1.081.878	1.018.838	1.098.888	1.036.364	1.046.827	1.018.838	12.736.770	13.112.504	13.482.277	13.846.298	14.220.148
Gastos de ventas	174.351	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	0	0	103.090	103.090	689.801	710.150	730.176	749.891	770.138
INC PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC Dian	0	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	1.636.800	0	8.184.000	10.272.864	10.961.997	11.370.914	11.694.699
Seguros													0	0	0	0	0
Impuesto de Renta													0	1.790.676	5.297.460	6.623.278	7.599.077
CREE													0	573.016	1.695.187	2.119.449	2.431.705
ICA													0	405.108	427.485	457.122	471.436
Pagos	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	4.746.541	56.958.491	61.961.972	66.257.672	68.332.425	70.240.560
TOTAL EGRESOS	**7.836.872**	**7.569.070**	**9.130.769**	**7.483.505**	**9.285.919**	**8.206.230**	**9.165.819**	**7.569.070**	**9.182.829**	**7.483.505**	**9.233.859**	**8.973.580**	**101.121.025**	**113.701.770**	**124.431.378**	**129.771.185**	**134.408.910**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**3.211.528**	**3.479.330**	**1.917.631**	**3.564.895**	**1.762.481**	**2.842.170**	**1.882.581**	**3.479.330**	**1.865.571**	**3.564.895**	**1.814.541**	**2.074.820**	**31.459.775**	**26.202.462**	**25.172.134**	**24.516.922**	**24.187.585**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros prestamo	394.787	387.378	379.812	372.085	364.194	356.135	347.904	339.498	330.913	322.146	313.192	304.048	4.212.093	2.860.175	1.119.714	0	0
Amortizacion prestamo	348.218	355.626	363.192	370.919	378.811	386.870	395.101	403.507	412.091	420.859	429.812	438.957	4.703.962	6.055.881	7.796.341		
Gastos financiero leasing													0				
Amortizacion leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**743.005**	**8.916.056**	**8.916.056**	**8.916.056**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**2.468.524**	**2.736.326**	**1.174.627**	**2.821.890**	**1.019.476**	**2.099.165**	**1.139.576**	**2.736.326**	**1.122.566**	**2.821.890**	**1.071.537**	**1.331.816**	**22.543.719**	**17.286.406**	**16.256.079**	**24.516.922**	**24.187.585**
SALDO INICIAL DE CAJA	6.531.067	8.999.591	11.735.917	12.910.543	15.732.434	16.751.910	18.851.075	19.990.651	22.726.977	23.849.543	26.671.434	27.742.970	6.531.067	29.074.786	46.361.192	62.617.271	87.134.192
SALDO FINAL DE CAJA	**8.999.591**	**11.735.917**	**12.910.543**	**15.732.434**	**16.751.910**	**18.851.075**	**19.990.651**	**22.726.977**	**23.849.543**	**26.671.434**	**27.742.970**	**29.074.786**	**29.074.786**	**46.361.192**	**62.617.271**	**87.134.192**	**111.321.777**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	(18.556.185)	22.543.719	17.286.406	16.256.079	24.516.922	24.187.585

DTF (%)	4,41%
SPREAD (%)	15,00%
CDO (%)	20,07%

VALOR PRESENTE NETO ($)	43.086.639
TASA INTERNA DE RETORNO (%)	108,10%
B/C (VECES)	3,32

Fuente: Elaboración propia

5.24 BALANCES GENERALES

5.24.1 Balance General sin financiación:

Representa la situación financiera de la empresa en relación con los activos representados en bienes y derechos de la empresa, los pasivos representados en obligaciones totales con terceros y el patrimonio que representa el capital social de Dulce Pecado. En un balance general proyectado sin financiación no se registran los pasivos no corrientes debido a que no existen obligaciones con las entidades bancarias, como se muestra en el cuadro No.102.

5.24.2 Balance General con financiación:

Representa de igual manera la situación financiera de Dulce Pecado con relación a los activos, pasivos y patrimonio que se poseen; la única diferencia radica en los pasivos no corrientes en los cuales se ubican $18’556.185 del préstamo bancario realizado para cubrir el 50% de la inversión inicial de la empresa**.**

Cuadro 102. Balance General sin financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja bancos	6.531.067	37.990.842	62.803.312	87.031.589	111.179.005	135.366.590
Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**	**37.990.842**	**62.803.312**	**87.031.589**	**111.179.005**	**135.366.590**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200	2.702.200	2.702.200	2.702.200	2.702.200	2.702.200
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700	2.129.700	2.129.700	2.129.700	2.129.700	2.129.700
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000	13.719.000	13.719.000	13.719.000	13.719.000	13.719.000
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0	4.354.433	8.708.867	13.063.300	15.807.100	18.550.900
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**	**14.196.467**	**9.842.033**	**5.487.600**	**2.743.800**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	12.030.402	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**	**14.196.467**	**9.842.033**	**5.487.600**	**2.743.800**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**	**52.187.308**	**72.645.346**	**92.519.189**	**113.922.805**	**135.366.590**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por pagar	0	0	0	0	0	0
Cesantias por pagar	0	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
Intereses cesantias por pagar	0	177.731	182.974	188.134	193.214	198.431
Impuesto de renta por pagar	0	2.843.700	6.012.503	6.903.206	7.599.077	7.839.885
CREE por pagar	0	909.984	1.924.001	2.209.026	2.431.705	2.508.763
INC por pagar	0	1.636.800	1.727.213	1.846.957	1.904.791	1.957.981
ICA por pagar	0	405.108	427.485	457.122	471.436	484.600
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**7.453.824**	**11.798.353**	**13.171.604**	**14.209.694**	**14.642.588**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras	0	0	0	0	0	0
leasing financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**7.453.824**	**11.798.353**	**13.171.604**	**14.209.694**	**14.642.588**
PATRIMONIO						
Capital social	37.112.369	37.112.369	37.112.369	37.112.369	37.112.369	37.112.369
Utilidad acumulada	0	6.859.003	21.361.161	38.011.695	56.340.668	75.250.470
Reserva legal acumulada	0	762.111	2.373.462	4.223.522	6.260.074	8.361.163
TOTAL PATRIMONIO	**37.112.369**	**44.733.484**	**60.846.993**	**79.347.586**	**99.713.111**	**120.724.003**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**	**52.187.308**	**72.645.346**	**92.519.189**	**113.922.805**	**135.366.590**
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 103. Balance General con financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja bancos	6.531.067	29.074.786	46.361.192	62.617.271	87.134.192	111.321.777
Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**	**29.074.786**	**46.361.192**	**62.617.271**	**87.134.192**	**111.321.777**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200	2.702.200	2.702.200	2.702.200	2.702.200	2.702.200
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700	2.129.700	2.129.700	2.129.700	2.129.700	2.129.700
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000	13.719.000	13.719.000	13.719.000	13.719.000	13.719.000
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0	4.354.433	8.708.867	13.063.300	15.807.100	18.550.900
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**	**14.196.467**	**9.842.033**	**5.487.600**	**2.743.800**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	12.030.402	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**	**14.196.467**	**9.842.033**	**5.487.600**	**2.743.800**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**	**43.271.253**	**56.203.225**	**68.104.871**	**89.877.992**	**111.321.777**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por pagar	0	0	0	0	0	0
Cesantias por pagar	0	1.480.502	1.524.176	1.567.158	1.609.471	1.652.927
Intereses cesantias por pagar	0	177.731	182.974	188.134	193.214	198.431
Impuesto de renta por pagar	0	1.790.676	5.297.460	6.623.278	7.599.077	7.839.885
CREE por pagar	0	573.016	1.695.187	2.119.449	2.431.705	2.508.763
INC por pagar	0	1.636.800	1.727.213	1.846.957	1.904.791	1.957.981
ICA por pagar	0	405.108	427.485	457.122	471.436	484.600
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**6.063.834**	**10.854.495**	**12.802.098**	**14.209.694**	**14.642.588**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras	18.556.185	13.852.222	7.796.341	0		
leasing financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**18.556.185**	**13.852.222**	**7.796.341**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**18.556.185**	**19.916.056**	**18.650.837**	**12.802.098**	**14.209.694**	**14.642.588**
PATRIMONIO						
Capital social	18.556.185	18.556.185	18.556.185	18.556.185	18.556.185	18.556.185
Utilidad acumulada	0	4.319.111	17.096.584	33.071.929	51.400.902	70.310.705
Reserva legal acumulada	0	479.901	1.899.620	3.674.659	5.711.211	7.812.301
TOTAL PATRIMONIO	**18.556.185**	**23.355.197**	**37.552.389**	**55.302.773**	**75.668.298**	**96.679.190**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**	**43.271.253**	**56.203.225**	**68.104.871**	**89.877.992**	**111.321.777**
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

5.25 ANALISIS VERTICAL

5.25.1 Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación:

Este análisis consiste en relacionar cada una de las partes del balance general proyectado sin financiación con un total determinado del mismo balance que comúnmente en llamado cifra base, como se aprecia en el siguiente cuadro.

Los activos totales de Dulce Pecado representados como el 100% se dividen de la siguiente manera:

En el balance inicial el total de los activos corrientes representa el 17,60%, el total de los activos fijos representa el 49,99% y el total de los activos diferidos constituye el 32,42%. Se puede deducir que la mayor cantidad de activos pertenece a los activos fijos de los cuales el más importante corresponde a la maquinaria y equipo con un 36,97%.

En el año 1 el total de los activos corrientes representa el 72,80%, el total de los activos fijos representa el 27,20% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%. Se puede deducir que la mayor cantidad de activos pertenece a los activos corrientes de los cuales el más importante corresponde a caja bancos con un 72,80%.

En el año 2 el total de los activos corrientes representa el 86,45%, el total de los activos fijos representa el 13,55% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%. Se puede deducir que la mayor cantidad de activos pertenece a los activos corrientes correspondientes a caja bancos con un 86,45%.

En el año 3 el total de los activos corrientes representa el 94,07%, el total de los activos fijos representa el 5,93% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%. Se puede deducir que la totalidad de los activos corrientes corresponde a la cuenta de caja bancos con un 94,07%.

En el año 4 el total de los activos corrientes representa el 97,59% que corresponden a la cuenta de caja bancos, el total de los activos fijos representa el 2,41% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%.

En el año 5 el total de los activos corrientes está representado en la cuenta de caja bancos con 100%, finalmente esta cantidad es el activo total de la empresa debido a que después de pasados los 5 primero años todos los activos fijos se han depreciado en su totalidad.

Iniciando la actividad, Dulce Pecado cuenta con un total pasivos igual a 0,00% debido a que en la primera etapa del desarrollo del proyecto aún no se tienen deudas con terceros.

Para el año 1 los pasivos por concepto cuentas por pagar, cesantías por pagar, intereses de cesantías y los impuestos que deben cancelarse al estado ascienden a un 14,28% del total de los activos de la empresa, para el año 2 los pasivos equivalen al 16,24%, para el año 3 representan el 14,24%, para el año siguiente son del 12,47% y para el año 5 los pasivos representan el 10,82% de los activos totales de Dulce pecado.

El patrimonio inicial corresponde al total de la inversión inicial de $37’112.369 que se traduce en el 100% del patrimonio total, para el año 1 el total del patrimonio es del 85,72% del activo total, este patrimonio es la sumatoria del capital social, utilidad acumulada y reserva legal acumulada, para el año 2 el patrimonio equivale al 83,76%, para el año 3 corresponde a 85,76%, para el año 4 87,53% y para el año 5 equivale a 89,18%.

Cuadro 104. Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja bancos	6.531.067	17,60%	37.990.842	72,80%	62.803.312	86,45%	87.031.589	94,07%	111.179.005	97,59%	135.366.590	100,00%
Cuentas por cobrar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**	**17,60%**	**37.990.842**	**72,80%**	**62.803.312**	**86,45%**	**87.031.589**	**94,07%**	**111.179.005**	**97,59%**	**135.366.590**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200	7,28%	2.702.200	5,18%	2.702.200	3,72%	2.702.200	2,92%	2.702.200	2,37%	2.702.200	2,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700	5,74%	2.129.700	4,08%	2.129.700	2,93%	2.129.700	2,30%	2.129.700	1,87%	2.129.700	1,57%
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000	36,97%	13.719.000	26,29%	13.719.000	18,88%	13.719.000	14,83%	13.719.000	12,04%	13.719.000	10,13%
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0	0,00%	4.354.433	8,34%	8.708.867	11,99%	13.063.300	14,12%	15.807.100	13,88%	18.550.900	13,70%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**	**49,99%**	**14.196.467**	**27,20%**	**9.842.033**	**13,55%**	**5.487.600**	**5,93%**	**2.743.800**	**2,41%**	**0**	**0,00%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	12.030.402	32,42%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**	**32,42%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**	**82,40%**	**14.196.467**	**27,20%**	**9.842.033**	**13,55%**	**5.487.600**	**5,93%**	**2.743.800**	**2,41%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**	**100,00%**	**52.187.308**	**100,00%**	**72.645.346**	**100,00%**	**92.519.189**	**100,00%**	**113.922.805**	**100,00%**	**135.366.590**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por pagar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantias por pagar	0	0,00%	1.480.502	2,84%	1.524.176	2,10%	1.567.158	1,69%	1.609.471	1,41%	1.652.927	1,22%
Intereses cesantias por pagar	0	0,00%	177.731	0,34%	182.974	0,25%	188.134	0,20%	193.214	0,17%	198.431	0,15%
Impuesto de renta por pagar	0	0,00%	2.843.700	5,45%	6.012.503	8,28%	6.903.206	7,46%	7.599.077	6,67%	7.839.885	5,79%
CREE por pagar	0	0,00%	909.984	1,74%	1.924.001	2,65%	2.209.026	2,39%	2.431.705	2,13%	2.508.763	1,85%
INC por pagar	0	0,00%	1.636.800	3,14%	1.727.213	2,38%	1.846.957	2,00%	1.904.791	1,67%	1.957.981	1,45%
ICA por pagar	0	0,00%	405.108	0,78%	427.485	0,59%	457.122	0,49%	471.436	0,41%	484.600	0,36%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**7.453.824**	**14,28%**	**11.798.353**	**16,24%**	**13.171.604**	**14,24%**	**14.209.694**	**12,47%**	**14.642.588**	**10,82%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones financieras	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
leasing financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**0,00%**	**7.453.824**	**14,28%**	**11.798.353**	**16,24%**	**13.171.604**	**14,24%**	**14.209.694**	**12,47%**	**14.642.588**	**10,82%**
PATRIMONIO												
Capital social	37.112.369	100,00%	37.112.369	71,11%	37.112.369	51,09%	37.112.369	40,11%	37.112.369	32,58%	37.112.369	27,42%
Utilidad acumulada	0	0,00%	6.859.003	13,14%	21.361.161	29,40%	38.011.695	41,09%	56.340.668	49,46%	75.250.470	55,59%
Reserva legal acumulada	0	0,00%	762.111	1,46%	2.373.462	3,27%	4.223.522	4,57%	6.260.074	5,50%	8.361.163	6,18%
TOTAL PATRIMONIO	**37.112.369**	**100,00%**	**44.733.484**	**85,72%**	**60.846.993**	**83,76%**	**79.347.586**	**85,76%**	**99.713.111**	**87,53%**	**120.724.003**	**89,18%**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**	**100,00%**	**52.187.308**	**100,00%**	**72.645.346**	**100,00%**	**92.519.189**	**100,00%**	**113.922.805**	**100,00%**	**135.366.590**	**100,00%**
	0		0		0		0		0		0	

Fuente: Elaboración propia

5.25.2 Análisis vertical balance general proyectado con financiación:

Este análisis consiste en relacionar cada una de las partes del balance general proyectado con financiación con un total determinado del mismo balance que comúnmente en llamado cifra base, lo único que es diferente en este análisis son los pasivos no corrientes con los que si se cuenta. En el cuadro No. se muestran los porcentajes para el análisis.

Los activos totales de Dulce Pecado representados como el 100% se dividen de la siguiente manera:

En el balance inicial el total de los activos corrientes representa el 17,60%, el total de los activos fijos representa el 49,99% y el total de los activos diferidos constituye el 32,42%. Se puede deducir que la mayor cantidad de activos pertenece a los activos fijos de los cuales el más importante corresponde a la maquinaria y equipo con un 36,97%.

En el año 1 el total de los activos corrientes representa el 67,19%, el total de los activos fijos representa el 32,81% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%. Se puede deducir que la mayor cantidad de activos pertenece a los activos corrientes de los cuales el más importante corresponde a caja bancos con un 67,19%.

En el año 2 el total de los activos corrientes representa el 82,49%, el total de los activos fijos representa el 17,51% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%. Se puede deducir que la mayor cantidad de activos pertenece a los activos corrientes correspondientes a caja bancos con un 82,49%.

En el año 3 el total de los activos corrientes representa el 91,94%, el total de los activos fijos representa el 8,06% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%. Se puede deducir que la totalidad de los activos corrientes corresponde a la cuenta de caja bancos con un 91,94%.

En el año 4 el total de los activos corrientes representa el 95,95% que corresponden a la cuenta de caja bancos, el total de los activos fijos representa el 3,05% y el total de los activos diferidos constituye el 0,00%.

En el año 5 el total de los activos corrientes está representado en la cuenta de caja bancos con 100%, finalmente esta cantidad es el activo total de la empresa debido a que después de pasados los 5 primero años todos los activos fijos se han depreciado en su totalidad.

Para el inicio de la actividad comercial de Dulce Pecado se cuenta con un total pasivos corrientes igual a 50,00% debido a que en la primera etapa del desarrollo del proyecto se realizará un préstamo bancario por el 50% del total de la inversión que corresponde a $18’556.185.

Para el año 1 los pasivos por concepto cuentas por pagar, cesantías por pagar, intereses de cesantías y los impuestos también llamados pasivos corrientes ascienden a un 14,01% del total de los activos de la empresa, en cuento a los pasivos no corrientes; estos equivalen a 32,01%, para el año 2 los pasivos corrientes equivalen al 19,31% y los no corrientes a 13,87%, para el año 3 los pasivos corrientes representan el 18,80% y los pasivos no corrientes se encuentran en cero debido a que el año inmediatamente anterior se canceló la totalidad del préstamo financiero, para el año siguiente los pasivos corrientes son del 15,81% y para el año 5 los pasivos corrientes representan el 13,15% de los activos totales de Dulce pecado.

El patrimonio inicial corresponde al total de la inversión inicial de $18’556.185 que se traduce en el 50,00% del patrimonio total debido a que el otro 50,00% se obtuvo mediante préstamo con una entidad financiera, para el año 1 el total del patrimonio es del 53,97% del activo total, este patrimonio es la sumatoria del capital social, utilidad acumulada y reserva legal acumulada, para el año 2 el patrimonio equivale al 66,82%, para el año 3 corresponde a 81,20% , para el año 4 84,19%y para el año 5 equivale a 86,85%.

Cuadro 105. Análisis vertical del balance general proyectado con financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja bancos	6.531.067	17,60%	29.074.786	67,19%	46.361.192	82,49%	62.617.271	91,94%	87.134.192	96,95%	111.321.777	100,00%
Cuentas por cobrar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**	**17,60%**	**29.074.786**	**67,19%**	**46.361.192**	**82,49%**	**62.617.271**	**91,94%**	**87.134.192**	**96,95%**	**111.321.777**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200	7,28%	2.702.200	6,24%	2.702.200	4,81%	2.702.200	3,97%	2.702.200	3,01%	2.702.200	2,43%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700	5,74%	2.129.700	4,92%	2.129.700	3,79%	2.129.700	3,13%	2.129.700	2,37%	2.129.700	1,91%
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000	36,97%	13.719.000	31,70%	13.719.000	24,41%	13.719.000	20,14%	13.719.000	15,26%	13.719.000	12,32%
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0	0,00%	4.354.433	10,06%	8.708.867	15,50%	13.063.300	19,18%	15.807.100	17,59%	18.550.900	16,66%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**	**49,99%**	**14.196.467**	**32,81%**	**9.842.033**	**17,51%**	**5.487.600**	**8,06%**	**2.743.800**	**3,05%**	**0**	**0,00%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	12.030.402	32,42%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**	**32,42%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**	**82,40%**	**14.196.467**	**32,81%**	**9.842.033**	**17,51%**	**5.487.600**	**8,06%**	**2.743.800**	**3,05%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**	**100,00%**	**43.271.253**	**100,00%**	**56.203.225**	**100,00%**	**68.104.871**	**100,00%**	**89.877.992**	**100,00%**	**111.321.777**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por pagar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantias por pagar	0	0,00%	1.480.502	3,42%	1.524.176	2,71%	1.567.158	2,30%	1.609.471	1,79%	1.652.927	1,48%
Intereses cesantias por pagar	0	0,00%	177.731	0,41%	182.974	0,33%	188.134	0,28%	193.214	0,21%	198.431	0,18%
Impuesto de renta por pagar	0	0,00%	1.790.676	4,14%	5.297.460	9,43%	6.623.278	9,73%	7.599.077	8,45%	7.839.885	7,04%
CREE por pagar	0	0,00%	573.016	1,32%	1.695.187	3,02%	2.119.449	3,11%	2.431.705	2,71%	2.508.763	2,25%
INC por pagar	0	0,00%	1.636.800	3,78%	1.727.213	3,07%	1.846.957	2,71%	1.904.791	2,12%	1.957.981	1,76%
ICA por pagar	0	0,00%	405.108	0,94%	427.485	0,76%	457.122	0,67%	471.436	0,52%	484.600	0,44%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**6.063.834**	**14,01%**	**10.854.495**	**19,31%**	**12.802.098**	**18,80%**	**14.209.694**	**15,81%**	**14.642.588**	**13,15%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones financieras	18.556.185	50,00%	13.852.222	32,01%	7.796.341	13,87%	0	0,00%		0,00%		0,00%
leasing financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**18.556.185**	**50,00%**	**13.852.222**	**32,01%**	**7.796.341**	**13,87%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**18.556.185**	**50,00%**	**19.916.056**	**46,03%**	**18.650.837**	**33,18%**	**12.802.098**	**18,80%**	**14.209.694**	**15,81%**	**14.642.588**	**13,15%**
PATRIMONIO												
Capital social	18.556.185	50,00%	18.556.185	42,88%	18.556.185	33,02%	18.556.185	27,25%	18.556.185	20,65%	18.556.185	16,67%
Utilidad acumulada	0	0,00%	4.319.111	9,98%	17.096.584	30,42%	33.071.929	48,56%	51.400.902	57,19%	70.310.705	63,16%
Reserva legal acumulada	0	0,00%	479.901	1,11%	1.899.620	3,38%	3.674.659	5,40%	5.711.211	6,35%	7.812.301	7,02%
TOTAL PATRIMONIO	**18.556.185**	**50,00%**	**23.355.197**	**53,97%**	**37.552.389**	**66,82%**	**55.302.773**	**81,20%**	**75.668.298**	**84,19%**	**96.679.190**	**86,85%**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**	**100,00%**	**43.271.253**	**100,00%**	**56.203.225**	**100,00%**	**68.104.871**	**100,00%**	**89.877.992**	**100,00%**	**111.321.777**	**100,00%**
	0		0		0		0		0		0	

Fuente: Elaboración propia

5.25.3 Análisis Vertical del Estado de Resultados sin financiación:

Este análisis consiste en relacionar cada una de las partes del estado de resultados proyectado sin financiación con un total determinado del mismo balance que comúnmente en llamado cifra base, como se aprecia en el siguiente cuadro.

Dentro del estado de resultados se calcula la utilidad bruta de la empresa, para Dulce pecado la utilidad bruta equivale para el año 1 al 53,60% y para el año 2, año3, año 4 y año 5 es de 52,17%, esto indica que el costo de la materia prima es menor al 50,00%.

La utilidad operacional para Dulce Pecado equivale a 9,27% en el primer año, para el segundo año es de 18,57%, en el año 3 corresponde a 19,93%, para el año 4 es de 21,28% y para el año 5 corresponde a 21,36%.

La utilidad neta antes de impuesto, en el caso de Dulce Pecado equivale a la utilidad operacional en todos los años debido a que no se tienen préstamos bancarios.

La utilidad neta después de impuestos es aquella que resulta después de la diferencia entre la utilidad neta antes de impuestos y los impuestos, en la empresa esta utilidad equivale al 6,21% para el año 1, para el segundo año es de 12,44%, en el tercer año es de 13,36%, en el cuarto año es de 14,26% y para el último año es de 14,31%.

Finalmente la utilidad del ejercicio nos indica que tanto porcentaje se ha obtenido como ganancia después de cancelar todas las obligaciones o pasivos, para el caso de Dulce pecado la utilidad del ejercicio del primer año equivale a 5,59%, en el segundo año es igual al 11,20%, para el año 3 es de 12,02%, para el año 4 de 12,83% y finalmente para el año 5 es de 12,88%.

Cuadro 106. Análisis Vertical del Estado de Resultados sin financiación

	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
INGRESOS										
VENTAS	122.760.000	100,00%	129.540.956	100,00%	138.521.771	100,00%	142.859.358	100,00%	146.848.606	100,00%
(-) COSTOS MERCANCIA VENDIDA	56.958.491	46,40%	61.961.972	47,83%	66.257.672	47,83%	68.332.425	47,83%	70.240.560	47,83%
UTILIDAD BRUTA	**65.801.509**	**53,60%**	**67.578.983**	**52,17%**	**72.264.099**	**52,17%**	**74.526.933**	**52,17%**	**76.608.046**	**52,17%**
EGRESOS										
Nomina administracion	24.210.196	19,72%	24.924.397	19,24%	25.627.265	18,50%	26.319.201	18,42%	27.029.820	18,41%
Gastos de administracion	12.736.770	10,38%	13.112.504	10,12%	13.482.277	9,73%	13.846.298	9,69%	14.220.148	9,68%
Gastos de ventas	689.801	0,56%	710.150	0,55%	730.176	0,53%	749.891	0,52%	770.138	0,52%
Gastos depresicion	4.354.433	3,55%	4.354.433	3,36%	4.354.433	3,14%	2.743.800	1,92%	2.743.800	1,87%
Gastos diferidos	12.030.402	9,80%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	405.108	0,33%	427.485	0,33%	457.122	0,33%	471.436	0,33%	484.600	0,33%
TOTAL EGRESOS	54.426.710	44,34%	43.528.970	33,60%	44.651.273	32,23%	44.130.627	30,89%	45.248.507	30,81%
UTILIDAD OPERACIONAL	**11.374.798**	**9,27%**	**24.050.013**	**18,57%**	**27.612.825**	**19,93%**	**30.396.307**	**21,28%**	**31.359.539**	**21,36%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros prestamo	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos financieros leasing	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 IMPUESTOS	**11.374.798**	9,27%	**24.050.013**	18,57%	**27.612.825**	19,93%	**30.396.307**	21,28%	**31.359.539**	21,36%
Impuesto de renta	2.843.700	2,32%	6.012.503	4,64%	6.903.206	4,98%	7.599.077	5,32%	7.839.885	5,34%
CREE	909.984	0,74%	1.924.001	1,49%	2.209.026	1,59%	2.431.705	1,70%	2.508.763	1,71%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**7.621.115**	**6,21%**	**16.113.509**	**12,44%**	**18.500.593**	**13,36%**	**20.365.526**	**14,26%**	**21.010.891**	**14,31%**
Resesrva legal	762.111	0,62%	1.611.351	1,24%	1.850.059	1,34%	2.036.553	1,43%	2.101.089	1,43%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**6.859.003**	**5,59%**	**14.502.158**	**11,20%**	**16.650.534**	**12,02%**	**18.328.973**	**12,83%**	**18.909.802**	**12,88%**

Fuente: Elaboración propia

5.25.4 Análisis vertical estado de resultados con financiación:

Este análisis consiste en relacionar cada una de las partes del estado de resultados proyectado con financiación con un total determinado del mismo balance que comúnmente en llamado cifra base. En el cuadro No. se relacionan los porcentajes para el análisis.

Dentro del estado de resultados se calcula la utilidad bruta de la empresa, para Dulce pecado la utilidad bruta equivale para el año 1 al 53,60% y para el año 2, año3, año 4 y año 5 es de 52,17%, esto indica que el costo de la materia prima es menor al 50,00%.

La utilidad operacional de la empresa para Dulce Pecado equivale a 9,27% en el primer año, para el segundo año es de 18,57%, en el año 3 corresponde a 19,93%, para el año 4 es de 21,28% y para el año 5 corresponde a 21,36%.

La utilidad neta antes de impuesto, en el caso de Dulce Pecado para el año 1 equivale a 5,83%, para el año 2 es de 16,36%, para el tercer año corresponde a 19,13%, en el año 4 es de 21,28% y en el año 5 de 21,36. Si se compra este análisis con el análisis del estado de resultados sin financiación se puede observar un descenso en los porcentajes de los primeros 3 años debido a la duración del préstamo bancario que se realiza para iniciar operaciones comerciales.

La utilidad neta después de impuestos, en la empresa equivale al 3,91% para el año 1, para el segundo año es de 10,96%, en el tercer año es de 12,81%, en el cuarto año es de 14,26% y para el último año es de 14,31%.

Finalmente la utilidad del ejercicio nos indica que tanto porcentaje se ha obtenido como ganancia después de cancelar todas las obligaciones o pasivos, para el caso de Dulce pecado la utilidad del ejercicio del primer año equivale a 3,52%, en el segundo año es igual al 9,86%, para el año 3 es de 11,53%, para el año 4 de 12,83% y finalmente para el año 5 es de 12,88%.

Cuadro 107. Análisis vertical estado de resultados con financiación

	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
INGRESOS										
VENTAS	122.760.000	100,00%	129.540.956	100,00%	138.521.771	100,00%	142.859.358	100,00%	146.848.606	100,00%
(-) COSTOS MERCANCIA VENDIDA	56.958.491	46,40%	61.961.972	47,83%	66.257.672	47,83%	68.332.425	47,83%	70.240.560	47,83%
UTILIDAD BRUTA	**65.801.509**	**53,60%**	**67.578.983**	**52,17%**	**72.264.099**	**52,17%**	**74.526.933**	**52,17%**	**76.608.046**	**52,17%**
EGRESOS										
Nomina administracion	24.210.196	19,72%	24.924.397	19,24%	25.627.265	18,50%	26.319.201	18,42%	27.029.820	18,41%
Gastos de administracion	12.736.770	10,38%	13.112.504	10,12%	13.482.277	9,73%	13.846.298	9,69%	14.220.148	9,68%
Gastos de ventas	689.801	0,56%	710.150	0,55%	730.176	0,53%	749.891	0,52%	770.138	0,52%
Gastos depresicion	4.354.433	3,55%	4.354.433	3,36%	4.354.433	3,14%	2.743.800	1,92%	2.743.800	1,87%
Gastos diferidos	12.030.402	9,80%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	405.108	0,33%	427.485	0,33%	457.122	0,33%	471.436	0,33%	484.600	0,33%
TOTAL EGRESOS	54.426.710	44,34%	43.528.970	33,60%	44.651.273	32,23%	44.130.627	30,89%	45.248.507	30,81%
UTILIDAD OPERACIONAL	**11.374.798**	**9,27%**	**24.050.013**	**18,57%**	**27.612.825**	**19,93%**	**30.396.307**	**21,28%**	**31.359.539**	**21,36%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros prestamo	4.212.093	3,43%	2.860.175	2,21%	1.119.714	0,81%		0,00%		0,00%
Gastos financieros leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**4.212.093**	**3,43%**	**2.860.175**	**2,21%**	**1.119.714**	**0,81%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**7.162.705**	5,83%	**21.189.838**	16,36%	**26.493.111**	19,13%	**30.396.307**	21,28%	**31.359.539**	21,36%
Impuesto de renta	1.790.676	1,46%	5.297.460	4,09%	6.623.278	4,78%	7.599.077	5,32%	7.839.885	5,34%
CREE	573.016	0,47%	1.695.187	1,31%	2.119.449	1,53%	2.431.705	1,70%	2.508.763	1,71%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**4.799.012**	**3,91%**	**14.197.192**	**10,96%**	**17.750.384**	**12,81%**	**20.365.526**	**14,26%**	**21.010.891**	**14,31%**
Resesrva legal	479.901	0,39%	1.419.719	1,10%	1.775.038	1,28%	2.036.553	1,43%	2.101.089	1,43%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**4.319.111**	**3,52%**	**12.777.473**	**9,86%**	**15.975.346**	**11,53%**	**18.328.973**	**12,83%**	**18.909.802**	**12,88%**

Fuente: Elaboración propia

5.26 ANALISIS HORIZONTAL

5.26.1 Análisis horizontal del balance general proyecta sin financiación:

Un análisis horizontal evalúa los cambios anuales de cada cuenta del balance general proyectado sin financiación, este permite observar los cambios absolutos y relativos.

En el caso de Dulce Pecado se analizarán tres componentes principales: los activos, los pasivos y el patrimonio.

En el caso del activo total de la empresa año tras año tanto la variación absoluta como la variación relativa son crecientes, esto indica que después del primer año la empresa aumentó sus activos totales.

Para el caso de los pasivos en el balance inicial no se tienen obligaciones de ningún tipo, para el año 2 los pasivos totales equivalen a los pasivos corrientes los cuales se incrementan año tras año debido a los aumentos porcentuales relacionados con impuestos y prestaciones sociales de ley.

Ahora bien, el patrimonio también aumenta a medida que pasan los primeros 5 años; estos cambios absolutos y relativos pueden observarse con mayor detalle en el cuadro No.108.

Cuadro 108. Análisis horizontal del balance general proyecta sin financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja bancos	6.531.067	37.990.842	31.459.774,56	481,69%	62.803.312	24.812.470,69	65,31%	87.031.589	24.228.276,82	38,58%	111.179.005	24.147.415,88	27,75%	135.366.590	24.187.584,91	21,76%
Cuentas por cobrar	0	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
Inventario	0	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**	**37.990.842**	**31.459.774,56**	**481,69%**	**62.803.312**	**24.812.470,69**	**65,31%**	**87.031.589**	**24.228.276,82**	**38,58%**	**111.179.005**	**24.147.415,88**	**27,75%**	**135.366.590**	**24.187.584,91**	**21,76%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200	2.702.200	0,00	0,00%	2.702.200	0,00	0,00%	2.702.200	0,00	0,00%	2.702.200	0,00	0,00%	2.702.200	0,00	0,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700	2.129.700	0,00	0,00%	2.129.700	0,00	0,00%	2.129.700	0,00	0,00%	2.129.700	0,00	0,00%	2.129.700	0,00	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000	13.719.000	0,00	0,00%	13.719.000	0,00	0,00%	13.719.000	0,00	0,00%	13.719.000	0,00	0,00%	13.719.000	0,00	0,00%
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0	4.354.433	4.354.433,33		8.708.867	4.354.433,33	100,00%	13.063.300	4.354.433,33	50,00%	15.807.100	2.743.800,00	21,00%	18.550.900	2.743.800,00	17,36%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**	**14.196.467**	**(4.354.433,33)**	**(23,47%)**	**9.842.033**	**(4.354.433,33)**	**(30,67%)**	**5.487.600**	**(4.354.433,33)**	**(44,24%)**	**2.743.800**	**(2.743.800,00)**	**(50,00%)**	**0**	**(2.743.800,00)**	**(100,00%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	12.030.402	0	(12.030.401,96)	(100,00%)	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**	**0**	**(12.030.401,96)**	**(100,00%)**	**0**	**0,00**		**0**	**0,00**		**0**	**0,00**		**0**	**0,00**	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**	**14.196.467**	**(16.384.835,30)**	**(53,58%)**	**9.842.033**	**(4.354.433,33)**	**(30,67%)**	**5.487.600**	**(4.354.433,33)**	**(44,24%)**	**2.743.800**	**(2.743.800,00)**	**(50,00%)**	**0**	**(2.743.800,00)**	**(100,00%)**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**	**52.187.308**	**15.074.939,27**	**40,62%**	**72.645.346**	**20.458.037,35**	**39,20%**	**92.519.189**	**19.873.843,49**	**27,36%**	**113.922.805**	**21.403.615,88**	**23,13%**	**135.366.590**	**21.443.784,91**	**18,82%**
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
Cuentas por pagar	0	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
Cesantias por pagar	0	1.480.502	1.480.501,59		1.524.176	43.674,80	2,95%	1.567.158	42.981,77	2,82%	1.609.471	42.313,27	2,70%	1.652.927	43.455,73	2,70%
Intereses cesantias por pagar	0	177.731	177.731,28		182.974	5.243,07	2,95%	188.134	5.159,88	2,82%	193.214	5.079,62	2,70%	198.431	5.216,77	2,70%
Impuesto de renta por pagar	0	2.843.700	2.843.699,60		6.012.503	3.168.803,67	111,43%	6.903.206	890.703,05	14,81%	7.599.077	695.870,38	10,08%	7.839.885	240.808,09	3,17%
CREE por pagar	0	909.984	909.983,87		1.924.001	1.014.017,17	111,43%	2.209.026	285.024,98	14,81%	2.431.705	222.678,52	10,08%	2.508.763	77.058,59	3,17%
INC por pagar	0	1.636.800	1.636.800,00		1.727.213	90.412,74	5,52%	1.846.957	119.744,20	6,93%	1.904.791	57.834,50	3,13%	1.957.981	53.189,97	2,79%
ICA por pagar	0	405.108	405.108,00		427.485	22.377,15	5,52%	457.122	29.636,69	6,93%	471.436	14.314,04	3,13%	484.600	13.164,52	2,79%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**7.453.824**	**7.453.824,35**		**11.798.353**	**4.344.528,60**	**58,29%**	**13.171.604**	**1.373.250,57**	**11,64%**	**14.209.694**	**1.038.090,34**	**7,88%**	**14.642.588**	**432.893,67**	**3,05%**
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones financieras	0	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
leasing financiero	0	0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00		0	0,00	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0,00**		**0**	**0,00**		**0**	**0,00**		**0**	**0,00**		**0**	**0,00**	
TOTAL PASIVOS	**0**	**7.453.824**	**7.453.824,35**		**11.798.353**	**4.344.528,60**	**58,29%**	**13.171.604**	**1.373.250,57**	**11,64%**	**14.209.694**	**1.038.090,34**	**7,88%**	**14.642.588**	**432.893,67**	**3,05%**
PATRIMONIO																
Capital social	37.112.369	37.112.369	0,00	0,00%	37.112.369	0,00	0,00%	37.112.369	0,00	0,00%	37.112.369	0,00	0,00%	37.112.369	0,00	0,00%
Utilidad acumulada	0	6.859.003	6.859.003,43		21.361.161	14.502.157,88	211,43%	38.011.695	16.650.533,63	77,95%	56.340.668	18.328.972,99	48,22%	75.250.470	18.909.802,11	33,56%
Reserva legal acumulada	0	762.111	762.111,49		2.373.462	1.611.350,88	211,43%	4.223.522	1.850.059,29	77,95%	6.260.074	2.036.552,55	48,22%	8.361.163	2.101.089,12	33,56%
TOTAL PATRIMONIO	**37.112.369**	**44.733.484**	**7.621.114,92**	**20,54%**	**60.846.993**	**16.113.508,75**	**36,02%**	**79.347.586**	**18.500.592,92**	**30,41%**	**99.713.111**	**20.365.525,54**	**25,67%**	**120.724.003**	**21.010.891,24**	**21,07%**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**	**52.187.308**	**15.074.939,27**	**40,62%**	**72.645.346**	**20.458.037,35**	**39,20%**	**92.519.189**	**19.873.843,49**	**27,36%**	**113.922.805**	**21.403.615,88**	**23,13%**	**135.366.590**	**21.443.784,91**	**18,82%**
	0	0			0			0			0			0		

Fuente: Elaboración propia

5.26.2 Análisis horizontal del balance general proyecta con financiación:

Este análisis evalúa los cambios absolutos y relativos contenidos año tras año en el balance general proyectado con financiación lo que permite analizar el estado de cada cuenta y verificar la eficiencia de la empresa.

En primera instancia se analizarán los activos, estos también tienen incrementos absolutos y relativos aunque en menor proporción si se compara con el balance general proyectado sin financiación.

En cuanto a los pasivos de la empresa en el balance inicial se tiene el valor de $18’556.185 por concepto de obligaciones financieras, para el año 1 el valor absoluto y relativo de incrementan por causa de los pasivos corrientes, a medida que pasan los siguientes 4 años estos porcentajes disminuyen debido al pago anual de cuotas del préstamo, lo que indica que la empresa responde financieramente por sus obligaciones.

En el patrimonio también se registran aumentos absolutos y relativos pero al igual que en el caso de los activos totales el incremento es mucho menor que en el balance general proyectado sin financiación. Para observar con detalle estas variaciones se puede remitir al cuadro No.109.

Cuadro 109. Análisis horizontal del balance general proyecta con financiación

ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja bancos	6.531.067	29.074.786	22.543.719	345,18%	46.361.192	17.286.406	59,45%	62.617.271	16.256.079	35,06%	87.134.192	24.516.922	39,15%	111.321.777	24.187.585	27,76%
Cuentas por cobrar	0	0	0		0	0		0	0		0	0		0	0	
Inventario	0	0	0		0	0		0	0		0	0		0	0	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**6.531.067**	**29.074.786**	**22.543.719**	**345,18%**	**46.361.192**	**17.286.406**	**59,45%**	**62.617.271**	**16.256.079**	**35,06%**	**87.134.192**	**24.516.922**	**39,15%**	**111.321.777**	**24.187.585**	**27,76%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	2.702.200	2.702.200	0	0,00%	2.702.200	0	0,00%	2.702.200	0	0,00%	2.702.200	0	0,00%	2.702.200	0	0,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.129.700	2.129.700	0	0,00%	2.129.700	0	0,00%	2.129.700	0	0,00%	2.129.700	0	0,00%	2.129.700	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.719.000	13.719.000	0	0,00%	13.719.000	0	0,00%	13.719.000	0	0,00%	13.719.000	0	0,00%	13.719.000	0	0,00%
DEPRESIACION ACUMULADA (-)	0	4.354.433	4.354.433		8.708.867	4.354.433	100,00%	13.063.300	4.354.433	50,00%	15.807.100	2.743.800	21,00%	18.550.900	2.743.800	17,36%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**18.550.900**	**14.196.467**	**(4.354.433)**	**(23,47%)**	**9.842.033**	**(4.354.433)**	**(30,67%)**	**5.487.600**	**(4.354.433)**	**(44,24%)**	**2.743.800**	**(2.743.800)**	**(50,00%)**	**0**	**(2.743.800)**	**(100,00%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	12.030.402	0	(12.030.402)	(100,00%)	0	0		0	0		0	0		0	0	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**12.030.402**	**0**	**(12.030.402)**	**(100,00%)**	**0**	**0**		**0**	**0**		**0**	**0**		**0**	**0**	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**30.581.302**	**14.196.467**	**(16.384.835)**	**(53,58%)**	**9.842.033**	**(4.354.433)**	**(30,67%)**	**5.487.600**	**(4.354.433)**	**(44,24%)**	**2.743.800**	**(2.743.800)**	**(50,00%)**	**0**	**(2.743.800)**	**(100,00%)**
TOTAL ACTIVOS	**37.112.369**	**43.271.253**	**6.158.884**	**16,60%**	**56.203.225**	**12.931.972**	**29,89%**	**68.104.871**	**11.901.645**	**21,18%**	**89.877.992**	**21.773.122**	**31,97%**	**111.321.777**	**21.443.785**	**23,86%**
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
Cuentas por pagar	0	0	0		0	0		0	0		0	0		0	0	
Cesantias por pagar	0	1.480.502	1.480.502		1.524.176	43.675	2,95%	1.567.158	42.982	2,82%	1.609.471	42.313	2,70%	1.652.927	43.456	2,70%
Intereses cesantias por pagar	0	177.731	177.731		182.974	5.243	2,95%	188.134	5.160	2,82%	193.214	5.080	2,70%	198.431	5.217	2,70%
Impuesto de renta por pagar	0	1.790.676	1.790.676		5.297.460	3.506.783	195,84%	6.623.278	1.325.818	25,03%	7.599.077	975.799	14,73%	7.839.885	240.808	3,17%
CREE por pagar	0	573.016	573.016		1.695.187	1.122.171	195,84%	2.119.449	424.262	25,03%	2.431.705	312.256	14,73%	2.508.763	77.059	3,17%
INC por pagar	0	1.636.800	1.636.800		1.727.213	90.413	5,52%	1.846.957	119.744	6,93%	1.904.791	57.835	3,13%	1.957.981	53.190	2,79%
ICA por pagar	0	405.108	405.108		427.485	22.377	5,52%	457.122	29.637	6,93%	471.436	14.314	3,13%	484.600	13.165	2,79%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**6.063.834**	**6.063.834**		**10.854.495**	**4.790.662**	**79,00%**	**12.802.098**	**1.947.602**	**17,94%**	**14.209.694**	**1.407.596**	**11,00%**	**14.642.588**	**432.894**	**3,05%**
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones financieras	18.556.185	13.852.222	(4.703.962)	(25,35%)	7.796.341	(6.055.881)	(43,72%)	0	(7.796.341)	(100,00%)		0			0	
leasing financiero	0	0	0		0	0		0	0		0	0		0	0	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**18.556.185**	**13.852.222**	**(4.703.962)**	**(25,35%)**	**7.796.341**	**(6.055.881)**	**(43,72%)**	**0**	**(7.796.341)**	**(100,00%)**	**0**	**0**		**0**	**0**	
TOTAL PASIVOS	**18.556.185**	**19.916.056**	**1.359.871**	**7,33%**	**18.650.837**	**(1.265.219)**	**(6,35%)**	**12.802.098**	**(5.848.739)**	**(31,36%)**	**14.209.694**	**1.407.596**	**11,00%**	**14.642.588**	**432.894**	**3,05%**
PATRIMONIO																
Capital social	18.556.185	18.556.185	0	0,00%	18.556.185	0	0,00%	18.556.185	0	0,00%	18.556.185	0	0,00%	18.556.185	0	0,00%
Utilidad acumulada	0	4.319.111	4.319.111		17.096.584	12.777.473	295,84%	33.071.929	15.975.346	93,44%	51.400.902	18.328.973	55,42%	70.310.705	18.909.802	36,79%
Reserva legal acumulada	0	479.901	479.901		1.899.620	1.419.719	295,84%	3.674.659	1.775.038	93,44%	5.711.211	2.036.553	55,42%	7.812.301	2.101.089	36,79%
TOTAL PATRIMONIO	**18.556.185**	**23.355.197**	**4.799.012**	**25,86%**	**37.552.389**	**14.197.192**	**60,79%**	**55.302.773**	**17.750.384**	**47,27%**	**75.668.298**	**20.365.526**	**36,83%**	**96.679.190**	**21.010.891**	**27,77%**
PASIVO + PATRIMONIO	**37.112.369**	**43.271.253**	**6.158.884**	**16,60%**	**56.203.225**	**12.931.972**	**29,89%**	**68.104.871**	**11.901.645**	**21,18%**	**89.877.992**	**21.773.122**	**31,97%**	**111.321.777**	**21.443.785**	**23,86%**
	0	0			0			0			0			0		

Fuentes: Elaboración propia

5.26.3 Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación:

Dentro de este análisis se evalúa el comportamiento de cada tipo de utilidad dentro del estado de resultados sin financiación.

La utilidad bruta durante los 5 primeros años proyectados varía en muy pocos puntos porcentuales pero de manera positiva, esto quiere decir que a medida que aumentan las ventas aumentan en igual proporción los costos de mercancía vendida, manteniendo estabilidad en la empresa.

La utilidad operacional de igual manera presenta aumentos absolutos y relativos positivos para todos los años como se muestra en el cuadro No.110.

Finalmente la utilidad operacional posee inicialmente aumentos positivos absolutos y relativos muy amplios en el primer año y variaciones considerables desde el año 2 al año 5 que permiten que la empresa continúe con sus operaciones.

Cuadro 110. Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación

	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS													
VENTAS	122.760.000	129.540.956	6.780.956	5,52%	138.521.771	8.980.815	6,93%	142.859.358	4.337.588	3,13%	146.848.606	3.989.248	2,79%
(-) COSTOS MERCANCIA VENDIDA	56.958.491	61.961.972	5.003.481	8,78%	66.257.672	4.295.700	6,93%	68.332.425	2.074.753	3,13%	70.240.560	1.908.135	2,79%
UTILIDAD BRUTA	**65.801.509**	**67.578.983**	**1.777.474**	**2,70%**	**72.264.099**	**4.685.116**	**6,93%**	**74.526.933**	**2.262.835**	**3,13%**	**76.608.046**	**2.081.112**	**2,79%**
EGRESOS													
Nomina administracion	24.210.196	24.924.397	714.201	2,95%	25.627.265	702.868	2,82%	26.319.201	691.936	2,70%	27.029.820	710.618	2,70%
Gastos de administracion	12.736.770	13.112.504	375.735	2,95%	13.482.277	369.773	2,82%	13.846.298	364.021	2,70%	14.220.148	373.850	2,70%
Gastos de ventas	689.801	710.150	20.349	2,95%	730.176	20.026	2,82%	749.891	19.715	2,70%	770.138	20.247	2,70%
Gastos depresicion	4.354.433	4.354.433	0	0,00%	4.354.433	0	0,00%	2.743.800	(1.610.633)	(36,99%)	2.743.800	0	0,00%
Gastos diferidos	12.030.402	0	(12.030.402)	(100,00%)	0	0		0	0		0	0	
ICA	405.108	427.485	22.377	5,52%	457.122	29.637	6,93%	471.436	14.314	3,13%	484.600	13.165	2,79%
TOTAL EGRESOS	54.426.710	43.528.970	(10.897.740)	(20,02%)	44.651.273	1.122.304	2,58%	44.130.627	(520.647)	(1,17%)	45.248.507	1.117.880	2,53%
UTILIDAD OPERACIONAL	**11.374.798**	**24.050.013**	**12.675.215**	**111,43%**	**27.612.825**	**3.562.812**	**14,81%**	**30.396.307**	**2.783.482**	**10,08%**	**31.359.539**	**963.232**	**3,17%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros prestamo	0		0			0			0			0	
Gastos financieros leasing	0		0			0			0			0	
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**		**0**	**0**		**0**	**0**		**0**	**0**	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**11.374.798**	**24.050.013**	12.675.215	111,43%	**27.612.825**	3.562.812	14,81%	**30.396.307**	2.783.482	10,08%	**31.359.539**	963.232	3,17%
Impuesto de renta	2.843.700	6.012.503	3.168.804	111,43%	6.903.206	890.703	14,81%	7.599.077	695.870	10,08%	7.839.885	240.808	3,17%
CREE	909.984	1.924.001	1.014.017	111,43%	2.209.026	285.025	14,81%	2.431.705	222.679	10,08%	2.508.763	77.059	3,17%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**7.621.115**	**16.113.509**	**8.492.394**	**111,43%**	**18.500.593**	**2.387.084**	**14,81%**	**20.365.526**	**1.864.933**	**10,08%**	**21.010.891**	**645.366**	**3,17%**
Resesrva legal	762.111	1.611.351	849.239	111,43%	1.850.059	238.708	14,81%	2.036.553	186.493	10,08%	2.101.089	64.537	3,17%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**6.859.003**	**14.502.158**	**7.643.154**	**111,43%**	**16.650.534**	**2.148.376**	**14,81%**	**18.328.973**	**1.678.439**	**10,08%**	**18.909.802**	**580.829**	**3,17%**

Fuente: Elaboración propia

5.26.4 Análisis horizontal del estado de resultados con financiación:

Dentro de este análisis se evalúa el comportamiento de cada tipo de utilidad dentro del estado de resultados con financiación.

La utilidad bruta durante los 5 primeros años proyectados varía muy pocos puntos de manera positiva, a pesar de esta pequeña variación la empresa puede cubrir los costos de materia prima manteniendo estabilidad en la empresa.

La utilidad operacional también presenta aumentos absolutos y relativos positivos para todos los años proyectados.

Finalmente la utilidad operacional posee inicialmente aumentos positivos absolutos y relativos muy amplios en el primer año y variaciones considerables desde el año 2 al año 5, la diferencia se encuentra en los valores absolutos y relativos debido a que aquí se cuenta con un préstamo bancario si se compara con el estado de resultados sin financiación donde estos márgenes son mucho más amplios.

Cuadro 111. Análisis horizontal del estado de resultados con financiación

	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS													
VENTAS	122.760.000	129.540.956	6.780.956	5,52%	138.521.771	8.980.815	6,93%	142.859.358	4.337.588	3,13%	146.848.606	3.989.248	2,79%
(-) COSTOS MERCANCIA VENDIDA	56.958.491	61.961.972	5.003.481	8,78%	66.257.672	4.295.700	6,93%	68.332.425	2.074.753	3,13%	70.240.560	1.908.135	2,79%
UTILIDAD BRUTA	**65.801.509**	**67.578.983**	**1.777.474**	**2,70%**	**72.264.099**	**4.685.116**	**6,93%**	**74.526.933**	**2.262.835**	**3,13%**	**76.608.046**	**2.081.112**	**2,79%**
EGRESOS													
Nomina administracion	24.210.196	24.924.397	714.201	2,95%	25.627.265	702.868	2,82%	26.319.201	691.936	2,70%	27.029.820	710.618	2,70%
Gastos de administracion	12.736.770	13.112.504	375.735	2,95%	13.482.277	369.773	2,82%	13.846.298	364.021	2,70%	14.220.148	373.850	2,70%
Gastos de ventas	689.801	710.150	20.349	2,95%	730.176	20.026	2,82%	749.891	19.715	2,70%	770.138	20.247	2,70%
Gastos depresicion	4.354.433	4.354.433	0	0,00%	4.354.433	0	0,00%	2.743.800	(1.610.633)	(36,99%)	2.743.800	0	0,00%
Gastos diferidos	12.030.402	0	(12.030.402)	(100,00%)	0	0		0	0		0	0	
ICA	405.108	427.485	22.377	5,52%	457.122	29.637	6,93%	471.436	14.314	3,13%	484.600	13.165	2,79%
TOTAL EGRESOS	54.426.710	43.528.970	(10.897.740)	(20,02%)	44.651.273	1.122.304	2,58%	44.130.627	(520.647)	(1,17%)	45.248.507	1.117.880	2,53%
UTILIDAD OPERACIONAL	**11.374.798**	**24.050.013**	**12.675.215**	**111,43%**	**27.612.825**	**3.562.812**	**14,81%**	**30.396.307**	**2.783.482**	**10,08%**	**31.359.539**	**963.232**	**3,17%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros prestamo	4.212.093	2.860.175	(1.351.919)	(32,10%)	1.119.714	(1.740.460)	(60,85%)		(1.119.714)	(100,00%)		0	
Gastos financieros leasing	0		0			0			0			0	
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**4.212.093**	**2.860.175**	**(1.351.919)**	**(32,10%)**	**1.119.714**	**(1.740.460)**	**(60,85%)**	**0**	**(1.119.714)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**7.162.705**	**21.189.838**	14.027.133	195,84%	**26.493.111**	5.303.272	25,03%	**30.396.307**	3.903.196	14,73%	**31.359.539**	963.232	3,17%
Impuesto de renta	1.790.676	5.297.460	3.506.783	195,84%	6.623.278	1.325.818	25,03%	7.599.077	975.799	14,73%	7.839.885	240.808	**3,17%**
CREE	573.016	1.695.187	1.122.171	195,84%	2.119.449	424.262	25,03%	2.431.705	312.256	14,73%	2.508.763	77.059	3,17%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**4.799.012**	**14.197.192**	**9.398.179**	**195,84%**	**17.750.384**	**3.553.193**	**25,03%**	**20.365.526**	**2.615.141**	**14,73%**	**21.010.891**	**645.366**	**3,17%**
Resesrva legal	479.901	1.419.719	939.818	195,84%	1.775.038	355.319	25,03%	2.036.553	261.514	14,73%	2.101.089	64.537	3,17%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**4.319.111**	**12.777.473**	**8.458.361**	**195,84%**	**15.975.346**	**3.197.873**	**25,03%**	**18.328.973**	**2.353.627**	**14,73%**	**18.909.802**	**580.829**	**3,17%**

Fuente: Elaboración propia

5.27 RAZONES FINANCIERAS

5.27.1 Razones financieras de los estados financieros sin financiación:

5.27.1.1 Capital de trabajo:

Después de que Dulce pecado cancele todas sus obligaciones representadas en los pasivos cuenta con capital de trabajo suficiente para seguir operando. En el año 1 el capital de trabajo es de $30’537.017, en el año 2 es de $51’004.960, para el año 3 el capital de trabajo es $73’859.986, para el año 4 asciende a $96’969.311 y para el año 5 es de $120’724.003.

5.27.1.2 Razón corriente:

Dulce pecado cuenta cada año con dinero suficiente para pagar sus obligaciones a corto plazo, por cada peso de deuda u obligación la empresa cuenta en el primer año con 5,10 pesos para pagar, en el año 2 cuenta con 5,32 pesos, para el año 3 la empresa tiene 6,61 pesos por cada peso de deuda, para el año 4 tiene 7,82 pesos y para el año 5 cuenta con 9,24 pesos.

5.27.1.3 Endeudamiento:

El análisis de esta razón financiera muestra que tanto porcentaje del activo se encuentra financiado. Para el caso de Dulce Pecado en el primer año el endeudamiento asciende al 14,28%, para el año 2 equivale al 16,24%, en el año 3 es de 14,24%, en el año 4 es de 12,47% y para el año 5 asciende a 10,82%.

5.27.1.4 Apalancamiento:

El análisis de este indicador muestra que porcentaje fue financiado por terceros. En el año 1 fue de 16,66%, en el años 2 fue 19,39%, en el año 3 de 16,60%, en el año 4 de 14,25% y en el año 5 fue 12,13%.

5.27.1.5 Rendimiento sobre activos:

Aquí se muestra que porcentaje de la utilidad neta corresponde a los activos totales de Dulce Pecado, para el año 1 es de 14,60%, para el año 2 es 22,18%, en el año 3 20,00%, en el año 4 es 17,88% y para el año 5 15,52%.

5.27.1.6 Rendimiento sobre patrimonio:

Mide cual es el porcentaje de rentabilidad para los socios, para el año 1 fue de 17,04%, para el año 2 se obtuvo 26,48% de rentabilidad, para el año 3 23,32%, para el año 4 se obtuvo 20,42% y para el año 5 17,40%.

5.27.1.7 Margen bruto:

Este indicador permite mostrar a manera de porcentaje que tanto dinero queda después de cancelar los costos de mercancía vendida; para el año 1 es 53,60%, para el año 2 es 52,17%, para el año 3 es 52,17%, para el año 4 asciende a 52,17% y para el año 5 es de 52,17%.

5.27.1.8 Margen operacional:

Este indicador permite medir las utilidades antes del pago de los impuestos y las obligaciones financieras lo que puede indicar si se cuenta con suficiente dinero para cubrirlas. Para el año 1 el porcentaje de utilidad operacional es de 9,27%, para el año 2 es 18,57%, para el año 3 es 19,93%, para el año 4 es 21,28% y para el año 5 es de 21,36%.

5.27.1.9 Margen neto:

Este permite conocer qué porcentaje queda finalmente de ganancia para los socios después de pagar todas las obligaciones, en el año 1 la utilidad neta corresponde a 6,21%, para el año 2 es 12,44%, en el año 3 es 13,36%, para el año 4 corresponde a 14,26% y para el año 5 es 14,31%.

Cuadro 112. Razones financieras de los estados financieros sin financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de trabajo	30.537.017	51.004.960	73.859.986	96.969.311	120.724.003
Razon corriente	5,10	5,32	6,61	7,82	9,24
Endeudamiento	14,28%	16,24%	14,24%	12,47%	10,82%
Apalancamiento	16,66%	19,39%	16,60%	14,25%	12,13%
Rendimiento sobre activos	14,60%	22,18%	20,00%	17,88%	15,52%
Rendimiento sobre patrimonio	17,04%	26,48%	23,32%	20,42%	17,40%
Margen bruto	53,60%	52,17%	52,17%	52,17%	52,17%
Margen operacional	9,27%	18,57%	19,93%	21,28%	21,36%
Margen neto	6,21%	12,44%	13,36%	14,26%	14,31%

Fuente: Elaboración propia

5.27.2 Razones financieras de los estados financieros con financiación

5.27.2.1 Capital de trabajo:

Después de que Dulce pecado cancele todas sus obligaciones representadas en los pasivos corrientes y no corrientes cuenta con capital de trabajo suficiente para seguir operando. En el año 1 el capital de trabajo es de $23.010.953, en el año 2 es de $35.506.697, para el año 3 el capital de trabajo es $49.815.173, para el año 4 asciende a $72.924.498 y para el año 5 es de $96.679.190.

5.27.2.2 Razón corriente:

Dulce pecado cuenta cada año con dinero suficiente para pagar sus obligaciones a corto plazo y a largo plazo, por cada peso de deuda u obligación la empresa cuenta en el primer año con 4,79 pesos para pagar, en el año 2 cuenta con 4,27 pesos, para el año 3 la empresa tiene 4,89 pesos por cada peso de deuda, para el año 4 tiene 6,13 pesos y para el año 5 cuenta con 7,60 pesos.

5.27.2.3 Endeudamiento:

El análisis de esta razón financiera muestra que tanto porcentaje del activo se encuentra financiado, debido a que en este caso la empresa tiene un préstamo bancario, al porcentaje aumenta sustancialmente con relación al anterior análisis presentado. Para el caso de Dulce Pecado en el primer año el endeudamiento

asciende al 46,03%, para el año 2 equivale al 33,18% en el año 3 es de 18,80%, en el año 4 es de 15,81% y para el año 5 asciende a 13,15%.

5.27.2.4 Apalancamiento

El análisis de este indicador muestra que porcentaje fue financiado por terceros. En el año 1 fue de 85,27%, en el años 2 fue 49,67%, en el año 3 de 23,15%, en el año 4 de 18,78% y en el año 5 fue 15,15%.

5.27.2.5 Rendimiento sobre activos:

Aquí se muestra que porcentaje de la utilidad neta corresponde a los activos totales de Dulce Pecado, para el año 1 es de 11,09%, para el año 2 es 25,26%, en el año 3 26,06%, en el año 4 es 22,66% y para el año 5 18,87%.

5.27.2.6 Rendimiento sobre patrimonio:

Mide cual es el porcentaje de rentabilidad para los socios, para el año 1 fue de 20,55%, para el año 2 se obtuvo 37,81% de rentabilidad, para el año 3 32,10%, para el año 4 se obtuvo 26,91% y para el año 5 21,73%.

5.27.2.7 Margen bruto:

Este indicador permite mostrar a manera de porcentaje que tanto dinero queda después de cancelar los costos de mercancía vendida; para el año 1 es 53,60%, para el año 2 es 52,17%, para el año 3 es 52,17%, para el año 4 asciende a 52,17% y para el año 5 es de 52,17%.

5.27.2.8 Margen operacional:

Este indicador permite medir las utilidades antes del pago de los impuestos y las obligaciones financieras lo que puede indicar si se cuenta con suficiente dinero para cubrirlas. Para el año 1 el porcentaje de utilidad operacional es de 9,27%, para el año 2 es 18,57%, para el año 3 es 19,93%, para el año 4 es 21,28% y para el año 5 es de 21,36%.

5.27.2.9 Margen neto:

Este permite conocer qué porcentaje queda finalmente de ganancia para los socios después de pagar todas las obligaciones, en el año 1 la utilidad neta corresponde a 3,91%, para el año 2 es 10,96%, en el año 3 es 12,81%, para el año 4 corresponde a 14,26% y para el año 5 es 14,31%.

Cuadro 113. Razones financieras de los estados financieros con financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de trabajo	23.010.953	35.506.697	49.815.173	72.924.498	96.679.190
Razon corriente	4,79	4,27	4,89	6,13	7,60
Endeudamiento	46,03%	33,18%	18,80%	15,81%	13,15%
Apalancamiento	85,27%	49,67%	23,15%	18,78%	15,15%
Rendimiento sobre activos	11,09%	25,26%	26,06%	22,66%	18,87%
Rendimiento sobre patrimonio	20,55%	37,81%	32,10%	26,91%	21,73%
Margen bruto	53,60%	52,17%	52,17%	52,17%	52,17%
Margen operacional	9,27%	18,57%	19,93%	21,28%	21,36%
Margen neto	3,91%	10,96%	12,81%	14,26%	14,31%

Fuente: Elaboración propia

5.28 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquella cantidad de productos que se deben vender para responder por las obligaciones que posee la empresa, si la organización se encuentra en punto de equilibrio sus egresos e ingresos son iguales y por tanto su beneficio es cero.

A continuación en el cuadro No.114 se presenta el punto de equilibrio para Dulce Pecado en el estado de resultados con y sin financiación; se puede apreciar que el punto de equilibrio es mayor cuando existen obligaciones financieras ya que la empresa debe responder por ellas mediante la obtención de recursos monetarios por concepto de sus ventas.

Cuadro 114. Punto de equilibrio Estado de Resultados con y sin financiación

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO ERSF	1.043	991	977	975	1.007	972	984	991	987	975	997	991	11.891	13.376	13.644	13.826	13.838
PUNTO DE EQUILIBRIO ERCF	1.118	1.065	1.050	1.046	1.076	1.040	1.050	1.056	1.050	1.037	1.056	1.049	12.693	13.921	13.851	13.826	13.838

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 115. Margen de contribución

PRODUCTO	PORCETAJE	PRECIO	COSTO PROMEDIO	MARGEN UNITARIO
BAVAROISE	20%	6.500	2.983	703
MOUSSE	30%	6.000	2.919	924
PARFAIT	50%	7.000	3.170	1.915

Fuente: Elaboración propia

5.29 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Un análisis de sensibilidad permite evaluar el comportamiento de una empresa cuando se aumentan los costos, se disminuyen las ventas o los ingresos o cualquier otro escenario posible dentro de la economía; el correcto análisis de los porcentajes permite a la empresa tomar medidas antes o durante los momentos de crisis.

5.29.1 Análisis de sensibilidad del flujo de caja sin financiación:

Según el análisis del flujo de caja sin financiación, Dulce Pecado puede resistir un aumento de los egresos del 11,7% al año sin tener pérdidas puesto que el valor presente neto aun es positivo; si llegado el caso los egresos aumentan en un 11,8% la empresa entraría en crisis y comenzaría a tener pérdidas. Finalmente se puede deducir que la empresa en poco sensible a los incrementos de los egresos.

Cuadro 116. Análisis de sensibilidad del flujo de caja sin financiación

	FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION	
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS AL 11,7%
VPN ($)	41.603.820	309.925
TIR (%)	68,82%	20,52%
B/C (veces)	2,12	1,01

Fuente: Elaboración propia

5.29.2 Análisis de sensibilidad del flujo de caja con financiación:

Para el análisis del flujo de caja con financiación, Dulce Pecado puede resistir un aumento de los egresos del 12,1% al año sin tener pérdidas puesto que el valor presente neto aun es positivo; se puede deducir que la empresa en poco sensible a los incrementos de los egresos cuando se tienen préstamos bancarios que puedan solventar un poco el impacto del incremento de los egresos.

Cuadro 117. Análisis de sensibilidad del flujo de caja con financiación

	FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION	
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS AL 12,1%
VPN ($)	43.086.639	585.129
TIR (%)	108,10%	21,56%
B/C (veces)	3,32	1,03

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Mediante el desarrollo del estudio de mercado se logró identificar el mercado objetivo y la demanda potencial de los mousse, parfait y bavaroise, se identificó el tipo de competencia directa e indirecta y las características de los productos a los que se enfrenta Dulce Pecado. Finalmente fue posible la construcción de un plan de mercadeo donde se crearon estrategias de precio, venta, promoción, distribución como también las políticas de servicio de la organización que permiten.
- El estudio técnico operativo permitió identificar las necesidades de maquinaria, equipos, materiales e insumos que la empresa debe adquirir para el correcto y eficiente desarrollo de los procesos de producción de los mousse, parfait y bavaroise para diabéticos, se definieron las características de cada uno de los productos y las propiedades químicas que impiden poner en riesgo la salud de los cliente además de la identificación adecuada de la macrolocalización y microlocalización que beneficia en mayor grado a la empresa.
- El desarrollo del estudio organizacional y legal permitió crear la misión, visión, logo y eslogan, los valores y competencias corporativas de la empresa, permitió conocer las necesidades de personal operativo y administrativo que Dulce Pecado requiere para realizar las operaciones comerciales, además de la creación de los perfiles de puestos adecuados para el tipo de organización. También se desarrolló lo relacionado con las normas y leyes que debe cumplir la empresa para su funcionamiento.
- Por último el capítulo financiero permitió dar el resultado de la viabilidad financiera del proyecto, los resultados de los análisis de las herramientas utilizadas para obtener este resultado arrojaron que en el proyecto sin financiación la tasa interna de retorno (TIR) tiene un valor de 68,82%, el valor presente neto (VPN) es $41’603.820 y la relación beneficio-costo (B/C) 2,12 y que los resultados arrojados en el proyecto con financiación la tasa interna de retorno (TIR) tiene un valor de 108,10%, el valor presente neto (VPN) es

$43’086.639 y la relación beneficio-costo (B/C) 3,32, indicando que el proyecto es económicamente viable puesto que el valor presente neto es mayor a cero, la tasa interna de retorno es mayor al costo de oportunidad que para este caso es 20,07% y la relación beneficio-costo es mayor a 1.

- Luego de obtener los resultados de cada capítulo se llega a la última conclusión; el proyecto es viable desde todos los aspectos analizados puesto que ayuda a satisfacer las necesidades de los inversionistas y de los clientes potenciales planteados inicialmente.

BIBLIOGRAFIA

Aamodt, M. G. (2010). *Psicología Industrial/Organizacional* (6.ªed.). México D.F: Wadsworth Cengage Learning.

Acodrés. (2005). NTS - Establecimientos gastronómico-Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2005. Recuperado a partir de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=1395

Alcaldía de Santiago de Cali. (2014). Mapas y Planos de Santiago de Cali. Santiago de Cali. Recuperado a partir de http://www.cali.gov.co/publicaciones/mapas_y_planos_de_santiago_de_cali_pub

Alcaldía de Santiago de Cali. (2015). FAQ. Recuperado a partir de http://www.cali.gov.co/loader.php?lServicio=FAQ&lFuncion=viewPreguntas&id=26#a72

Amarillas Internet. (2015). SWEET LINE DIETETICOS CALI - Cali - AmarillasInternet. Recuperado a partir de http://www.amarillasinternet.com/sweetlinedieteticoscali/

Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos* (4.ªed.). México D.F: Mc. Graw Hill.

Bancolombia S.A. (2014). Créditos de consumo. Recuperado a partir de http://www.grupobancolombia.com/contenidoCentralizado/corporativo/tarifas/tasasFinanciacion.pdf

Barandica, A., Collazos, J. A., Sanabria, J. A., Escobar, J., & Riaño, N. (2014). Boletín Económico Regional. Banco de la Republica. Recuperado a partir de http://www.banrep.gov.co/es/ber-suroccidente-2014-1

Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Cali. (2015). Cobertura de estaciones de bomberos. Recuperado a partir de http://www.bomberoscali.org/index.php/estaciones-de-bomberos-en-cali

Bohlander, G., Sherman, A., & Snell, S. (2001). *Administración de recursos humanos* (12.ªed.). México D.F: Thomson.

Cámara de Comercio de Cali. (2015). Preguntas Frecuentes. Recuperado a partir de http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/preguntas-frecuentes

Cámara de comercio de Cali. (2015). Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS). Recuperado a partir de http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas

Cámara de Comercio de Cali. (2015). Tarifas 2015. Recuperado a partir de http://www.ccc.org.co/noticias/18451/tarifas-2015.html

Centro de Investigación de Endocrinología y Nutrición Clínica. (2010). Calculadora de Dietas. Recuperado a partir de http://www.ienva.org/CalcDieta/tu_menu.php#

Chiavenato, I. (1988). *Administración de Recursos Humanos*. México D.F: Mc. Graw Hill.

Chiavenato, I. (1989). *Introducción a la teoría general de la administración* (3.ªed.). México D.F: Mc. Graw Hill.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7.ªed.). México D.F: Mc. Graw Hill.

Citalsa. (2008). Citalsa productos. Recuperado a partir de http://www.citalsa.com/ciproducts/2/200#firstproduct

Código Sustantivo de Trabajo. (2008). Bogotá: Trébol.

Constitución política de Colombia. (1999). Bogotá: El Pensador Editores Ltda.

Cuerpo oficial de bomberos Bogotá. (2011). Concepto Técnico - Visitas de inspección. Recuperado a partir de http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/2368/76/

D'esplendidas. (2014). D'esplendidas dulces sin azúcar para diabéticos. Recuperado a partir de http://dulcessinazucar.wix.com/inicio

David, F. (2008). *Conceptos de administración estratégica* (11.ªed.). México D.F: Pearson Educación.

Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente [DAGMA]. (2006). Agenda Ambiental Santiago de Cali Por comunas Comuna 1. Autor. Recuperado a partir de https://consejoambiental.files.wordpress.com/2009/05/comuna-14.pdf

Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente [DAGMA]. (2006). Agenda Ambiental Santiago de Cali Por comunas Comuna 17. Autor. Recuperado a partir de https://consejoambiental.files.wordpress.com/2009/10/comuna-171.pdf

Departamento administrativo de Planeación Municipal. (s.f.). División político-administrativa del municipio de Santiago de Cali. Santiago de Cali. Recuperado a partir de http://www.cali.gov.co/publico2/mapas/divipoad.htm

Departamento Administrativo de Planeación. (2014). Cali en cifras 2013. Guido Escobar Morales. Recuperado a partir de http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2013.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2004). Clasificación Industrial Internacional Uniforme [CIIU].

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2014). Cuentas trimestrales - Colombia producto interno bruto primer trimestre de 2014.

Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2008). *Documento Conpes social - POLÍTICA NACIONAL DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL (PSAN)* (No. 113). Bogotá. Recuperado a partir de https://www.dnp.gov.co/CONPES/documentos-conpes/conpes-sociales/Paginas/conpes-sociales.aspx#Default={%22k%22:%22ConpesNumero:113%20OR%20Title:113%22}

Dinero. (2011). Uno de cada tres panaderos en el país tiene entre 25 y 34 años. Pub. *469*. Recuperado a partir de http://www.dinero.com/pais/articulo/uno-cada-tres-panaderos-pais-tiene-entre-25-34-anos/135412

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2012). RUT preguntas frecuentes. Recuperado a partir de http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html

El Congreso de Colombia. Ley de fomento a la cultura del emprendimiento, Pub. L. No. 1014 (2006). Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

El Congreso de Colombia. Ley por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, Pub. L. No. 590 (2000). Recuperado a partir de *www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2309*

El Congreso de Colombia. Ley por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014, Pub. L. No. 1450 (2011). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=43101

El Congreso de Colombia. Ley por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, Pub. L. No. 1258 (2008). Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

El Congreso de Colombia. Ley por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, Pub. L. No. 905 (2004). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501

El espectador. (2013). «Buscamos disminuir la informalidad del sector panificador». *El Espectador*. Colombia. Recuperado a partir de

http://www.elespectador.com/noticias/economia/buscamos-disminuir-informalidad-del-sector-panificador-articulo-444807

El país. (2011). Panaderías, un negocio que sigue expandiéndose en Colombia. Santiago de Cali. Recuperado a partir de http://www.elpais.com.co/elpais/economia/panaderias-negocio-sigue-expandiendose-en-colombia

El País. (2012). Diabetes, una enfermedad silenciosa que amarga la salud de muchos caleños. Santiago de Cali. Recuperado a partir de http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/diabetes-enfermedad-silenciosa-amarga-salud-muchos-calenos

El país. (2013). Más de 112 mil personas en el Valle del Cauca sufren de diabetes. Santiago de Cali. Recuperado a partir de http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/112-mil-personas-valle-cauca-sufren-diabetes

Empresas Municipales de Cali [EMCALI]. (s.f.). Misión y visión. Recuperado a partir de http://www.emcali.com.co/nuestra-emcali

Epson Corporation. (2010). Epson EcoTank L455. Recuperado a partir de http://global.latin.epson.com/Catalogo/Epson-EcoTank-L455/Especificaciones-Tecnicas

Federación Internacional de Diabetes [FID]. (2013). ATLAS de la DIABETES de la FID. Recuperado a partir de http://www.idf.org/sites/default/files/SP_6E_Atlas_Full.pdf

Fedesarrollo. (2014). Prospectiva Económica. La Imprenta Editores S.A. Recuperado a partir de http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2014/07/prospectiva-jul2014-capitulo-1.pdf

Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. México D.F: Pearson Educación.

Gómez, Fabio. (2015). Induucol.

Guía Local. (2015). restaurantes para diabéticos en Cali, Valle del Cauca, Colombia - Guía Local. Recuperado a partir de http://guialocal.com.co/search/restaurantes%20para%20diabeticos/cali

Homecenter. (2012). Comedor + 4 sillas blanco Home Collection. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221928/Comedor-+-4-sillas-blanco

Homecenter. (2012). Escritorio con archivador Maderkit. Recuperado a partir de www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/208073/Escritorio-con-archivador

Homecenter. (2012). Extintor multipropósito 20 libras abc Araní. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/165536/Extintor-multiproposito-20-libras-abc

Homecenter. (2012). Kit DVR IP 8 Cámaras HDMI + Cámara IP. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/267699/Kit-DVR-IP-8-Camaras-HDMI-+-Camara-IP#

Homecenter. (2012). Locker 6 puestos vertical gris nube. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215196/Locker-6-puestos-vertical-gris-nube

Homecenter. (2012). Silla profesional gris. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/60866/Silla-profesional-gris

Homecenter. (2012). Teléfono alámbrico básico negro. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/87850/Telefono-alambrico-basico-negro?color=&passedNavAction=

Homecenter. (2012). Teléfono inalámbrico identificador y contestador. Recuperado a partir de http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233771/Telefono-inalambrico-identificador-y-contestador?color=&passedNavAction=

International Diabetes Federation [IDF]. (2014). ¿Qué es la diabetes? Recuperado a partir de http://www.idf.org/diabetesatlas/5e/es/que-es-la-diabetes

Invima. (2012). Generales. Recuperado a partir de https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=72%3Agenerales&catid=37%3Afunciones&Itemid=70

Invima. (2013). Glosario de términos. Recuperado a partir de https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=770&Itemid=242

Iregui, M. (2013). Concepto sobre el uso de suelo y las licencias de construcción. Recuperado a partir de http://www.larepublica.co/asuntos-legales/concepto-sobre-el-uso-de-suelo-y-las-licencias-de-construcci%C3%B3n_61441

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica* (7.ªed.). España: Pearson Prentice Hall.

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2010). *Fundamentos de estrategia*. España: Pearson.

Joserrago. (2012). Productos cocción-Cocinas industriales. Recuperado a partir de http://joserrago.com.co/productos/coccion/cocinas_industriales

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14.ªed.). México D.F: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (14.ªed.). México D.F: Pearson Educación.

La Casa de la Diabetes Cali. (2013). LA CASA DE LA DIABETES CALI LTDA. Recuperado a partir de http://www.casadeladiabetescali.com/productos.html

La Secretaria Distrital de Salud. Resolución que tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos, Pub. L. 765 (2010). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=40508

Lagos, Y. (2010). Escritura pública. Recuperado a partir de http://www.gerencie.com/escritura-publica.html

Legis. (2012). *Cartilla laboral*. Bogotá: Legis Editores.

López, María del Socorro. (Abril de 2015). Respuesta a radicado No. 20154145000344452, Solicitud de numero de diabéticos en la ciudad de Santiago de Cali.

Madrid, J. (2013). Sucralosa, un edulcorante que se obtiene de la sacarosa. Recuperado a partir de http://doctorjuanmadrid.com/sucralosa-un-edulcorante-que-se-obtiene-de-la-sacarosa/

Mandal, A. (2015). Historia de la Diabetes. Recuperado a partir de http://www.news-medical.net/health/History-of-Diabetes-(Spanish).aspx

Manipulación de Alimentos. (2015). NORMATIVIDAD. Recuperado a partir de http://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad

McGee, H. (2007). *La cocina y los alimentos Enciclopedia de la ciencia y la cultura de la cocina*. España: Debate.

Medline plus. (2014). Diabetes tipo 1. Recuperado a partir de http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/000305.htm

Méndez, C. (2011). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4.ªed.). México D.F: Limusa.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006). Mipymes - Portal Empresarial Colombiano. Recuperado a partir de http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=21827

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). ¿Qué es? ¿A qué se dedica? y ¿Para qué le sirve al país? Recuperado a partir de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=69

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Informe de industria enero-diciembre de 2012*. Colombia. Recuperado a partir de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15695

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Informe de industria diciembre de 2013*. Colombia. Recuperado a partir de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15695

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Informe de industria enero-diciembre de 2014*. Colombia. Recuperado a partir de http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=15695

Ochoa, C. (2013). ¿Qué tamaño de muestra necesito? Recuperado a partir de http://www.netquest.com/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito/

OneTouch. (2015). Sobre la Diabetes, Diabetes en América Latina. Recuperado a partir de http://www.onetouchla.com/dom/vida-diabetes/conoce-diabetes/sobre-diabetes/diabetes-en-america-latina

Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2014). Centro de prensa - Diabetes. Recuperado a partir de http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/es/

Ortega, M., & López, A. (2012). Diabetes, un dulce enemigo de la vida moderna. Recuperado a partir de http://www.portafolio.co/portafolio-plus/diabetes-un-dulce-enemigo-la-vida-moderna

Ortiz, H. (2011). *Análisis financiero aplicado y principios de la administración financiera* (14.ªed.). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Porter, M. (2006). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia* (36.ªed.). México D.F: Cecsa.

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review América Latina*. Recuperado a partir de http://www.academia.edu/4456952/Cap_1_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia

Presidencia de la Republica de Colombia. Decreto Por medio del cual se reglamenta parcialmente el literal e) del numeral 2° del artículo 2° de la Ley 1150 de 2007, Pub. L. 4444 (2008). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33877

Presidencia de la Republica de Colombia. Decreto por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones, Pub. L. 3075 (1997). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337

Promoambiental Cali Valle S.A ESP. (2012). Área de servicio. Recuperado a partir de http://www.promoambientalcali.com/index.php?option=com_content&view=article&id=123&Itemid=70

Salud Semillas. (2013). Salud Semillas - Productos Naturales - Centro Naturista Semillas Cali Colombia. Recuperado a partir de http://saludsemillas.co

Sapag, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa* (2.ªed.). Argentina: Pearson Prentice Hall.

Secretaria de Salud de Cali. (2011). *Boletín informativo del programa de enfermedades crónicas no transmisibles de la secretaría de salud pública municipal de Santiago de Cali*. Santiago de Cali. Recuperado a partir de

http://calisaludable.cali.gov.co/saludPublica/2011_EstilosdeVida/BOLETIN_CRONICAS_2011.pdf

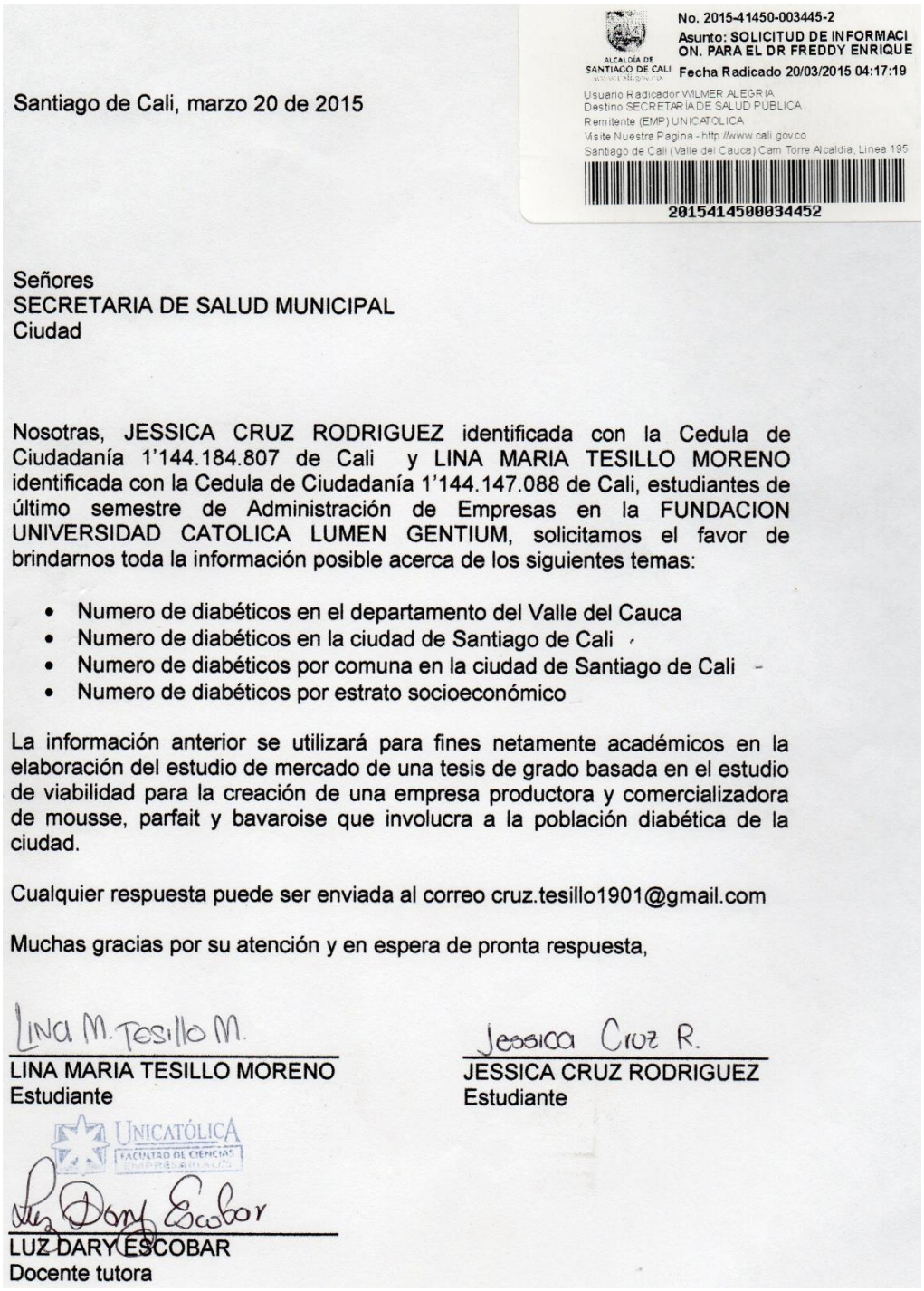
Sectorial. (2013). Industria Panificadora. Recuperado a partir de https://www.sectorial.co/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=103&Itemid=248

Stoner, J., Freeman, R., & Gilbert, D. (1996). *Administración* (6.ªed.). México D.F: Pearson Educación.

Varela, R. (2008). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas* (3.ªed.). Bogotá: Pearson Prentice Hall.

ANEXOS

Anexo 1. Carta de radicación de información a la Secretaria de Salud



ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI

No. 2015-41450-003445-2
Asunto: SOLICITUD DE INFORMACI ON. PARA EL DR FREDDY ENRIQUE
Fecha Radicado 20/03/2015 04:17:19
Usuario Radicador WILMER ALEGRIA
Destino SECRETARIA DE SALUD PUBLICA
Remitente (EMP) UNICATOLICA
Visite Nuestra Pagina - http://www.cali.gov.co
Santiago de Cali (Valle del Cauca) Cam. Torre Alcaldia, Linea 195
20154145000034452

Santiago de Cali, marzo 20 de 2015

Señores
SECRETARIA DE SALUD MUNICIPAL
Ciudad

Nosotras, JESSICA CRUZ RODRIGUEZ identificada con la Cedula de Ciudadanía 1'144.184.807 de Cali y LINA MARIA TESILLO MORENO identificada con la Cedula de Ciudadanía 1'144.147.088 de Cali, estudiantes de último semestre de Administración de Empresas en la FUNDACION UNIVERSIDAD CATOLICA LUMEN GENTIUM, solicitamos el favor de brindarnos toda la información posible acerca de los siguientes temas:

- Numero de diabéticos en el departamento del Valle del Cauca
- Numero de diabéticos en la ciudad de Santiago de Cali
- Numero de diabéticos por comuna en la ciudad de Santiago de Cali
- Numero de diabéticos por estrato socioeconómico

La información anterior se utilizará para fines netamente académicos en la elaboración del estudio de mercado de una tesis de grado basada en el estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mousse, parfait y bavaroise que involucra a la población diabética de la ciudad.

Cualquier respuesta puede ser enviada al correo cruz.tesillo1901@gmail.com

Muchas gracias por su atención y en espera de pronta respuesta,

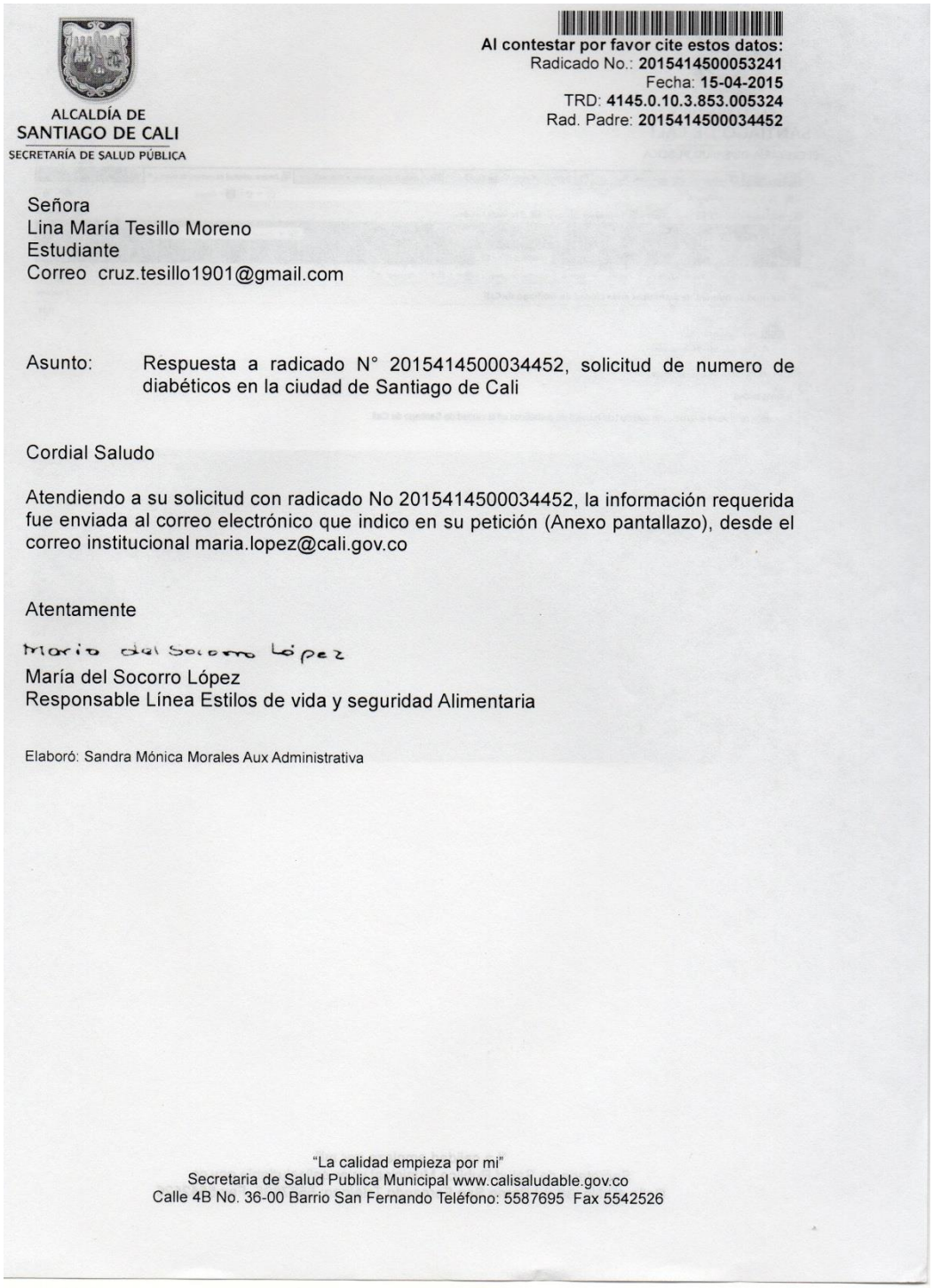
Lina M. Tesillo M.
LINA MARIA TESILLO MORENO
Estudiante

Jessica Cruz R.
JESSICA CRUZ RODRIGUEZ
Estudiante

UNICATÓLICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Luz Dary Escobar
LUZ DARY ESCOBAR
Docente tutora

Anexo 2. Carta respuesta de la Secretaria de Salud



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
SECRETARÍA DE SALUD PÚBLICA

Al contestar por favor cite estos datos:
Radicado No.: **2015414500053241**
Fecha: **15-04-2015**
TRD: **4145.0.10.3.853.005324**
Rad. Padre: **2015414500034452**

Señora
Lina María Tesillo Moreno
Estudiante
Correo cruz.tesillo1901@gmail.com

Asunto: Respuesta a radicado N° 2015414500034452, solicitud de numero de diabéticos en la ciudad de Santiago de Cali

Cordial Saludo

Atendiendo a su solicitud con radicado No 2015414500034452, la información requerida fue enviada al correo electrónico que indico en su petición (Anexo pantallazo), desde el correo institucional maria.lopez@cali.gov.co

Atentamente

María del Socorro López
María del Socorro López
Responsable Línea Estilos de vida y seguridad Alimentaria

Elaboró: Sandra Mónica Morales Aux Administrativa

"La calidad empieza por mi"
Secretaria de Salud Publica Municipal www.calisaludable.gov.co
Calle 4B No. 36-00 Barrio San Fernando Teléfono: 5587695 Fax 5542526

Anexo 3. Datos respuesta solicitud de información 1

SECRETARIA DE SALUD PUBLICA MUNICIPAL	
GRUPO PLANEACION - SISTEMAS	
AÑO 2014	
INSTITUCION	***CANTIDAD***
PUBLICAS	182
PRIVADAS	3.450
TOTAL	**3.632**
Número de usuarios que consultaron por Diabetes Mellitus Año 2014	

Anexo 4. Datos respuesta solicitud de información 2

SECRETARIA DE SALUD PUBLICA MUNICIPAL		
GRUPO PLANEACION - SISTEMAS		
DIABETES MELLITUS X CONSULTA - INST. PUBLICAS (ESE) - AÑO 2014		
dxp	**nombre**	**cantidad**
E119	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE SIN MENCION DE COMPLICACION	86
E149	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA SIN MENCION DE COMPLICACION	75
E144	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES NEUROLOGICAS	6
E118	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES NO ESPECIFICADAS	5
E116	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON OTRAS COMPLICACIONES ESPECIFICADAS	2
E139	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS SIN MENCION DE COMPLICACION	1
E146	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON OTRAS COMPLICACIONES ESPECIFICADAS	1
E110	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMA	1
E117	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES MULTIPLES	1
E124	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION CON COMPLICACIONES NEUROLOGICAS	1
E129	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION SIN MENCION DE COMPLICACION	1
E141	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON CETOACIDOSIS	1
E147	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES MULTIPLES	1
	SUBTOTAL	**182**
Fuente: RIPS reportados por la ESE, EPS, Hospitale y Clinicas nivel 2 y 3. Grupo planeación - Secretaria de Salud		

Anexo 5. Datos respuesta solicitud de información 3

SECRETARIA DE SALUD PUBLICA MUNICIPAL		
GRUPO PLANEACION - SISTEMAS		
DIABETES MELLITUS X CONSULTA - INST. PRIVADAS - AÑO 2014		
dxp	**nombre**	**cantidad**
E119	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE SIN MENCION DE COMPLICACION	1.703
E149	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA SIN MENCION DE COMPLICACION	1.130
E139	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS SIN MENCION DE COMPLICACION	107
E135	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS CON COMPLICACIONES CIRCULATORIAS PERIFERICAS	81
E118	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES NO ESPECIFICADAS	69
E116	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON OTRAS COMPLICACIONES ESPECIFICADAS	52
E112	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES RENALES	49
E145	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES CIRCULATORIAS PERIFERICAS	46
E148	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES NO ESPECIFICADAS	42
E147	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES MULTIPLES	35
E115	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES CIRCULATORIAS PERIFERICAS	18
E117	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES MULTIPLES	18
E137	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS CON COMPLICACIONES MULTIPLES	13
E144	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES NEUROLOGICAS	11
E143	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES OFTALMICAS	10
E114	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES NEUROLOGICAS	9
E111	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON CETOACIDOSIS	6
E138	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS CON COMPLICACIONES NO ESPECIFICADAS	6
E110	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMA	5
E142	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMPLICACIONES RENALES	5
E113	DIABETES MELLITUS NO INSULINODEPENDIENTE CON COMPLICACIONES OFTALMICAS	4
E131	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS CON CETOACIDOSIS	4
E134	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS CON COMPLICACIONES NEUROLOGICAS	4
E129	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION SIN MENCION DE COMPLICACION	4
E146	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON OTRAS COMPLICACIONES ESPECIFICADAS	4
E136	OTRAS DIABETES MELLITUS ESPECIFICADAS CON OTRAS COMPLICACIONES ESPECIFICADAS	3
E141	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON CETOACIDOSIS	3
E124	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION CON COMPLICACIONES NEUROLOGICAS	3
E140	DIABETES MELLITUS NO ESPECIFICADA CON COMA	2
E128	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION CON COMPLICACIONES NO ESPECIFICADAS	2
E120	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION CON COMA	1
E125	DIABETES MELLITUS ASOCIADA CON DESNUTRICION CON COMPLICACIONES CIRCULATORIAS PERIFERICAS	1
	SUBTOTAL	**3.450**
Fuente: RIPS reportados por la ESE, EPS, Hospitale y Clinicas nivel 2 y 3. Grupo planeación - Secretaria de Salud		