

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA  
A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE DETALLES SORPRESA (MÁGICO  
RECUERDO), UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

DOLLY M. GOMEZ

KELLY VANESSA CANO OL

STEPHANIA RAMÍREZ GONZÁLEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2022-2

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA  
A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE DETALLES SORPRESA (MÁGICO  
RECUERDO), UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

DOLLY M. GOMEZ

KELLY VANESSA CANO OL

STEPHANIA RAMÍREZ GONZÁLEZ

Anteproyecto presentado para optar al título de profesional en administración de  
empresas.

Director de trabajo de grado: Luz Dary Escobar

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2022-2

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Yumbo, 08 de septiembre 2022

## DEDICATORIA

Primeramente queremos agradecer a Dios por permitirnos dar cada paso en nuestra carrera, por brindarnos la estabilidad y conocimiento por haberlo cumplido, a nuestras familias porque son ellos quienes nos dan la fuerza para seguir adelante y porque fueron los que confiaron en nuestras capacidades, a nuestros compañeros por haber compartido alegrías, tristezas, disgustos pero a la final fuimos un gran equipo en todo este proceso y finalmente culminamos con los docentes que fueron la guía, quienes nos brindaron todo su conocimiento y apoyo incondicional en nuestro proyecto, con sabios consejos y aprendizajes mediante la carrera.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecidas con la vida y el destino por haber permitido realizar y ejecutar con pasos firmes todo este proceso, por haber cumplido el cierre de la carrera y que hoy podamos estar celebrando este momento en plenitud, gratitud total a Dios por brindarnos excelentes beneficios de salud física y mental, por iluminarnos con sabiduría, paciencia en el transcurso de la carrera y por ayudarnos a superar todos los obstáculos presentados, a nuestras familias por confiar en nuestras capacidades, por habernos inculcado principios pero sobre todo por enseñarnos a soñar para llevarlo hasta realidad, a nuestros compañeros por la convivencia que se generó en todo este tiempo de estudio, por compartir el sueño de querer ser profesionales y por luchar sin importar todas las dificultades que se nos presentaron.

# CONTENIDO

	Pág.
1. CONTEXTUALIZACIÓN.....	17
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO.....	17
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	17
1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	17
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	22
1.6 MARCO DE REFERENCIA .....	23
1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	33
2. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	35
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR .....	36
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	37
2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	43
2.4 PLAN DE MERCADEO .....	66
3. ESTUDIO TÉCNICO .....	73
3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	73
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	94
4. LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....	98
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	98
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	100
4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL.....	110
4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL .....	111
4.5 SOLICITUD DE EMPLEO .....	111

4.6 ENTREVISTA.....	112
4.7 EXÁMENES .....	113
4.8 PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	113
4.9 PROCESO DE CONTRATACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL 115	
4.10 FUNCIONES ESTRATÉGICAS Y FUNDAMENTOS DE CARGOS .....	115
4.11 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MÁGICO RECUERDO.....	120
5. ESTRUCTURA FINANCIERA.....	129
5.1 INVERSIÓN INICIAL.....	129
5.2 DEPRECIACIÓN.....	131
5.3 BALANCE INICIAL.....	131
5.4 AMORTIZACIÓN.....	134
5.5 PARÁMETROS GENERALES .....	135
5.6 GASTOS GENERALES DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN .....	139
5.7 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO .....	140
5.8 PROYECCIÓN DE COSTOS Y VENTAS.....	142
5.9 PROYECCIÓN ESTADOS FINANCIEROS Y FLUJO DE CAJA.....	143
6. CONCLUSIONES .....	155
7. RECOMENDACIONES.....	156
8. REFERENCIAS .....	157
9. ANEXOS.....	161

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estadística de edades del municipio de Yumbo.....	38
Tabla 2. Estadística de edades por género del municipio de Yumbo. ....	39
Tabla 3. Descripción y costo de dulzura. ....	75
Tabla 4. Descripción y costo de ternura.....	75
Tabla 5. Descripción y costo magia. ....	76
Tabla 6. Resumen de descripción y cantidad del equipo requerido.....	91
Tabla 7. Materia prima. ....	92
Tabla 8. Insumos. ....	93
Tabla 9. Gastos administrativos.....	93
Tabla 10. Funciones específicas del cargo.....	119
Tabla 11. Inversión ....	129
Tabla 12. Depreciación. ....	131
Tabla 13. Balance inicial sin financiación.....	132
Tabla 14. Balance inicial con financiación. ....	133
Tabla 15. Amortización. ....	134
Tabla 16. Parámetros económicos. ....	135
Tabla 17. Parámetros laborales. ....	135
Tabla 18. Cargos y salario. ....	136
Tabla 19. Parámetros de recaudo.....	136
Tabla 20. Parámetros de pago.....	136
Tabla 21. Parámetros gastos de administración y ventas.....	137
Tabla 22. Costo producto dulzura. ....	140
Tabla 23. Costos producto ternura.....	140
Tabla 24. Costos producto magia. ....	141
Tabla 25. Resumen de venta a costo y utilidad. ....	141
Tabla 26. Proyección de costos y ventas.....	142
Tabla 27. Estado de resultados sin financiación. ....	143



Tabla 28. Estado de resultados con financiación.....	144
Tabla 29. Flujo de caja sin financiación .....	146
Tabla 30. Flujo de caja con financiación.....	148

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Reconocimiento competencias directas. ....	42
Cuadro 2. Instrumento de investigación.....	51
Cuadro 3. Ficha técnica del producto. ....	74
Cuadro 4. Ficha técnica nevera haceb. ....	82
Cuadro 5. Ficha técnica licuadora oster niquelada modelo 2136096.....	83
Cuadro 6. Ficha técnica sandwichera waflera.....	84
Cuadro 7. Ficha técnica computador portátil asus azul. ....	85
Cuadro 8. Ficha técnica cafetera imusa.....	86
Cuadro 9. Ficha técnica celular Samsung Galaxy A13. ....	87
Cuadro 10. Ficha técnica impresora multifuncional HP 277 blanco. ....	88
Cuadro 11. Ficha técnica vitrina de vidrio. ....	89
Cuadro 12. Ficha técnica combo maderkit escritorio + silla. ....	90
Cuadro 13. Ficha técnica local.....	95
Cuadro 14. Descripción objetivos de procesos operativos mágico recuerdo. ....	101
Cuadro 15. Descripción de cargo (asistente administrativo y comercial). ....	103
Cuadro 16. Descripción de cargo (administrador punto de venta). ....	105
Cuadro 17. Descripción de cargo (mensajero).....	107
Cuadro 18. Descripción de cargo (operarios). ....	108
Cuadro 19. Características de cargo. ....	116
Cuadro 20. Identificación del cargo (asistente administrativo y comercial). ....	117
Cuadro 21. Identificación (administrador) ....	117
Cuadro 22. Identificación del cargo (operario). ....	118
Cuadro 23. Identificación del cargo (mensajero).....	118

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Logo panadería y pastelería kuky pan. ....	42
Figura 2. Logo tienda de regalos expresarte. ....	42
Figura 3. Logo choco fresas.....	43
Figura 4. Caracterización del producto. ....	44
Figura 5. Logo "Mágico recuerdo".....	45
Figura 6. Descripción detallada del contenido de dulzura.....	46
Figura 7. Descripción detallada del contenido de ternura. ....	47
Figura 8. Descripción detallada del contenido de magia.....	48
Figura 9. Tamaño de muestra municipio de Yumbo. ....	50
Figura 10. Plan funcional general. ....	78
Figura 11. Diagrama de flujo de procesos. ....	78
Figura 12. Diagrama de procesos productivos.....	79
Figura 13. Descripción de las operaciones. ....	80
Figura 14. Localización geográfica en tiempo real de "Mágico recuerdo".....	96
Figura 15. Localización geográfica en tiempo real de "Mágico recuerdo".....	97
Figura 16. Organigrama mágico recuerdo. ....	100

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1. Resultado encuesta frecuencia de compra. ....	57
Grafico 2. Resultado encuesta rango de edad.....	58
Grafico 3. Resultado encuesta establecimiento de compra. ....	59
Grafico 4. Resultado encuesta motivo de compra. ....	60
Grafico 5. Resultado encuesta preferencias del detalle.....	61
Grafico 6. Resultado encuesta estudio de precios.....	62
Grafico 7. Resultado encuesta tendencia de compra. ....	63
Grafico 8. Resultado encuesta suscripción.....	64
Grafico 9. Resultado encuesta estudio de precios suscripción.....	65
Grafico 10. Resultado encuesta estudio tiempo de pago suscripción.....	66

## LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Árbol del problema mágico recuerdo. ....	20
Imagen 2. Nevera haceb no frost congelador superior panel digital 428 lt Himalaya negro.....	82
Imagen 3. Licuadora oster 2 velocidades 1.5 lt niquelada modelo 2136096.....	83
Imagen 4. Sanduchera waflera giratoria WM1000B.....	84
Imagen 5. Computador portátil asus 14" pulgadas x415ja - Intel Core i3 RAM 8gb - disco ssd 512 gb azul. ....	85
Imagen 6. Cafetera imusa 6 tazas café city negro. ....	86
Imagen 7. Celular samsung galaxy A13 G4GB.....	87
Imagen 8. Impresora multifuncional hp 277 deskjet ink advantage blanco. ....	88
Imagen 9. Vitrina de vidrio. ....	89
Imagen 10. Combo maderkit escritorio + silla. ....	90
Imagen 11. Local "Mágico recuerdo". ....	95
Imagen 12. Formularios de bomberos de Yumbo. ....	121
Imagen 13. Formulario M-FO-110 uso de suelos.....	122
Imagen 14. Formulario para la certificación sanitaria.....	124
Imagen 15. Gastos notariales .....	125
Imagen 16. Registro en cámara y comercio de Cali. ....	126

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Detalle sorpresa saludable. ....	161
Anexo 2. Detalle sorpresa endúlzate. ....	161
Anexo 3. Detalle sorpresa romance.....	162
Anexo 4. Detalle sorpresa compinche. ....	162

## RESUMEN

El emprendimiento que se desea aplicar son ideas novedosas mostrando sus atributos y beneficios transmitidos de cada integrante del proyecto para la identificación futura del comprador con la marca, sin dejar a un lado los beneficios propios que se tengan.

Se pretende llegar a diferentes sectores de la sociedad Yumbeña con productos y servicios novedosos, así logrando captar la mayor atención y acogida a este nuevo servicio y bien expuesto, realizando un acercamiento constante con la parte emocional del cliente y que él a su vez sienta satisfecho de sus necesidades, "Mágico recuerdo" una empresa dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresas, donde maneja un amplio catálogo de los diferentes detalles a gusto y preferencias del cliente contando así con herramientas fuera de lo común, como el código QR el cual llega en la impresión de las cajas escogidas al beneficiario final generando en este la sensación de sorpresa por el video de quien lo envía, adicional yendo más allá de las expectativas tradicionales se realiza la creación de suscripción para celebración oportuna de las fechas más relevantes en los familiares del cliente.

Las aspiraciones de éxito son constantes con el logro del conocimiento y la experiencia que se cosechará en el transcurso del tiempo, esta empresa llega con una propuesta novedosa a la hora de sorprender a un ser querido con la premisa de entregar un detalle novedoso creando una organización líder en la innovación.

Palabras Claves: Sorpresa, novedoso, detalles, QR, premisa, innovación, ancheta de alimentos.

## INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento se desarrolla un estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresas “Mágico recuerdo”, ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, se avanza y plantean objetivos, proyecto que se pretende llevar a cabo a la realidad con la investigación adecuada para lograr impulso y posibilidad de éxito en el desarrollo de esta actividad económica.

Se realizó un estudio de mercado planteado en los objetivos generales y proyectado en los diferentes capítulos, en primer lugar, se encuentra el planteamiento y síntesis del proyecto a desarrollar exponiendo la pre factibilidad de dicho proyecto en la economía actual del país, situado en un marco conceptual y teórico desde una perspectiva empresarial. En segundo fragmento realizado se efectúa un análisis de obtener información la existencia e importancia y potencial de clientes, determinar e identificar la demanda, los comportamientos del consumidor, conocer intereses, gustos y necesidades, se realiza la descripción detallada del servicio y producto a ofrecer y luego diseñar un plan de mercadeo con propósito de conocer los diferentes mecanismos de promoción y técnicas del mercado.



## 1. CONTEXTUALIZACIÓN

### 1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE DETALLES SORPRESA (MÁGICO RECUERDO), UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO, VALLE DEL CAUCA.

### 1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

### 1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

**1.3.1 Planteamiento del problema.** Actualmente el mercado ha crecido exponencialmente cubriendo todo tipo de necesidades, prácticamente dejando todo el comercio sin más para innovar; pero hasta el momento lo que no se ha podido brindar en su totalidad es la satisfacción absoluta del comprador, descuidando el servicio al cliente y solo brindando un producto o servicio sin monitoreo constante de sus estados en todo el proceso de la compra hasta que reciba el producto o servicio solicitado.

*El comportamiento de compra es un fenómeno complejo y lo encuadramos en el marco más amplio de la conducta humana, cuyas características esenciales son la complejidad y la incertidumbre y que tiene su reflejo en las elecciones de entre las varias alternativas que se le presentan al individuo. (LV, Nebreda, 1992, p. 76)*

Uno de los tantos elementos que llaman la atención del consumidor es su vida cotidiana, las temporadas de su vida, lo que esté transcurriendo en los parámetros con su decisión de compra, marca la inclinación de su preferencia es decir debido a lo señalado por las tendencias en redes sociales, nuevos estilos de vida, el deseo de encajar en la sociedad, lo que consume y cómo quieren que lo perciban los demás. Esta serie de herramientas que son las preferencias del consumidor, su estilo de vida, estado económico, personalidad, dan las pautas que el comprador necesita o desea adquirir, adaptando a si sus ideales en nuestra iniciativa de emprendimiento. Mágico recuerdo un proyecto de negocio con carácter e independiente de lo asociado en el mercado existente, un objetivo es brindarle al cliente una experiencia inolvidable, un servicio y producto fuera de lo tradicional atrayendo la atención del receptor, el cual ayuda a despertar grandes emociones en el ser humano. Motivando al consumidor a celebrar fechas importantes en el transcurso de vida y así asesorar su adquisición generando la mejor experiencia de compra con un excelente servicio, y despertar sentimientos de satisfacción en el producto obtenido y servicio brindado.

Mágico recuerdo, cuenta actualmente con una competencia directa en el municipio de Yumbo de tres empresas prestadoras de servicio de detalles sorpresa, teniendo en cuenta lo antes mencionado, la empresa tiene la gran posibilidad de entrar a un nuevo mercado debido a las características como lo es la personalización, innovación y sobre todo la manera de transmitir sentimientos que resaltaran sobre la competencia actual, es por eso que se lograría tener una gran acogida en el municipio.

A lo anterior se suma que por la vida ocupada que llevan las personas, entre lo laboral, profesional y social, no cuentan con el suficiente tiempo para realizar las compras de detalles en fechas especiales, es más en muchas ocasiones con tantas ocupaciones no es fácil acordarse de tantas fechas, por eso mágico recuerdo también ofrece un plan anual donde las personas que se inscriban tendrán su detalle pago desde mucho antes de que llegue esta fecha especial y sin tener que preocuparse quedara bien porque el detalle llegará a las manos de las personas inscritas en el plan, además recibirán una llamada próxima a acercarse la fecha recordando esta gran ocasión para que así pueda escoger como quiere personalizar el detalle.

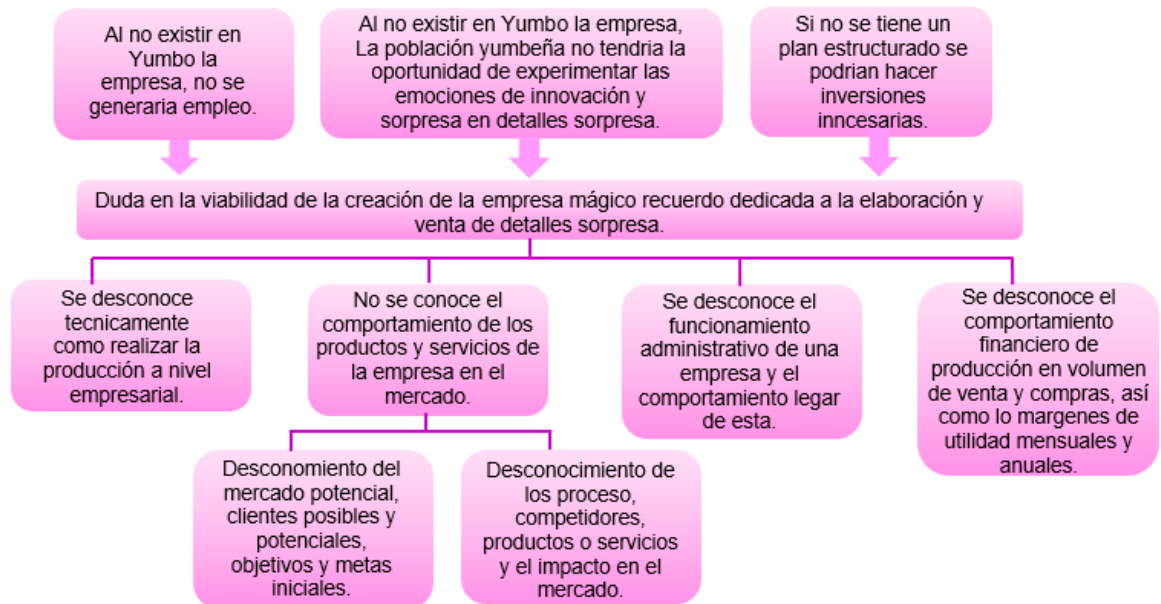
También se tendrá en cuenta el estilo de vida y personalidad del consumidor, puesto que, los clientes compran un producto el cual se asemeja con sus características psicológicas, “Mágico recuerdo” cuenta con una personalidad auténtica, libre e independiente que tiene como objetivo despertar nuevas emociones, vivir nuevos retos y escapar de la rutina. Otro factor es la motivación por parte del consumidor en el momento de compra, siendo una fuerza que impulsa al cliente a la elección de un producto que según su estado de ánimo, intereses, actitudes, personalidades o experiencias satisfará sus necesidades.

El interés del consumidor es importante, la originalidad, la intensidad y contraste de la marca productos y empaques captan la atención del cliente por la gran variedad de colores, diseños, tamaño de los detalles, innovación y creatividad. El detalle mágico recuerdo es entregado en empaques prácticos manejando diseños variados a gusto y preferencias sujetos al consumidor final.

Todas las personas necesitan experimentar sensaciones nuevas con mágico recuerdo las personas vivirán todo esto y tendrán un recuerdo que les perdurará y adicional que será muy fácil de recordar por el simple hecho de cómo es, cada línea, cada texto, su forma y todo lo que lo hace diferente y especial.

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

Imagen 1. Árbol del problema mágico recuerdo.



Fuente. Los autores.

**1.3.3 Formulación del problema.** ¿Para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresa mágico recuerdo, ubicada en el municipio de Yumbo Valle del Cauca?

**1.3.4 Sistematización del problema.** Realizando el desarrollo del proyecto el grupo de investigación realiza una serie de planteamientos los cuales son los siguientes:

- ¿Cuál es la estructura sectorial y de demanda de los desayunos sorpresa en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?
- ¿Cuál es la estructura técnica requerida para la creación de la empresa mágico recuerdo en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

- ¿Cuál es la estructura organizacional y legal para la creación de la empresa mágico recuerdo en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?
- ¿Cuál es la estructura financiera para la creación de la empresa mágico recuerdo en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca?

### **1.3.5 Resumen ejecutivo.**

- Nombre comercial del producto: Mágico recuerdo.
- Uso primario del producto: Detalles sorpresas para las diferentes fechas especiales de cada individuo con adquisición económica.
- Empresa: Mágico recuerdo.
- Ubicación: Valle del Cauca- Yumbo.
- Sector de la Economía: Sector secundario / Alimentos
- Código CIIU: 1089 - Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.4.1 Objetivo general.** Realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresa “Mágico recuerdo” ubicada en el municipio de Yumbo Valle del Cauca. Con el objetivo de obtener reconocimiento y posicionamiento de la marca, como una empresa innovadora, tecnológica y destacada de detalles sorpresa, ubicada en el municipio de Yumbo en el Valle del Cauca.

**1.4.2 Objetivos específicos.** Para cumplir la óptima ejecución del proyecto es necesario.

- Desarrollar un plan de negocio pre factible para la empresa "Mágico recuerdo", ubicada en el municipio de Yumbo Valle del Cauca.

- Identificar la estructura de mercado para la empresa “Mágico recuerdo”, ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.
- Especificar la estructura técnica - operativa requerida para la empresa “Mágico recuerdo”, ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.
- Evaluar la estructura económica y financiera para la empresa “Mágico recuerdo”, ubicada en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

### **1.5 JUSTIFICACIÓN**

La perspectiva en el mercado es la generación y reconocimiento de marca, crecimiento sustancial en áreas comerciales que superen los estándares establecido para dicho mercado como lo son los detalles sorpresas exigiendo gran diversidad, al centrarse en el emprendimiento en la parte sensitiva del cliente, puede llegar a ser un gran reto para la generación de interés, la empresa “Mágico recuerdo” tiene como propósito la satisfacción en la expectativas de los clientes, familiarización a la empresa, creación de comunidades electrónicas compartiendo los bienes y servicios brindados por “Mágico recuerdo” atrayendo la mayor atención de los consumidores, concentrados en la necesidades del cliente como también crear emociones de unión y experiencias enriquecedoras.

Todo ello se proyecta lograr realizando un debido estudio de mercado analizando el sector, la demanda, la oferta, la competencia, indagando continuamente las teorías sobre comportamiento del consumidor teniendo en cuenta que es información valiosa en la aplicación y desarrollo del proyecto.

*“Para el marketing conocer de manera precisa y clara la forma como el consumidor se comporta es algo muy importante, porque cada consumidor es diferente y las empresas deben buscar satisfacerlos a todos dándole una solución adecuada”. (Quiroga, S.F.).*

Las herramientas a utilizar para llevar a cabo un análisis de la población y tendencias de compra es la encuesta ayudando con la segmentación del mercado enriqueciendo tanto como en base de datos de posibles consumidores como la aplicación de estadísticas aterrizadas en preferencias y tendencias de consumo en la pre factibilidad de la empresa “Mágico recuerdo”. Dicha segmentación arroja datos muy relevantes sobre la situación económica de la muestra en el grupo de población aplicada, gustos, sugerencias entre demás datos demostrando cuál fue el porcentaje de aprobación al producto y servicio encuestado logrando que “Mágico recuerdo” conecte con el mercado.

## **1.6 MARCO DE REFERENCIA**

**1.6.1 Referente histórico.** Es importante conocer el origen de la creación de los detalles sorpresas para identificar los antecedentes de los que se va a investigar.

La tradición de dar un presente o un regalo inicia en épocas antiguas punto de referencia localizada en Grecia y Roma por motivo de celebrar un pacto comercial o el recibimiento de los viajeros lejanos o guerreros de la batalla por su meritorio esfuerzo.

Dichos obsequios se crearon con la necesidad de brindar un detalle a alguien para expresar cuán importante es en la vida de la persona que entrega el obsequio, debido a esto se ha desencadenado una serie de eventos importantes en la civilización y así poder demostrar el cariño y apego que se tiene a los familiares, amigos, colegas entre muchas poblaciones

Por mencionar algunos de estos eventos tenemos, la navidad que inicio sus comienzos con los obsequios de los reyes magos porque nació el mecías o salvador de aquel pueblo. Por ende, este acontecimiento desde inicios de décadas se celebra en dos ocasiones, navidad entrega de regalos porque el mecías a nacido el 24 de diciembre de cada año y los reyes magos suceso que celebra la entrega de los regalos de los reyes magos a el niño dios todos los 7 de enero de cada año.

De ahí surgieron las tradiciones de celebrar cada fecha o acontecimiento importante ocurrido en las diferentes etapas de la vida de las personas, se puede felicitar a un matrimonio con un regalo, el cumpleaños de un ser querido con un obsequio, el logro de un joven con un detalle e infinidad de celebraciones que llevan consigo un objeto material añorado por la persona anfitriona llamado detalle con un factor sorpresa al no conocer el contenido de aquel regalo incluyendo la sensación de afecto por el que entrega el detalle.

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

*Aspectos que se deben tomar en cuenta para realizar una investigación de acuerdo a lo descrito en el libro generalidades sobre metodología de la investigación (Cortés M. & Iglesias M. 2004 p. 9):*

- *Surgimiento de la IDEA, el TEMA o el ÁREA que se desea investigar*
- *Seleccionar el lugar dónde desarrollar el estudio.*
- *Elección de los participantes en el proceso de estudio.*
- *Revisión del lugar de estudio.*
- *Realización del trabajo de campo de la investigación.*
- *Diseñar la Investigación. Bosquejo del conjunto de los componentes (Tema, problema, objetivos, etc. es la dimensión estratégica del proceso de investigación.)*
- *Confección o selección del Instrumento.*



- *Etapas de la Recopilación de la Información.*
- *Procesamiento de la Información para su posterior análisis.*
- *Método del Análisis de Datos.*
- *Confección Final de los Resultados de la Investigación. Creación del Informe Final.*

De acuerdo a lo anterior la metodología de la investigación surge debido a la necesidad del conocimiento científico orientándolo a una posible solución de una problemática generada en lo social, científica, cultura, financiera etc. En lo cual no se ha encontrado solución demostrando la falta de investigación desencadenando curiosidad en el individuo de indagar y profundizar en el tema. Encontrándose con ámbitos teóricos o prácticos, donde halla la solución de aquella incógnita no resuelto, explicando su naturaleza en pro de un beneficio propio sea para adquirir dicho conocimiento o sea para crear la resolución de una dificultad física, siendo la investigación innovadora y creativa, eficiente y eficaz para alcanzar los resultados y objetivos esperados.

#### MÉTODO DE ENCUESTA.

Para la elaboración de una investigación es necesario utilizar técnicas como la aplicación del método de encuesta obteniendo valores cuantitativos y cualitativos de la población.

*“La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.”*  
(Casas j, Repullo j, Donado j. 2003,)

Con el método de la encuesta se puede evidenciar resultados en relación a las psicológicas del consumidor, arrojando datos importantes para entender el comportamiento de compra guiados por la preferencias y tendencias de las personas en relación con el mercado de detalles sorpresa y estudiar su viabilidad

puesto que el objetivo de los regalos sorpresas es brindar recuerdos inolvidables y brindar productos innovadores.

**1.6.3 Referente conceptual.** Desayunos sorpresas: se componen por un conjunto de materiales, alimentos, objetos materiales y medios visuales para crear un producto distinguido como un detalle sorpresa. De acuerdo al referente conceptual nos permite realizar la recopilación de los conceptos y exponer los conceptos que son fundamentales en el desarrollo de la idea a continuación se expresan los criterios más relevantes que conciernen a el tipo de investigación en desarrollo.

Detalle: es una muestra de respeto, dedicación, cariño, afecto e importancia que se entrega a la persona, acompañado de un producto o servicio que se está ofreciendo.

Regalo sorpresa: Paquete de conjuntos alimenticios, materiales, audiovisuales, objetos comerciales y demás, diseño personalizado de acuerdo a la temática requerida por el cliente creando un producto tipo regalo, detalle, obsequio, especial para ocasiones especiales conmemoración un momento quedando una huella en el tiempo para quien recibe el regalo.

Estudio de mercado: Un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona. Este proceso es vital para mantenerse al día con las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, los cambios en la dinámica de la industria, etc. (Questiónpro, S.F.)

Consumidor: El consumidor es la etapa última del proceso productivo. De este modo, se convierte en un elemento clave dentro de la cadena de producción, de la que es el cliente final. Por ende, es un actor vital para el desarrollo de las economías. Este ofrece sus recursos, generalmente dinero, a cambio de dichos bienes o servicios. En otras palabras, el consumidor busca obtener una determinada satisfacción por medio de transacciones. (Sánchez J; 2016)

Innovación: La innovación es un concepto muy ligado al ámbito empresarial. Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado. (Peiro R., 2019)

Investigación: La investigación es un proceso intelectual y experimental que comprende un conjunto de métodos aplicados de modo sistemático, con la finalidad de indagar sobre un asunto o tema, así como de ampliar o desarrollar su conocimiento, sea este de interés científico, humanístico, social o tecnológico. (Coelho F, 2021)

**1.6.4 Referente legal:** Respetando las normas procreadas en la nación de Colombia se debe tener como referente para el desarrollo de una idónea toma de decisiones sin quebrantar o violar alguna de las leyes, normativas, instancias y demás artículos legales que cobijan le ejecución del proyecto las cuales son las siguientes a presentar:

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

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

- a. *todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.*
- b. *todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.*
- c. *los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.*
- d. *las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento,*

*transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.*

### **CAPITULO III. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTO**

#### **Artículo 13. ESTADO DE SALUD.**

- a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.*
- b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.*

#### **Artículo 14. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.**

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

- b. *Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.*
- c. *La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificara el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.*
- d. *Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.*
- e. *El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.*

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

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

### *REQUISITOS SANITARIOS PARA LOS MANIPULADORES DE ALIMENTOS*

- a. Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.*
- b. Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.*

### *LEY 9 de 1979*

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

### *RESOLUCIÓN 5109 DE 2005*

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

### *DECRETO 1575 DE 2007*

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

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

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

*ARTÍCULO PRIMERO. - OBJETO.*

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

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

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

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

*PARÁGRAFO:*

*En los establecimientos antes señalados, donde la capacitación se ofrezca por capacitador particular, deberá reposar como soporte junto a la certificación en manejo higiénico de alimentos, copia de la autorización vigente de los capacitadores*

*particulares, solicitud de la supervisión la cual debe tener evidencia de radicación ante la autoridad competente y la lista de personas capacitadas.*

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

- a. Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado o capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién haga sus veces en el Distrito Capital.*
- b. Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.*

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



## **1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

**1.7.1 Tipos de estudio.** Se aplica de acuerdo a la investigación como un estudio descriptivo.

**1.7.1.1 Estudio descriptivo.** A el realizar la recolección de información depositada en el siguiente documento realizando un estudio descriptivo de los procesos a seguir de cada parte del proyecto fijando el objetivo de analizar los datos obtenidos, presentado enfoques más adaptables con sus respectivos fundamentos en técnicas cualitativas mostrando así las consultas del consumidor final en pro de la constante generación de estrategias viables y prospectivas mejorando los procesos y satisfaciendo las necesidades.

**1.7.2 Método de investigación.** Se realiza el método con una serie de análisis basados en la observación conjunto con la recolección de datos presentados como la encuesta y tabulación de la misma mostrando así un panorama más claro para el desarrollo del proyecto.

**1.7.2.1 Método de observación.** Permitiendo distinguir así los diferentes comportamientos del consumidor atraídos con las tendencias de compra, comprobando los intereses y hábitos y con ello determinando la viabilidad en la creación de una empresa dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresa mágico recuerdo en el municipio de Yumbo, Valles del Cauca.

**1.7.2.2 Método de análisis.** Permite realizar un análisis por cada punto expuesto en el avance del proyecto, dando así un panorama global de la idea de negocio explicando en cada capítulo los elementos necesarios para la ejecución de un emprendimiento también los pros y contra del mismo y el análisis de datos relevantes a la investigación, logrando así una toma de decisiones optimas al estudio en lo cual se pueden aplicar estrategias y destrezas obtenidas mejorando la competencia del entorno.

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

**1.7.2.4 Fuentes primarias.** Se lleva a cabo la realización de una encuesta con el objetivo primordial de obtener datos importantes para la investigación dando a conocer que factibilidad podría llegar a alcanzar el proyecto, tomando como fuente primaria la recolección de las referencias obtenidas con la disposición de respuesta de los consumidores de detalles sorpresa dando herramientas fundamentales de preferencias, gustos, y hábitos de compra, de esta manera pretendiendo diseñar el desarrollo de la estrategia de mercado en pro de satisfacer las necesidades del cliente final.

**1.7.2.5 Fuentes secundarias.** Para el desarrollo de las fuentes secundarios a la investigación en relación con la estructura sectorial y de mercado con previo conocimiento de las competencias de dedicadas e la elaboración de detalles sorpresas en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

**1.7.3 Tratamiento de la información.** La información y cálculo del proyecto se gestionó por medio de la herramienta de Microsoft Excel 2016 permitiendo con ello una organización homogénea y explicativa de la información por medio de tablas dinámicas presentando reportes detallados.

**1.7.3.1 Técnicas estadísticas.** Con el cálculo del comportamiento, hábitos y preferencias de estilo se logró conseguir la técnica estadística esperada y así consiguiendo un análisis más aterrizado de los diferentes datos agrupados.

**1.7.3.2 Resultados esperados.** Se pretendía mediante el desarrollo del trabajo investigativo identificar la estructura sectorial del mercado de detalles sorpresa, ganar conocimiento en cuanto al mercado objetivo y poder implementar un producto y servicio eficiente a los consumidores buscando siempre la satisfacción de los mismos, esperando con el avance del estudio la factibilidad y viabilidad del proyecto considerando el tamaño e impacto del mismo en el mercado del municipio de Yumbo, Valle del Cauca, y por último aplicando técnicas financieras en el análisis del capital de inversión, punto de equilibrio y demás factores que regularían las ganancias de la idea y su posible permanencia en el mercado existente.

## **2. ANÁLISIS DEL MERCADO**

Debido a los grandes cambios de la historia, la tecnología ha logrado impactar de una manera positiva, es por esto que se realizará un marketing digital en las redes sociales que permitirá dar a conocer el contenido preciso del producto que está ofreciendo.

Se espera que en el año 2021 las compras por internet alcancen un 17.5% (Bit, 2018) esto quiere decir que es fácil adquisición y tendría posibles compradores entre varios rangos de edad de 15 hasta 60 años de cualquier estrato socioeconómico del municipio de Yumbo, ofreciendo productos de calidad, además se busca generar una nueva experiencia, emociones y recuerdos agradables que perduren.

La empresa “Mágico recuerdo” se proyecta aumentar la lealtad del cliente, no solo por la innovación del producto y la publicidad afectiva, sino que se encargará de fomentar una “cultura cliente”. Donde lo más importante será la calidad de la atención, con el fin de que el cliente quede satisfecho y lleve consigo los intangibles añadidos al producto como valor agregado, lo que disminuirá la amenaza del ingreso a productos sustitutos o nuevas empresas

## **2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR**

El sector en que opera “Mágico recuerdo” como empresa prestadora de servicio presenta evidencias de crecimiento cercano al 5.21% en términos reales y que en enero del 2020 siguió con el mismo ritmo y todo indica que la tendencia será igual. (La revista dinero, 2019)

La revista el portafolio (2018) Según la revista portafolio la industria de alimentos y bebidas en Colombia alcanzará ventas por más de 25.000 millones de dólares en el 2021, esto quiere decir que este sector se encuentra en total crecimiento dándole la oportunidad a mágico recuerdo de tener gran acogida.

En el municipio de Yumbo no se cuenta con un mercado que realice detalles sorpresa a cualquier hora del día ajustándose a las necesidades del cliente con respecto a temáticas, alimentación y QR que acerque a las personas dejando un maravilloso recuerdo y que además ofrezca un portafolio de inscripción anual, donde el cliente no tendrá la necesidad de recordar sus fechas especiales, debido a que “Mágico recuerdo” lo hará por ellos, por esto no se tiene una competencia directa.

## **2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO**

Anuario Estadístico (2018) en el municipio de Yumbo existen en promedio 131.678 habitantes y a los alrededores existen un promedio de 57.249, para un total de 188.927 habitantes en total de los que un 56% son mayores de 15 años, el producto va dirigido para personas desde Los 15 hasta los 64 años de edad. Es relativamente medio el mercado de detalles sorpresa, existe un promedio de tres empresas que ofrecen este producto, lo que hace un mercado más retador, además se cuenta con un nicho de mercado con tendencias innovadoras, que aparte del producto a adquirir, busca llevarse un valor agregado en la experiencia de compra.

**2.2.1 Análisis de demanda.** Mágico recuerdo estará ubicado en el municipio de Yumbo, y realizará entregas a domicilio, su producto va dirigido a las personas entre los 15 y 64 años de edad que son aquellas más propensas a poseer este producto el cual la empresa busca con esto brindar una experiencia única e irrepetible.

Tabla 1. Estadística de edades del municipio de Yumbo.

<b>Edad</b>	<b>Total, Población</b>
(15 - 19)	9985
(20 - 24)	10602
(25 - 29)	10732
(30 - 34)	10059
(35 - 39)	9377
(40 - 44)	8500
(45 - 49)	8013
(50 - 54)	7873
(55 - 59)	6644
(60 - 64)	3769
<b>Total</b>	<b>85554</b>

Fuente de tabla: Los autores con los datos de (Anuario estadístico - 2018).

Tabla 2. Estadística de edades por género del municipio de Yumbo.

<b>Edad</b>	<b>Total, Hombres</b>	<b>Total, Mujeres</b>
(15 - 19)	5234	4751
(20 - 24)	5485	5117
(25 - 29)	5216	5516
(30 - 34)	4836	5223
(35 - 39)	4413	4964
(40 - 44)	3970	4530
(45 - 49)	3955	4058
(50 - 54)	3609	4264
(55 - 59)	2836	3808
(60 - 64)	2198	1571
<b>Total</b>	<b>41752</b>	<b>43802</b>

Fuente de tabla: Los autores con los datos de (Anuario estadístico - 2018).

De acuerdo a las estadísticas de género en el municipio de Yumbo, se logra interpretar que el nicho de mercado en donde se abarcara la mayor compra es en las mujeres Yumbeñas debido a que sobre la población total es un 51%.

Estos rangos de edad, que son las propensas en adquirir el producto de “Mágico recuerdo”, se toma debido a que son personas que su tiempo es muy limitado.

Esto hace que cada uno de ellos, prefieran buscar opciones como “Mágico recuerdo”, que les facilite y les satisfaga el deseo de sorprender.

La demanda de los detalles sorpresa se presente debido a tantas ocasiones que celebra Colombia en fechas especiales como lo son:

- Cumpleaños
- Aniversario
- Día de la mujer
- Día de la madre
- Día del padre
- Día de los esposos
- Día de amor y amistad
- Graduaciones
- Reconciliaciones
- Conquistas
- Navidad
- Entre otros

Alcaldía de Yumbo (2020) por la cobertura industrial que tiene el municipio de Yumbo, son más de 461 grandes empresas, brinda una gran posibilidad de que la persona o empresa que busca sorprender elija a “Mágico recuerdo” debido a que es una empresa exclusiva con innovación y personalización de producto, además que se encuentra cerca de cada punto de las compañías.



**2.2.2 Análisis de la oferta.** La competencia directa de “Mágico recuerdo” actualmente son:

- Panadería kuky pan
- Tienda de regalos expresarte
- Choco fresas Yumbo

Sus portafolios son similares, dado que se dedican a la elaboración y comercialización de detalles, sin embargo, cada uno tiene un producto que lo identifica con su principal actividad económica, lo que se pueden concluir en el análisis de la oferta es una gran oportunidad en el sector para ofrecer los detalles de la empresa “Mágico recuerdo” con factor diferenciador como lo es el código QR

*“Un código QR es un código de barras bidimensional cuadrada que puede almacenar los datos codificados. La mayoría del tiempo los datos es un enlace a un sitio web (URL).” (Unitag, s. f.)*

Cuadro 1. Reconocimiento competencias directas.

<b>MATRIZ COMPETENCIA DIRECTA DE MÁGICO RECUERDO</b>	
<b>NEGOCIO</b>	<b>INFORME GENERAL</b>
<p>Panadería y pastelería - kuky pan, carrera 3N # 14-113</p> <p style="text-align: center;"><b>Panadería y Pastelería</b></p>  <p>Figura 1. Logo panadería y pastelería kuky pan.</p>	<p>Su actividad comercial está dedicada a la panadería y pastelería en el Municipio de Yumbo cuenta con 3 sedes, distribución de domicilio para desayunos sorpresas sobre pedido con variedad de precios y tamaños.</p>
<p>Expresarte tienda de regalos - calle 15a 4 norte, Yumbo, Valle del Cauca</p>  <p>Figura 2. Logo tienda de regalos expresarte.</p>	<p>Expresarte Yumbo detalles y desayunos sorpresa, realiza la venta por mercado en línea con el manejo de redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, se consideran especialistas en desayunos sorpresas para momentos especiales e incluye en su actividad regalos con menú alimenticio para todo tipo de ocasiones, sus precios son proporcionales al tamaño del detalle, su canal de distribución es por medio de domicilio, además cuentan con línea de WhatsApp para interactuar en tiempo real con asesoras comerciales y tener el pedido solicitado a tiempo.</p>

MATRIZ COMPETENCIA DIRECTA DE MÁGICO RECUERDO	
NEGOCIO	INFORME GENERAL
<p>Choco fresas Yumbo - carrera 5 # 3-05 belalcázar</p>  <p>Figura 3. Logo choco fresas.</p>	<p>Empresa dedicada a detalles sorpresas, creando diferentes paquetes con su producto predominante las fresas achocolatadas, medio de distribución domicilio sus líneas de atención son Facebook, Instagram, WhatsApp.</p>

Fuente: Los autores.

### 2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

“Mágico recuerdo” tiene como producto fabricar y comercializar en el municipio de yumbo casco urbano, un detalle sorpresa donde contiene artículos tipos comestibles, snack, decorativos sólidos y decorativo de orden natural.

El producto es de consecución multifacético ya que sirve para diferentes ocasiones como lo es cumpleaños, matrimonio, graduaciones, amor y amistad, navidad entre otros con el fin de manifestar emociones y sentimientos a otra persona por medio de una alimentación y decoración de forma personalizada y única.

Figura 4. Caracterización del producto.



Fuente los autores.

Además, contará con un producto innovador como lo es un código QR donde este podrá transmitir un mensaje al receptor de forma trascendental, junto con una tarjeta totalmente personalizada de acuerdo a la solicitud general del cliente,

El cliente podrá comprar un producto hecho con amor, donde lo llevará a experimentar realmente un mágico recuerdo.

Figura 5. Logo "Mágico recuerdo".



Fuente. Los autores logo mágico recuerdo.

Figura 6. Descripción detallada del contenido de dulzura.



Fuente los autores.

Figura 7. Descripción detallada del contenido de ternura.



Fuente los autores.

Figura 8. Descripción detallada del contenido de magia.

**MAGIA**



- **Globo de 18 pulgadas transparente con globos adentro**
- **Moño en cinta de color**
- **Peluche de 25cm aproximado**
- **Rosas**
- **Chocolate Ferrero**
- **Bianchi chocolatina.**
- **Bebida (Ron-Whisky-Vodka-Tequila )**
- **Carta personalizada.**
- **Caja de Madera**
- **QR**



Fuente los autores.



**Clientes.** El nicho de mercado de la empresa son hombres y mujeres entre 15 y 64 años de edad, que se encuentran en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca en el casco urbano; estudiantes, profesionales y empleados, y estén en la búsqueda de proveedores de detalles sorpresas.

Esto se presenta de acuerdo a la necesidad de expresión y a la falta de tiempo que caracteriza a las personas actualmente, con el fin de contar con preferencias a la expresión de sentimientos a través de la gastronomía con tendencias innovadoras, adicional abre la posibilidad de obtener clientes no solamente de Yumbo si no de cualquier parte del mundo, debido a la publicidad que generara la compañía por redes sociales donde le permitirá hacer el acercamiento a su ser querido habitado en Yumbo.

Uno de los aspectos que influenciara la compra de dicho detalle es la autenticidad, la calidad, el diseño, la personalización y el estilo, permitiéndole el deseo de sorprender y obsequiar un detalle especial.

**2.3.1 Competencia.** La competencia directa de la empresa tiene como razón social “Choco fresas”, dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresa, ubicados en el barrio Belalcázar, su portafolio tiene mucha variedad donde le permite tener más posibilidad de compra como lo son: desayunos, pasa bocas al gusto y ramos de flores.

- Fue creada aproximadamente hace dos años, alcanzando una venta promedio de 7 detalles por día.
- El precio de venta de los productos oscila desde \$9.000 y \$85.000 pesos según su categoría.

El segmento a quienes van dirigido es para mujeres, hombres, adolescentes entre 13 a 45 años de edad.

Una de las ventajas que “Mágico recuerdo” tiene con las empresas que cuentan en la misma línea de negocio, es que contará con una suscripción, código QR y adicional un estilo personalizado de acuerdo a la solicitud del consumidor, esto generará obtener un plus para conseguir con éxito la entrada de comercialización en el municipio.

**2.3.2 Diseño de Investigación.** Anuario Estadístico (2018) de acuerdo a la población total que cuenta en el municipio 85.554 habitantes, mágico recuerdo tomo una muestra de 39% que equivale al total de personas que están dispuesta a comprar mensualmente detalles sorpresa.

Con el fin de conocer la opinión sobre la tendencia de compra de detalles sorpresas. Calcular un tamaño de población de 33.366 habitantes que corresponde a las personas que en la actualidad compran detalles sorpresas con más frecuencia se obtendrá un nivel de confianza del 90% y un margen de error de 4.679%.

Figura 9. Tamaño de muestra municipio de Yumbo.



Tamaño de la población	Nivel de confianza (%)	Margen de error (%)
33366	90	4.679

Tamaño de la muestra

**309**

Fuente: (calculadora del tamaño de muestra, 2020).

Se llevó a cabo la encuesta a un grupo de 309 personas en el municipio de Yumbo valle del cauca, con el plan de reunir la mayor información y así poder conocer el estilo, intereses e inclinaciones que influyen en la decisión de comprar e influencia del producto y servicio.

Se crea una encuesta con diez preguntas cerradas con la finalidad de conocer resultados exactos y proporcionales, las preguntas son de selección múltiple creando un resultado hacia la pre factibilidad de la creación de una empresa “Mágico recuerdo”.

Cuadro 2. Instrumento de investigación.

Nro	OBJETIVO	PREGUNTA	ESCALA DE RESPUESTA
1	Conocer las veces de compra mas comunes en el Municipio	¿Con qué frecuencia compra detalles sorpresa?	Nominal cerrada
2	Conocer el tipo de poblacion el cual se le puede vender detalles sorpresa	¿En qué rango de edad se encuentra?	Escala en rangos cerrados cuantitativos
3	Realizar el estudio de competencias existentes en el municipio de Yumbo	¿En qué establecimientos suele usted comprar este tipo de detalles?	Nominal cerrado
4	Conocer las motivaciones de compra	¿Cuál es el motivo por el cual usted compra este tipo de detalles?	Nominal cerrado
5	Conocer los gustos y estilos de la comunidad	¿Cómo te gusta el detalle?	Nominal cerrado
6	Conocer el historial de compra en sentido monetario	¿Cuándo ha comprado detalles sorpresa en que rango ha pagado?	Escala en rangos cerrados cuantitativos
7	Conocer las experiencias de compra	¿Qué es lo que más te gusta al comprar un detalle?	Nominal cerrado
8	Investigar si hay factibilidad de una prevision en el municipio de Yumbo	¿Se afiliaría a un plan de prevision de detalles sorpresas para ocasiones puntuales en el año?	Nominal cerrado
9	Investigar el monto a pagar por la prevision	¿Cuánto estas dispuesto a pagar por el plan?	Escala en rangos cerrados cuantitativos
10	Investigar los tiempos de pagos que estan dispuestos a realizar la poblacion	¿Cuál es el tiempo de pago más cómodo de realizar?	Nominal cerrado

Fuente los autores.

**2.3.3 Encuesta.** A 309 personas se les hace 10 preguntas para conocer lo que piensa el consumidor:

## **ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA**

### **"MÁGICO RECUERDO" UBICADA EN EL MUNICIPIO DE YUMBO VALLE.**

Equipo de emprendimiento realizando una investigación sobre factores que influyen en la decisión de compra de detalles sorpresa. "MÁGICO RECUERDO" es una empresa dedicada a la elaboración y venta de detalles sorpresa en donde le permite al cliente escoger su propia personalización del detalle.

Equipo de emprendimiento realizando una encuesta sobre los diferentes elementos que influyen en la decisión de compra de detalles sorpresas “Mágico recuerdo” se dedica a la realización y venta de detalles sorpresas permitiéndole al cliente escoger su propia personalización del detalle.

**1. ¿Con qué frecuencia compra detalles sorpresa?**

- a. Mensualmente
- b. Semestralmente
- c. Anualmente
- d. Nunca

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

- a. 15 a 25 años
- b. 26 a 35 años
- c. 36 a 45 años
- d. 46 a 60 años

**3. ¿En qué establecimientos suele usted comprar este tipo de detalles?**

- a. Expresarte
- b. Panadería y pastelería Kuky pan
- c. Caramelo
- d. Choco fresa Yumbo
- e. Ninguna de las anteriores

**4. ¿Cuál es el motivo por el cual usted compra este tipo de detalles?**

- a. Cumpleaños
- b. Aniversarios
- c. Graduación

**5. ¿Cómo te gusta el detalle?**

- a. Caja de madera
- b. Caja de cartón

**6. ¿Cuándo ha comprado detalles sorpresa en que rango ha pagado?**

- a. \$50.000 a \$60.000
- b. \$70.000 a \$80.000
- c. \$90.000 a \$110.000
- d. Más de \$120.000

**7. ¿Qué es lo que más te gusta al comprar un detalle?**

- a. Tamaño
- b. Color
- c. Precio
- d. Innovación

**8. ¿Se afiliaría a un plan de previsión de detalles sorpresas para ocasiones puntuales en el año?**

a. Si

b. No

**9. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por el plan?**

a. \$2.000 a \$5.000

b. \$6.000 a \$9.000

c. \$10.000 a \$15.000

d. Más de \$16.000

**10. ¿Cuál es el tiempo de pago más cómodo de realizar?**

a. Semanal

b. Quincenal

c. Mensual

d. Ninguna de las anteriores

**2.3.4 Tabulación.** Encuesta tabulada para “Mágico recuerdo” el en municipio de Yumbo.

<b>ENCUESTA REALIZADA A 309 PERSONAS, TABULADA DE LA PREGUNTA 1 A LA PREGUNTA 5</b>		
<b>¿Con qué frecuencia compra detalles sorpresa?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Anualmente	59	19%
Mensualmente	120	39%
Nunca	20	6%
Semestralmente	110	36%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>¿En qué rango de edad se encuentra?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
15 a 25 años	179	58%
26 a 35 años	100	32%
36 a 45 años	20	6%
46 a 60 años	10	3%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>¿En qué establecimientos suele usted comprar este tipo de detalles?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Caramelo	56	18%
Choco fresa Yumbo	87	28%
Expresarte	63	20%
Ninguna de las anteriores	55	18%
Panadería y pastelería kuky pan	48	16%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>¿Cuál es el motivo por el cual usted compra este tipo de detalles?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Aniversarios	49	16%
Cumpleaños	240	78%
Fiesta o fecha especial	10	3%
Todos los anteriores	10	3%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>

<b>¿Cómo te gusta el detalle?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Caja de cartón	80	26%
Caja de madera	229	74%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>ENCUESTA REALIZADA A 309 PERSONAS, TABULADA DE LA PREGUNTA 6 A LA PREGUNTA 10</b>		
<b>¿Cuándo ha comprado detalles sorpresa en que rango ha pagado?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
\$50.000 a \$60.000	130	42%
\$70.000 a \$80.000	130	42%
\$90.000 a \$110.000	20	6%
Más de \$120.000	29	9%
<b>Total, general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>¿Qué es lo que más te gusta al comprar un detalle?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Innovación	223	72%
Precio	30	10%
Tamaño	30	10%
Color	26	8%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>¿Se afiliaría a un plan de previsión de detalles sorpresas para ocasiones puntuales en el año?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
No	50	16%
Si	259	84%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>
<b>¿Cuánto está dispuesto a pagar por el plan?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Participantes</b>	<b>Porcentaje</b>
\$10.000 a \$15.000	120	39%
\$2.000 a \$5.000	80	26%
\$6.000 a \$9.000	79	26%
Más de \$16.000	30	10%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>



¿Cuál es el tiempo de pago más cómoda de realizar?		
Opciones	Participantes	Porcentaje
Mensual	169	55%
Ninguna de las anteriores	50	16%
Quincenal	80	26%
Semanal	10	3%
<b>Total general</b>	<b>309</b>	<b>100%</b>

Fuente los autores.

### 2.3.5 Conclusiones de la encuesta.

Grafico 1. Resultado encuesta frecuencia de compra.

### ¿Con qué frecuencia compra detalles sorpresa?

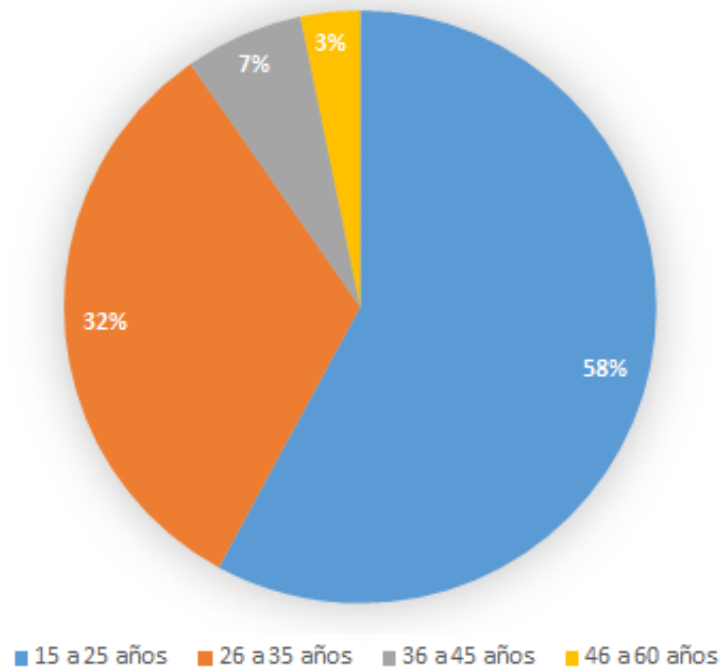


Fuente: Los autores.

Se realizó una encuesta a 309 personas cuyas frecuencias de compra de detalles sorpresa, da como resultado que el 39% de los encuestados compran mensualmente, el 36% compran semestralmente, el 19% compran anualmente y 6% nunca.

Grafico 2. Resultado encuesta rango de edad.

### ¿En qué rango de edad se encuentra?

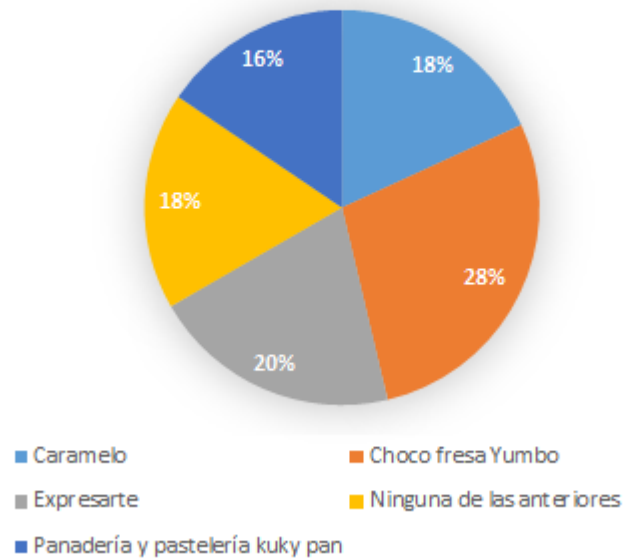


Fuente: Los autores.

El 58% se encontró en el rango de edad entre 15 y 25 años, el 32% entre 26 y 35 años, el 7% se encuentran entre 36 a 45 años y finalmente el 3% están dentro de 46 a 60 años de edad.

Grafico 3. Resultado encuesta establecimiento de compra.

### ¿En qué establecimientos suele usted comprar este tipo de detalles?

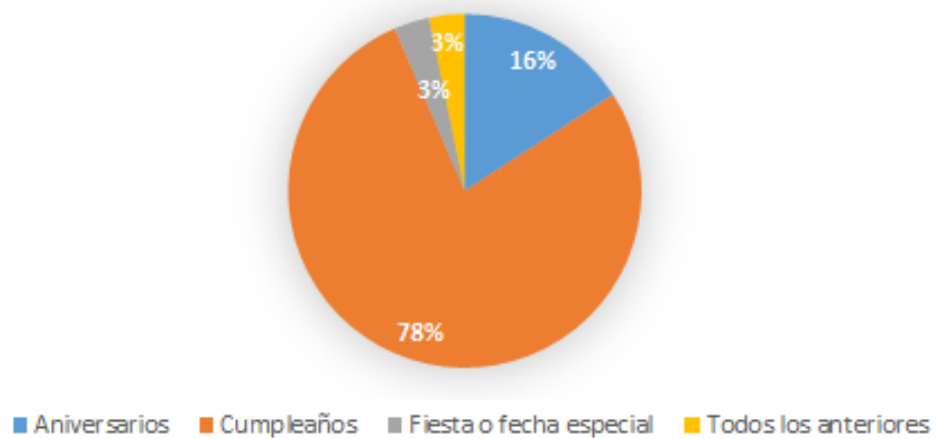


Fuente: Los autores.

El 28% realizan la compra en choco fresa Yumbo, el 20% en Expresarte, el 16% en panadería y pastelería kuky pan, el 18% en caramelo y finalmente el 18% de los encuestados notificó no comprar en ninguno de los lugares mencionados en la encuesta.

Grafico 4. Resultado encuesta motivo de compra.

### ¿Cuál es el motivo por el cual usted compra este tipo de detalles?

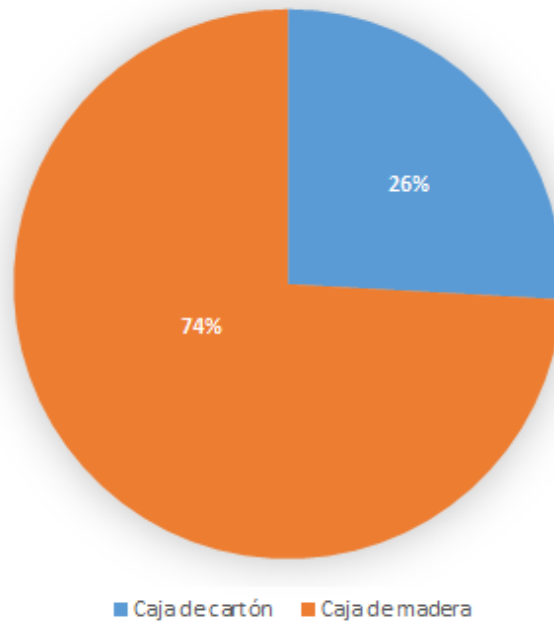


Fuente: Los autores.

El motivo por el cual compran este tipo de detalle se concluye con el 78% que se debe a cumpleaños, el 16% en aniversarios, el 3% fiesta o fechas especiales y 3% en cualquier tipo de ocasión.

Grafico 5. Resultado encuesta preferencias del detalle.

### ¿Cómo te gusta el detalle?

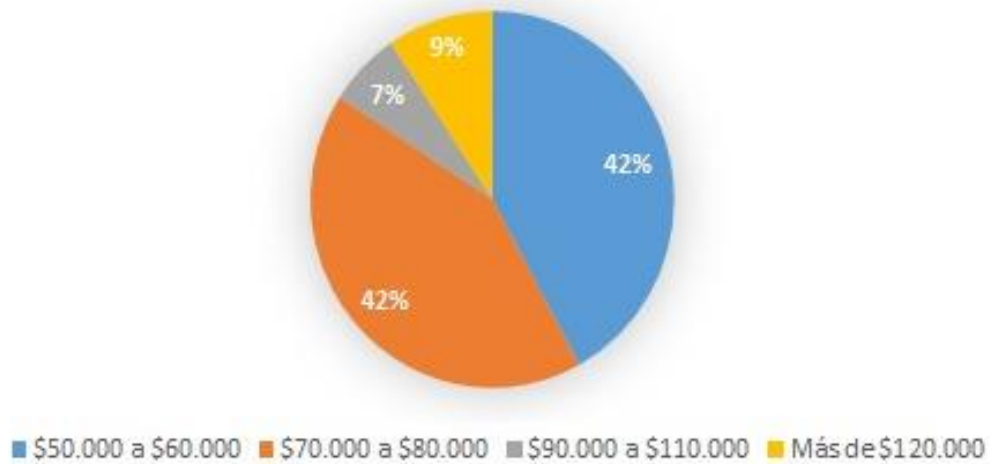


Fuente: Los autores.

El motivo por el cual compran este tipo de detalle se concluye con el 78% que se debe a cumpleaños, el 16% en aniversarios, el 3% fiesta o fechas especiales y 3% en cualquier tipo de ocasión.

Grafico 6. Resultado encuesta estudio de precios.

## ¿Cuándo ha comprado detalles sorpresa en que rango ha pagado?

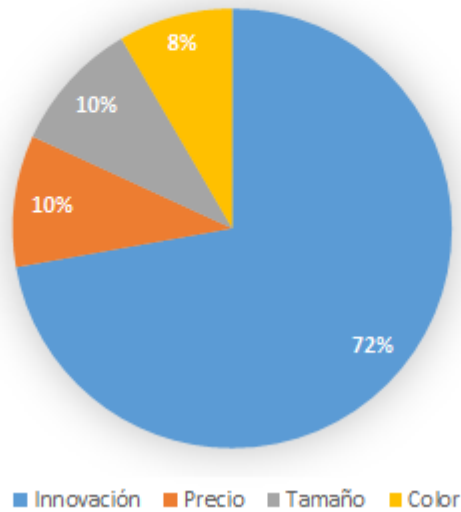


Fuente: Los autores.

El 84% de las personas encuestadas concordaron en que han pagado desde \$50.000 a \$80.000 pesos, el 9% más de \$120.000 y el 7% entre \$90.000 a \$110.000.

Grafico 7. Resultado encuesta tendencia de compra.

### ¿Qué es lo que más te gusta al comprar un detalle?

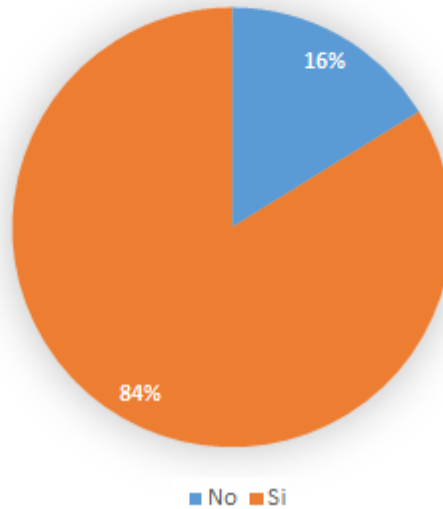


Fuente: Los autores.

El 84% de las personas encuestadas concordaron en que han pagado desde \$50.000 a \$80.000 pesos, el 9% más de \$120.000 y el 7% entre \$90.000 a \$110.000.

Grafico 8. Resultado encuesta suscripción.

**¿Se afiliaría a un plan de previsión de detalles sorpresas para ocasiones puntuales en el año?**



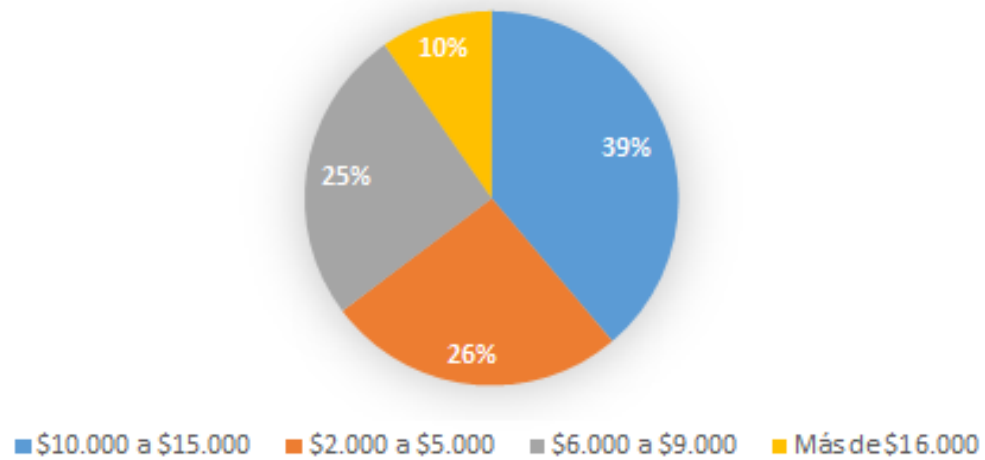
Fuente: Los autores.

El 84% de las personas encuestadas concordaron en que han pagado desde \$50.000 a \$80.000 pesos, el 9% más de \$120.000 y el 7% entre \$90.000 a \$110.000.



Grafico 9. Resultado encuesta estudio de precios suscripción.

## ¿Cuanto estas dispuesto a pagar por el plan?

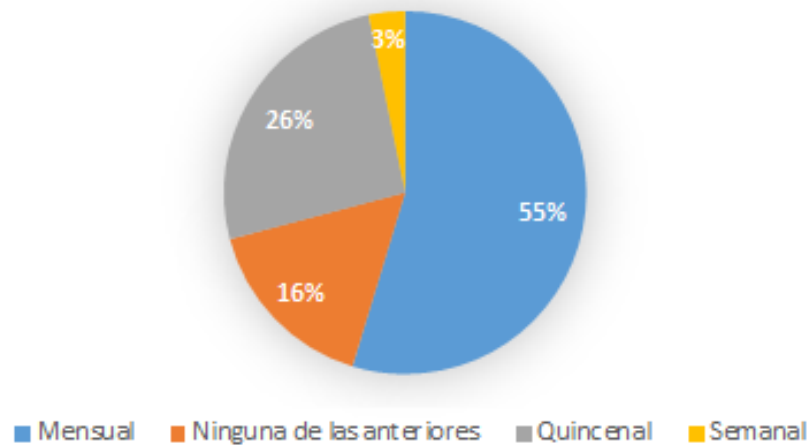


Fuente: Los autores.

El 84% de las personas encuestadas concordaron en que han pagado desde \$50.000 a \$80.000 pesos, el 9% más de \$120.000 y el 7% entre \$90.000 a \$110.000.

Grafico 10. Resultado encuesta estudio tiempo de pago suscripción.

## ¿Cuál es el tiempo de pago más cómoda de realizar?



Fuente: Los autores.

El 55% prefieren realizar el pago mensual, el 26% Quincenal, el 3% que sea semanal y el 16% del total de las personas encuestadas no está dispuesto a pagar de ninguna de las anteriores mencionadas en la encuesta.

### 2.4 PLAN DE MERCADEO

El producto ofrecido es un detalle sorpresa donde el cliente podrá escoger su propio diseño de acuerdo a sus gustos y ocasión. Este producto podrá comprarlo vía telefónicamente o virtual ya que se le lleva directamente a la persona que desee.

Hay variedad de precios dependiendo como sea escogido por el cliente, basado en el costo del producto y en el porcentaje de rentabilidad. El domicilio es gratis como estrategia de marketing.

Plaza “Mágico recuerdo” su ubicación será en el municipio de Yumbo, Valle del Cauca, el plan es adquirir experiencia, generar reconocimiento y destacar en el mercado, dando así un futuro proyecto la apertura de un punto de venta donde permita al cliente conseguir algún detalle de forma inmediata.

Promoción, el marketing que se manejara es viral, es decir por medio de las la redes sociales (emisora) con la publicación de fotos en los diferentes productos dando a conocer la diversidad de la empresa, humanizar la marca con la continua interacción de los integrantes del equipo mágico recuerdo dando a conocer quién está detrás del proyecto generando sentimiento de cariño y amistad hacia la empresa, con el fin de ser reconocidos rápidamente, además los cliente que ya tenga la experiencia de compra puedan compartir a personas de su mismo círculo, creando cadenas de experiencias.

**2.4.1 Estrategia de precios.** La empresa “Mágico recuerdo” obtendrá como estrategia de precio de acuerdo a sus bienes y servicios de forma:

***Selección:** En esta estrategia se ofrece un producto con precio superior al de mercado, y del cual los consumidores tienen un valor otorgado muy superior. Los artículos de lujo o exclusivos suelen estar promocionados mediante de este tipo de práctica de marketing*

(Galán, 2015).

Los precios oscilaran desde 45.000 hasta 160.000 pero este mismo variara dependiendo el estilo del detalle.

Los ingresos serán por la venta del producto en el local o domicilio, y por políticas de la empresa no ofrece ningún tipo de crédito.

Se estableció un precio de venta al público de acuerdo a los costos fijos y variables del producto y se comparó con los precios de las competencias con el fin de conocer cuál es el rango de precios, pero finalmente la empresa fijara sus precios de acuerdo a la calidad y estilo innovador del producto que se presentara es decir “Mágico recuerdo” está dispuesto a proponer un nuevo reto en el municipio de Yumbo donde enfocara al cliente que no es solo buscar economía sino buscar la expresión de sentimientos de una forma distinta a lo cotidiano.

**2.4.2 Estrategia de venta.** La estrategia de venta es primordialmente marketing experiencial, transmitiendo una vivencia de emociones y satisfacción al momento de la compra centrado en las necesidades a suplir y en superar sus expectativas, basado en un producto y servicio novedoso y único. Brindar un nivel de servicio exactamente de acuerdo al tiempo que lo desee el cliente.

Adicional “Mágico recuerdo”, será el encargado al 100% de lograr la plena satisfacción de los clientes al ser una empresa dedicada, pulida, pero sobre todo siendo muy detallista en cada uno de los asesoramientos al momento de tomar el pedido. “Mágico recuerdo” brinda una experiencia mejorada de lo que existe en el mercado es decir se manejan diversos menús alimenticios en las diferentes estaciones del día (desayunos, snack, almuerzos, cenas) lo que es equivalente a una empresa que distribuye alimentos balanceados a sus compradores, en relación con la mejora de servicio viene en su valor agregado debido a la implementación de tecnología por medio de un video editado con imágenes y sonidos escogidos por el usuario y portabilidad al generar el elemento descrito con un adhesivo del QR se incorpora en la caja o detalle escogido y su destino es ser reproducido por el beneficiario final, por otra parte se realiza tendencia a la mejora de este tipo de mercado con la idea de generar en el cliente familiarización a la empresa por medio de una suscripción con cobro mensual, consiste en un especie de software basado en la base de datos de cada comprador satisfecho por su primera compra a “Mágico recuerdo” realizando un sondeo si la experiencia y servicio fue el óptimo para la venta del nuevo paquete de enganche el cual si el cliente acepta la suscripción basado en la experiencia de compra empieza la familiarización con la marca, este software consiste en una serie de preguntas relacionadas con el entorno del cliente, preguntas como cumpleaños o fechas importante, cobertura a beneficiarios (pareja, familiares). El avance de este servicio ingresa en el seguimiento de las experiencias impartidas en quien recibe el detalle del suscrito.

El método de pago para la adquisición de un detalle sorpresa de “Mágico recuerdo” se plantea por contado realizando transferencia, pago contra entrega, por adelantado antes de la entrega del producto al cliente final y por ultimo abono en cuotas antes de la entrega del detalle.

Para poseer el abono a cuotas el cliente deberá encontrarse inscrito en los planes que planeará la empresa durante todo el año.

Adicionalmente la empresa obtendrá ofertas en los días de temporadas como lo es día de la madre, día del padre, amor amistad y navidad.

Las ofertas que se plantearán serán amarres el cual será un incentivo por la compra, descuento desde el 10% y 30% en horas de compras estipuladas por la empresa.

“Mágico recuerdo”, es consciente de motivar a los clientes es prioridad por eso podrían contar con espectaculares ofertas y el detalle sea más especial.

**2.4.3 Estrategia promocional.** “Mágico recuerdo” Se escoge el nombre, por qué se quiere principalmente que los clientes que contraten los servicios y que le regalen a alguien especial una experiencia mágica e inolvidable por medio de un detalle.

Eslogan. “Más que detalles regalamos sonrisas”

Las estrategias publicitarias resaltan lo innovador, la atención al cliente y la calidad de servicio de “Mágico recuerdo”, al ser orientado a las personas entre 15 y 60 años de edad, se usarán herramientas web, como, Facebook, Instagram, WhatsApp, entre otras, adicional a esto se repartirá volantes en sitios bastante transitados como parques, salidas de centros comerciales y supermercados y material promocional.

Se contará con domicilios y ofrecer un servicio postventa, el cual ayudará a fidelizar a los clientes, se realizarán llamadas recordando fechas importantes, ofreciendo descuentos y un portafolio semestral o anual.

**2.4.4 Estrategia de distribución.** Los clientes tendrán acceso a los productos de “Mágico recuerdo” por medio del canal productor - consumidor, este es el canal más simple, fácil y corto para hacer llegar este producto al cliente final. Se busca tener una buena comunicación con los clientes, escuchando todos sus requerimientos, vendiendo lo que realmente se ofrece, confirmar perdidos y fidelizar a los consumidores. Físicamente llegará por medio del colaborador domiciliario, el cual se transporta en moto, en la parte trasera de la motocicleta se adecuará un almacenamiento en forma de caja para que el detalle llegue en las mejores condiciones y generar total satisfacción a quien lo recibe.

- Canales de distribución que usará
- Métodos de despacho y transporte
- Costos de transporte y seguro
- Problemas de bodegaje
- Políticas de inventario de producto terminado (en días)

**2.4.5 Políticas de servicios.** El horario de atención será de lunes a sábados de 10:00am a 6:00pm y domingos de 10:00am a 2:00pm, una de las estrategias destacadas será extender el servicio los días domingos hasta las 6:00pm solo si son fechas especiales, día de la madre, del padre, etc.

Los pedidos se podrán hacer con 2 días de anticipación a la fecha de entrega.

Los clientes deben enviar dirección, teléfono y nombre de la persona a quien va dirigido, hora en la que se debe entregar, escoger el tipo de detalle, además de esto debe enviar un video para la creación del QR.

Deben pagar por anticipado el pedido, ya sea por medio Bancario o Efecty o directamente en la empresa en efectivo.

Se tendrá una cultura empresarial teniendo en cuenta lo siguiente:

- Cultura cliente: comprometidos con la máxima satisfacción del consumidor, con atención oportuna, primordial y con respeto.
- Integridad: la relación entre clientes y colaboradores será de la manera más humana y amable posible.
- Honestidad: se actuará con la verdad en todo momento, demostrando sinceridad en lo realizado, en el actuar y en el decir.

**2.4.6 Tácticas de ventas.** El modelo de distribución del producto es directo debido a que se cuenta con establecimiento, la táctica de venta es de forma promocional, marketing viral y en fechas especiales al ejecutar las ofertas donde el producto cuenta con un distintivo que permita reconocer y conmemorar estas ocasiones.

Se presentan las ofertas de manera escrita por medio de las redes sociales y carteleras en el local.

Ofertas ganadoras para los clientes.

Información real en las redes sociales.

Mágico recuerdo, ejecutara una estrategia correcta comercial previamente definida para que los clientes se sientan satisfechos de los productos que adquieran en el momento de que se encuentren ofertados, por eso el personal reflejara:

- Claridad.
- Fidelidad.
- Flexibilidad
- Coherencia
- Iniciativa
- Consistencia.



### 3. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico a ejecutar es efectuar la posibilidad técnica de la creación de una empresa dedicada a la fabricación y venta de detalles sorpresa "Mágico recuerdo", donde se ofrecerá al consumidor diversas opciones totalmente personalizadas de acuerdo a la solicitud, precisar así la parte innovadora y creativa de la compañía para así concretar a cabo el proyecto. Lo que se aspira es poder dar respuestas oportunas al momento de que los prefieran.


En cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para así poder conocer la factibilidad económica del mismo, con eso se logra determinar cuáles son los requerimientos necesarios para así establecer el capital inicial.

#### 3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Establecer la información detallada y concreta de todo lo necesario para efectuar los inicios de apertura de la empresa, "Mágico recuerdo" como lo es el lugar donde se tendrá la mercancía a desarrollar, los requerimientos técnicos y económicos como lo son todos los elementos a utilizar, concretar la mano de obra con el fin de desarrollar toda la intimación para su manejo.

**3.1.1 Producto.** Con el fin de conocer las características del producto a comercializar se plasma para poder percibir cada una de su composición.

Cuadro 3. Ficha técnica del producto.

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
NOMBRE DE LA EMPRESA:	MAGICO RECUERDO
NOMBRE DEL PRODUCTO:	MAGICO RECUERDO
PRESENTACION DE PRODUCTO:	Se busca que toda la comunidad Yumbeña, puedan encontrar un producto que se ajuste a sus necesidades de acuerdo a su estilo. Esto permitirá que nos elijan cada vez que quieran dar un detalle sorpresa. Se realizara un detalle único y exclusivo para cada consumidor.
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
DESCRIPCIÓN:	Los motivos de las imágenes son de referencia, lo puedes personalizar de la temática que desees. Personajes, superhéroes, amor, amistad, profesiones, deportes, aficiones, celebraciones, equipos de fútbol, etc. Incluye: personalización temática de cada detalle, mensajes, fotos, y un código QR.
INGREDIENTES:	Comida de sal y de dulce, snacks y bebidas embriagantes.
EMPAQUE	
EMPAQUE PRIMARIO:	Caja de Madera.
DIMENSIONES	35cm x 25cm aproximados
ALTO	50 cms
LARGO	35 cms
ANCHO	25 cms
PESO APROX.	1000G
<b>IMAGEN DEL PRODUCTO</b>	
	
PRECAUCIONES Y MEDIDAS DE SEGURIDAD	
PRECAUCIONES:	Consumir en menos de 24 horas
ALMACENAMIENTO:	Almacénese en un lugar fresco y seco alejado de la luz solar y con el empaque cerrado

Fuente: Los autores.

Tabla 3. Descripción y costo de dulzura.

<b>DULZURA</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT VENTA</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>TOTAL COSTO</b>
Globo de 18 pulgadas transparente	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Moño en cinta de color	100	\$ 560	\$ 56.000
Peluche de 25cm aproximado	100	\$ 20.000	\$ 2.000.000
Papas pringles de 40g	100	\$ 2.900	\$ 290.000
Gomas trululu 90g	100	\$ 900	\$ 90.000
Bianchi chocolatina	100	\$ 1.500	\$ 150.000
Galleta tosh	100	\$ 500	\$ 50.000
Mani especial	100	\$ 1.700	\$ 170.000
Caja de madera	100	\$ 2.500	\$ 250.000
<b>TOTALES</b>	<b>100</b>	<b>\$ 32.560</b>	<b>\$ 3.256.000</b>
<b>30%</b>		<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 70.000</b>
		<b>TOTAL VENTA</b>	<b>\$ 7.000.000</b>

Fuente: Los autores.

Tabla 4. Descripción y costo de ternura.

<b>TERNURA</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT VENTA</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>TOTAL COSTO</b>
Globo de 18 pulgadas transparente	170	\$ 2.000	\$ 340.000
Moño en cinta de color	170	\$ 560	\$ 95.200
Cerveza	170	\$ 3.240	\$ 550.800
Papas pringles de 40g	170	\$ 2.900	\$ 493.000
Hersey	170	\$ 2.500	\$ 425.000
Chocolate Ferrero	170	\$ 1.000	\$ 170.000
M&M	170	\$ 1.400	\$ 238.000
Mani especial	170	\$ 1.700	\$ 289.000
Caja de madera	170	\$ 2.500	\$ 425.000
<b>TOTALES</b>	<b>170</b>	<b>\$ 17.800</b>	<b>\$ 3.026.000</b>
<b>60%</b>		<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 45.000</b>
		<b>TOTAL VENTA</b>	<b>\$ 7.650.000</b>

Fuente: Los autores.

Tabla 5. Descripción y costo magia.

<b>MAGIA</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>CANT VENTA</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>	<b>TOTAL COSTO</b>
Globo de 18 pulgadas transparente con globos	30	\$ 2.000	\$ 60.000
Moño en cinta de color	30	\$ 560	\$ 16.800
Peluche de 25cm aproximado	30	\$ 20.000	\$ 600.000
Rosas	30	\$ 12.000	\$ 360.000
chocolate Ferrero	30	\$ 1.000	\$ 30.000
Bianchi chocolatina	30	\$ 1.500	\$ 45.000
Bebida (Ron-Whisky-Vodka-Tequila)	30	\$ 71.000	\$ 2.130.000
Caja de madera	30	\$ 2.500	\$ 75.000
<b>TOTALES</b>	<b>30</b>	<b>\$ 110.560</b>	<b>\$ 3.316.800</b>
<b>10%</b>		<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 160.000</b>
		<b>TOTAL VENTA</b>	<b>\$ 4.800.000</b>

Fuente: Los autores.

**3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto.** Para lograr que la empresa “Mágico recuerdo” cumpla con la entrega oportuna de sus productos es importante tener un inventario ideal que le permita fabricar su producto, para esto se realizará un inventario semanal con el fin de identificar el consumo promedio de cada referencia.

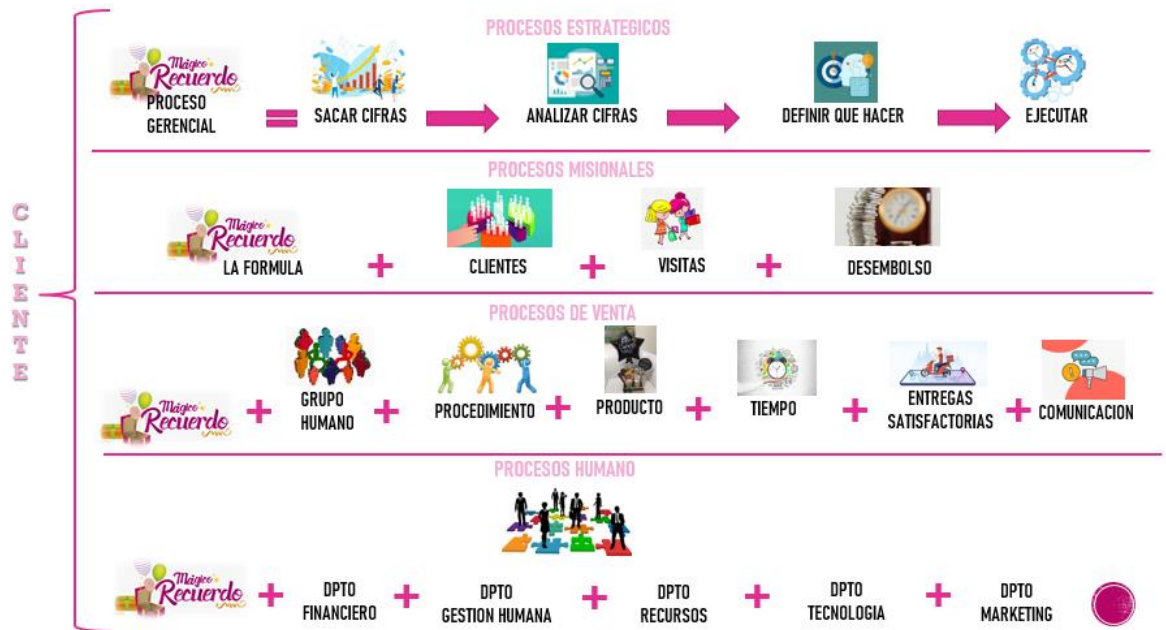
Se pretende garantizar los insumos y entrega de producto en el tiempo exacto, con su alta calidad que lo caracteriza. También es fundamental contar con zonas libres de impurezas y orden en los implementos de preparación para que así el producto se pueda conservar en óptimas condiciones.

El volumen de producción de los detalles “Mágico recuerdo” y prestación del servicio es extenso con un presupuesto aproximado de venta mensual de 294 unidades y venta diaria de 9 detalles por día, tendría atención virtual en horario de 8 horas desde las 10:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. de lunes a sábado y domingo de 10:00 a.m. hasta las 2:00 p.m. incrementando el horario del domingo en días de fechas especiales hasta las 6:00 p.m. y así cubrir la demanda solicitada, debido a un previo diagnóstico de posibles eventualidades la producción no se verá involucrada en proceso de embotellamiento en virtud de que siempre se contara con insumos y materia prima de más en el inventario para cubrir cualquier contingencia o posibles crecientes de demanda.

**3.1.3 Tamaño del proyecto.** La empresa “Mágico recuerdo” inicia como una microempresa abasteciendo las necesidades de la personas que soliciten detalles sorpresas en el municipio de Yumbo, con capacidad de 4 colaboradores los cuales se encargaran de preparación de alimentos, creación de empaque y armado, producción e impresión de adhesivos alusivos a la marca registrada “Mágico recuerdo” y distribución de detalles solicitados, se proyecta capacidad de producción mensual entre 294 detalles a 300 o más aproximadamente, pasando por diferentes fases, inicia con cotización y visualización del catálogo empresarial, negociación y ajuste de precio, tiempo estimado de creación de alimentos y armado del empaque, y finaliza con el tiempo estimado de entrega dependiendo del lugar solicitado.

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

Figura 10. Plan funcional general.



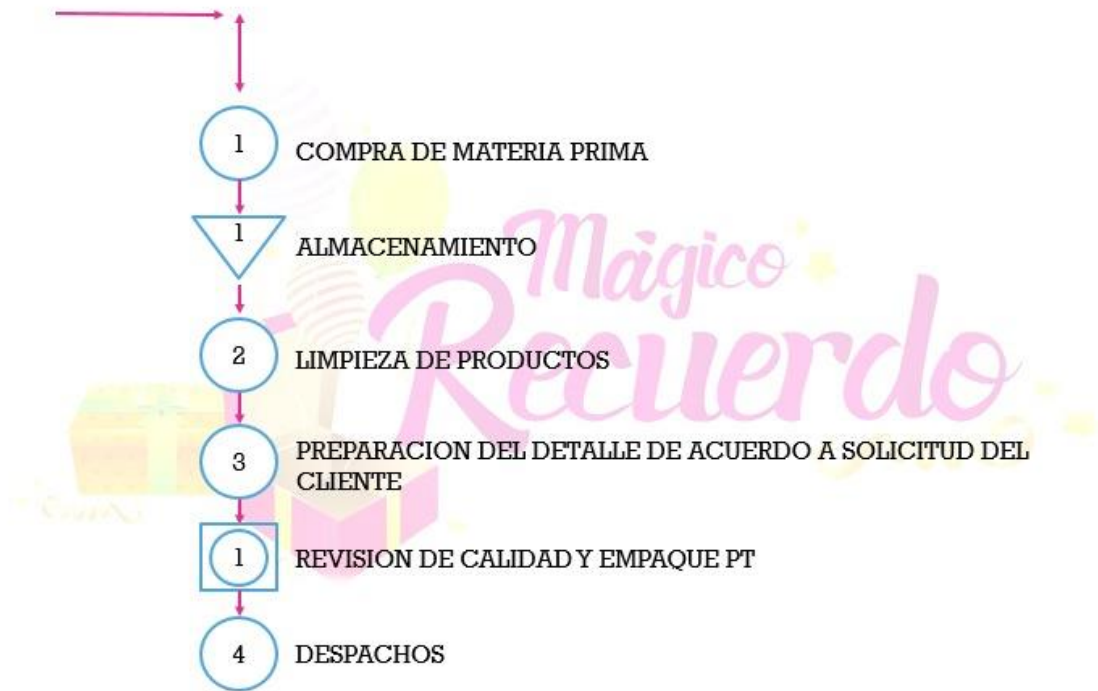
Fuente: Los autores.

Figura 11. Diagrama de flujo de procesos.



Fuente: Los autores.

Figura 12. Diagrama de procesos productivos.



Fuentes los autores.

Figura 13. Descripción de las operaciones.



Fuente: Los autores.





**3.1.5 Tecnología.** Hoy en día la tecnología ha tenido un gran impacto en la sociedad de una manera positiva, que a la vez se ha convertido en algo muy fundamental para el ser humano donde facilita ahorrar esfuerzos y tiempos. Con la invención de herramienta que agiliza y optimiza de manera más eficaz.

Por lo tanto, se considera un instrumento sustancial donde permite por medio de ella potencializar la empresa “Mágico recuerdo” debido al uso de App WhatsApp, Instagram, Facebook, página web, herramientas el cual involucra al consumidor de una manera directa con “Mágico recuerdo” al momento de comunicar la compañía.

La empresa “Mágico recuerdo”, está dispuesta a promover e invertir en todo lo referente a la publicidad, en donde se pueda encontrar la marca en cada página o redes sociales más usadas por las personas, esto permitirá obtener un reconocimiento de manera más ágil, es decir que será una herramienta fundamental en el control del marketing.

Para lograr lo deseado, será necesario obtener apoyo de personas que sean reconocidas como lo son mercadotecnia influyente además de alguien con conocimiento de diseño para captar clientes a través de la publicidad.

**3.1.6 Selección del equipo.** Es necesario conocer el equipo que se requiere para la fabricación de los detalles sorpresa:

- Nevera haceb no frost congelador superior panel digital 428 lt Himalaya negro.
- Licuadora oster 2 velocidades 1.5 lt niquelada modelo 2136096.
- Sanduchera waflera giratoria WM1000B.
- Computador portátil asus 14” pulgadas x415ja - Intel Core i3 RAM 8gb - disco ssd 512 gb azul.
- Cafetera imusa 6 tazas café city negro.
- Celular Samsung Galaxy A13 G4GB.I
- Impresora multifuncional hp 277 deskjet ink advantage blanco.

- Vitrina de vidrio
- Combo maderkit escritorio + silla.

Fichas técnicas de los electrodomésticos.

Cuadro 4. Ficha técnica nevera haceb.

FICHA TÉCNICA NEVERA HACEB NO FROST CONGELADOR SUPERIOR PANEL DIGITAL 428 LITROS HIMALAYA NEGRO	
Categoría	Refrigeración
Color	Negro
Capacidad	428 Lt
País de origen	Colombia
Garantía	12 meses
Precio	\$ 2.398.900

Fuente de tabla los autores con datos adaptados de alkomprar (2022).

Imagen 2. Nevera haceb no frost congelador superior panel digital 428 lt Himalaya negro.



Fuente: (Alkomprar, 2022)

Cuadro 5. Ficha técnica licuadora oster niquelada modelo 2136096.

FICHA TÉCNICA LICUADORA OSTER 2 VELOCIDADES 1.5 LT NIQUELADA MODELO 2136096	
Potencia	550W
Material	Plástico
No. De velocidades	2
Capacidad	1.5 lt
Garantía	12 meses
Precio	\$ 179.900

Fuente tabla los autores con datos adaptados de homecenter (2022)

Imagen 3. Licuadora oster 2 velocidades 1.5 lt niquelada modelo 2136096.



Fuente: (Homecenter, 2022).

Cuadro 6. Ficha técnica sandwichera waflera.

FICHA TÉCNICA SANDUCHERA WAFLERA GIRATORIA WM1000B	
Potencia	12000W
Material	Acero inoxidable
Modelo	WM100B
Rotación	180°
Garantía	12 meses
Precio	\$ 139.900

Fuente tabla los autores con datos adaptados de homecenter (2022).

Imagen 4. Sandwichera waflera giratoria WM1000B.



Fuente: (Homecenter, 2022).

Cuadro 7. Ficha técnica computador portátil asus azul.

FICHA TÉCNICA COMPUTADOR PORTÁTIL ASUS 14" PULGADAS X415JA - INTEL CORE I3 RAM 8GB - DISCO SSD 512 GB AZUL	
Memoria RAM	8 gb
Disco duro	512 gb
Peso	1,6 kg
Color	Azul
Pantalla	14"
Garantía	12 meses
Precio	\$ 1.483.470

Fuente tabla los autores con datos adaptados de alkomprar (2022).

Imagen 5. Computador portátil asus 14" pulgadas x415ja - Intel Core i3 RAM 8gb - disco ssd 512 gb azul.



Fuente: (Alkomprar, 2022).

Cuadro 8. Ficha técnica cafetera imusa.

FICHA TÉCNICA CAFETERA IMUSA 6 TAZAS CAFÉ CITY NEGRO	
Modelo	Imusa café city
Color	Negro
Capacidad de tazas	6 tazas
Garantía	12 meses
Precio	\$ 93.900

Fuente tabla de los autores con datos adaptados de alkosto (2022).

Imagen 6. cafetera imusa 6 tazas café city negro.



Fuente: (Alkosto, 2022).

Cuadro 9. Ficha técnica celular Samsung Galaxy A13.

FICHA TÉCNICA SAMSUNG GALAXY A13 64GB	
Sistema operativo	Android
Modelo	Galaxy A13
Color	Azul
Cámara trasera	50 mp
Batería	5000 Mah - 15 W
Pantalla	6.6" FHD+
Garantía	12 meses
Precio	\$ 649.900

Fuente tabla los autores con datos adaptados de alkosto (2022).

Imagen 7. Celular samsung galaxy A13 G4GB.



Fuente:(Alkosto, 2022).

Cuadro 10. Ficha técnica impresora multifuncional HP 277 blanco.

FICHA TÉCNICA IMPRESORA MULTIFUNCIONAL HP 277 DESKJET INK ADVANTAGE BLANCO	
Tipo	Multifuncional
Velocidad impresión	20ppm
Conexión inalámbrica	Wifi
Color	Blanco
Garantía	12 meses
Precio	\$ 259.000

Fuente los autores con datos adaptados de alkosto (2022).

Imagen 8. impresora multifuncional hp 277 deskjet ink advantage blanco.



Fuente: (Alkosto, 2022).



Cuadro 11. Ficha técnica vitrina de vidrio.

FICHA TÉCNICA VITRINA DE VIDRIO	
Categoría	Refrigeración
Color	Blanco
Dimensión	1,30 m x 2,50 m
País de origen	Colombia
Garantía	Ninguna
Precio	\$ 400.000

Fuente los autores con datos adaptados de mercado libre (2020).

Imagen 9. Vitrina de vidrio.



Fuente (Mercado libre, 2020).

Cuadro 12. Ficha técnica combo maderkit escritorio + silla.

FICHA TÉCNICA COMBO MADERKIT ESCRITORIO + SILLA	
Color	Madera
Marca	Maderkit
Tipo de mueble	Escritorio
Dimensiones	73x80.4x40cms
Garantía	12 meses
Precio	\$ 119.900

Fuente los autores con datos adaptados de alkosto (2020).

Imagen 10. Combo maderkit escritorio + silla.



Fuente (Alkosto, 2020).

Tabla 6. Resumen de descripción y cantidad del equipo requerido.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Nevera haceb no frost congelador superior pal 428 litros	1	\$2.388.900	\$ 2.388.900
Licuadaora 2 velocidades 1.5 lts niquelada marca oster	1	\$ 179.900	\$ 179.900
Sanduchera waflera giratoria WM1000B	2	\$ 139.900	\$ 279.800
Computador portátil asus 14" x415ja Intel Core i3 ram8gb disco ssd 512gb	1	\$1.483.470	\$ 1.483.470
Cafetera imusa 6 tazas café city negro	1	\$ 93.900	\$ 93.900
Samsung Galaxy A13	1	\$ 649.900	\$ 649.900
Impresora multifuncional hp 277 deskjet inj	1	\$ 259.000	\$ 259.000
Vitrina de vidrio	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Combo maderkit escritorio + silla	1	\$ 119.900	\$ 119.900
			<b>\$ 5.854.770</b>

Fuente. Los autores.

- Se seleccionó la nevera haceb no frost congelador superior panel digital 428 lt Himalaya negro, debido a que es de marca reconocida por su durabilidad en electrodomésticos y adicional por la capacidad de almacenamiento, se tendrá el suficiente espacio para la debidas y cadena de frio de todos los productos.
- Se seleccionó la licuadora oster 2 velocidades 1.5 lt niquelada modelo 2136096, por marca reconocida y gran potencia para trabajo en jornadas extensas.
- La sanduchera waflera giratoria WM1000B, porque permitirá realizar variedad de alimentos en diferentes estilos.
- Se seleccionó el computador portátil asus 14" pulgadas x415ja - Intel Core i3 RAM 8gb - disco ssd 512 gb azul, ya que tiene una capacidad muy alta de almacenamiento, adicional al procesador permitirá tener programas de diseños.
- La cafetera imusa 6 tazas café city negro, por potencia y marca del producto.
- Se seleccionó el celular Samsung Galaxy A13 G4GB, por la marca y adicional porque es un producto de alta calidad.

- Se seleccionó la impresora multifuncional hp 277 deskjet ink advantage blanco debido a la alta capacidad de impresión.
- Se seleccionó la vitrina, debido a que será el mostrador del local donde se podrá visualizar los productos disponibles.
- Se seleccionó el combo maderkit escritorio + silla, con el fin de organizar el espacio de trabajo en el local.

**3.1.7 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos.** Se detalla el plan de compras de las materias primas que impactan en la fabricación del detalle sorpresa mágico recuerdo de la siguiente manera:

Tabla 7. Materia prima.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Costo x Unds	Costo Total
Globos	50	\$ 680	\$ 34.000
Topper	50	\$ 3.800	\$ 190.000
Caja de madera	30	\$ 4.000	\$ 120.000
cinta de papel	10	\$ 1.800	\$ 18.000
cinta de tela	20	\$ 7.900	\$ 158.000
Cartulina	30	\$ 600	\$ 18.000
Muñecos de algodón	15	\$ 20.000	\$ 300.000
Cervezas Corona	10	\$ 3.204	\$ 32.040
Cervezas Heineken	10	\$ 3.833	\$ 38.330
Ron viejo de Caldas	2	\$ 39.950	\$ 79.900
Whiskey something special	2	\$ 63.300	\$ 126.600
Tequila olmeca	2	\$ 71.000	\$ 142.000
Crema de whiskey baileys	2	\$ 55.400	\$ 110.800
Aguardiente	2	\$ 27.000	\$ 54.000
Chocolatina jumbo	50	\$ 2.500	\$ 125.000
Papas	50	\$ 2.900	\$ 145.000
Maní	30	\$ 1.700	\$ 51.000
Frasco de cristal	10	\$ 2.000	\$ 20.000
Chocolates M&M	20	\$ 1.400	\$ 28.000
Gomas trululu	60	\$ 900	\$ 54.000
Mugs	10	\$ 9.000	\$ 90.000
Bianchi	10	\$ 1.500	\$ 15.000
Jugo Hit	10	\$ 765	\$ 7.650
Gaseosa x 235 ml	10	\$ 1.646	\$ 16.460
			<b>\$ 1.973.780</b>

Fuente. Los autores.

Tabla 8. Insumos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Costo x Unds	Costo Total
Marcadores	20	\$ 2.050	\$ 41.000
Colores	3	\$ 17.000	\$ 51.000
Lapicero	2	\$ 600	\$ 1.200
Escarcha	30	\$ 1.280	\$ 38.400
Temperas	4	\$ 11.490	\$ 45.960
Block	30	\$ 4.600	\$ 138.000
Silicona	5	\$ 800	\$ 4.000
Tijeras	3	\$ 5.600	\$ 16.800
Colbon	2	\$ 10.400	\$ 20.800
Lápiz	2	\$ 5.400	\$ 10.800
			<b>\$ 367.960</b>

Fuente. Los autores.

Tabla 9. Gastos administrativos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Costo x Unds	Costo Total
Servicios públicos	1	180000	\$ 180.000
Servicio de telefonía e internet	1	80000	\$ 80.000
Kit artículos de aseo	1	35000	\$ 35.000
Camisa estampada	12	15000	\$ 180.000
			<b>\$ 475.000</b>

Fuente: Los autores.

### 3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Ubicación geográfica de mágico recuerdo

- Carretera principal salida e ingreso del municipio de Yumbo
- Zona comercial, cercana al centro comercial único
- Ubicación estratégica cerca al parque bolívar más visitado por los Yumbeños.
- Ubicación estratégica, no existe competencia cercana al punto de venta
- Facilidad de exposición para clientes generando un mayor impacto en la toma de decisión de compra
- Permite a los clientes encontrar la ubicación del local de manera fácil y rápida.
- Mercado semi-virtual, con plataforma para pedidos en línea y atención presencial en el local.

La ubicación geográfica de la empresa “Mágico recuerdo” cuenta con una localización altamente estratégica dentro del municipio de Yumbo, en el barrio Bolívar, vía muy transitada adicional cerca a unos de los parques principales del municipio.

El clima del municipio de Yumbo, es un factor importante en la disposición de desplazamientos de los compradores es otro punto a favor para clientes que quieran observar los productos del catálogo, manejando un clima cálido la mayor temporada del año.

En pro del medio ambiente se realiza la adecuada recolección y selección de desechos orgánicos, limpieza y desinfección constante de cocina, estanterías y demás para un ambiente limpio y agradable visualmente, en ahorro inteligente se ejecutará la desconexión de electrodomésticos cuando su tiempo de uso este libre con esto disminuyendo el consumo innecesario de energía

Cuadro 13. Ficha técnica local.

FICHA TÉCNICA LOCAL "MÁGICO RECUERDO"	
Área	3m x 5.60m
Localización	Calle 4 #31-37, al aire libre zona comercial
Comuna	2
Barrio	Bolívar
Estrato	3

Fuente los autores.

Imagen 11. Local "Mágico recuerdo".

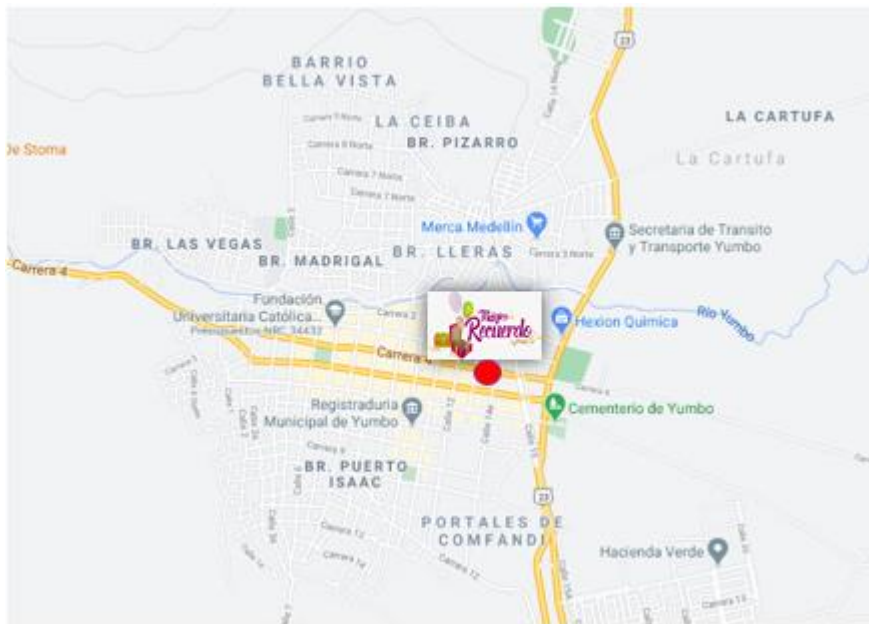


Fuente los autores.

**3.2.1 Macro localización.** Las variables que se tuvo en cuenta al momento de elegir donde se instalaría la empresa mágico recuerdo ubicada en el municipio de Yumbo fue en el barrio Bolívar debido a lo siguiente:

- No cuenta con competencia directa
- Cercanía a uno de los parques más visitados por los ciudadanos.
- El monto de pago de arriendo es de \$390.000 pesos, un presupuesto moderado debido a que el dueño es familiar de uno de los socios.
- Facilita un impacto de compra por ser una vía muy transitada.
- El local cuenta con servicios públicos.
- La distancia de movilidad es muy mínima.
- Vías en óptimas condiciones.

Figura 14. Localización geográfica en tiempo real de "Mágico recuerdo".



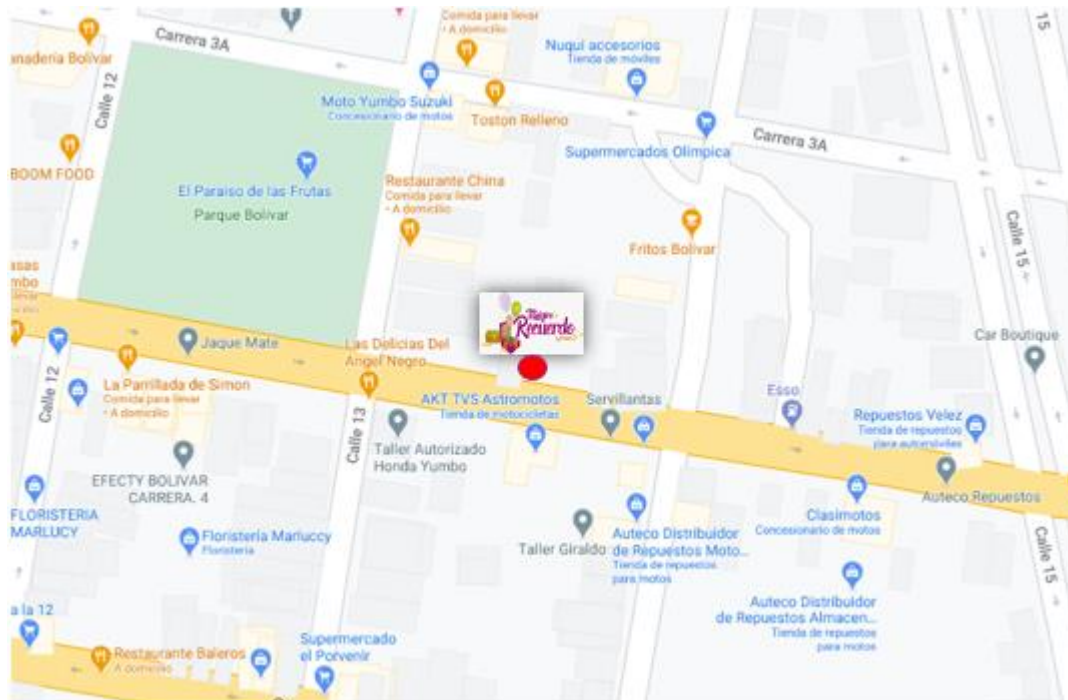
Fuente los autores con datos adaptados de google mapas (2020).



**3.2.2 Micro localización.** De acuerdo a la zona que se tuvo en cuenta para la localización de la empresa, contar primeramente con un inmueble que cumpliera con las primeras condiciones de la compañía.

- Estar ubicado en el municipio de Yumbo
- Estar ubicado en un sitio en un entorno sano.
- Contar con un espacio de fácil tránsito
- Revisión de vecinos y establecimientos cercanos.
- Se encuentra en un nivel socioeconómico estrato 2,3 y 4 del municipio.

Figura 15. Localización geográfica en tiempo real de "Mágico recuerdo".



Fuente los autores con datos adaptados de google mapas (2020)

## **4. LINEAMIENTOS ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

### **4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

En el municipio de Yumbo, Departamento Valle del Cauca, República de Colombia, el 25 de Septiembre del 2021, Dolly Marcela Gómez Figueroa, mayor de edad identificado con cedula de ciudadanía número 1.151.952.208 expedida en Cali Valle, de estado civil soltera domiciliado en el municipio de Yumbo en la dirección Carrera 15 # 7b-04 barrio Buenos Aires, Kelly Cano Ol, mayor de edad identificado con cédula de ciudadanía número 1.118.304.723 expedida en Yumbo Valle, estado civil soltera domiciliado en el municipio de Yumbo Valle en la dirección Carrera 4 # 13-37 barrio Bolívar y Stephania Ramírez González, mayor de edad identificado con cédula de ciudadanía número 1.118.259.666 expedida en el municipio de Vijes Valle del Cauca, estado civil soltera domiciliado en el municipio de Vijes Carrera 7 # 9-81 barrio Patio Bonito II, quien para los efectos se denominan los constituyentes en la constitución de una sociedad por acciones simplificada (SAS), que se regulará conforme a lo establecido en la ley. La sociedad actuará bajo la nominación mágico recuerdo S.A.S. El capital social se divide en cuotas de igual valor y se pagará totalmente al momento de constituirse. La representación está en cabeza de todos los socios, salvo que se delegue un tercero, en caso de muerte de algunos de los socios, continuará sus herederos, salvo a su estipulación. La sociedad tendrá por objeto la producción y comercialización de detalles sorpresa. El capital autorizado para la constitución de la sociedad está dividido en aportes de igual valor para los socios.

**4.1.1 Misión.** Mágico recuerdo es una empresa dedicada a la comercialización de detalles sorpresa con servicio de suscripción, esta cuenta con un equipo altamente calificado y trabaja bajo muy buenos estándares de calidad y ayuda con el crecimiento industrial del municipio de Yumbo.

**4.1.2 Visión.** En el año 2025 mágico recuerdo será conocido como una de las primeras opciones a la hora de las personas elegir un detalle sorpresa para cualquier ocasión especial al ofrecer variedad y calidad en sus productos.

**4.1.3 Valores corporativos.** Mágico recuerdo estará enfocado en suplir las necesidades de sus clientes a la hora de adquirir sus productos y tendrá un alto compromiso con todos ellos.

- **Calidad:** Se iniciará con la elección de los mejores proveedores para la compra de excelentes productos, se cumplirá con todos los requisitos de calidad a la hora de manipular los alimentos, al prepararlos y entregarlos al cliente final.
- **Creatividad e innovación:** Los productos entregados por mágico recuerdo serán de acuerdo con las temáticas que los clientes deseen, personalizados y con un QR el cual lleva a las personas a un video, que hará que se sientan más cercanos.
- **Compromiso del equipo:** Se contará con personal capacitado, con capacidad de trabajar en equipo y con alto compromiso a la hora de satisfacer las necesidades del cliente generando una total confianza en este al adquirir los productos.
- **Trabajo en equipo:** Se actúa en conjunto, dedicación y compromiso para alcanzar el objetivo en común.
- **Integridad:** haciendo lo correcto.

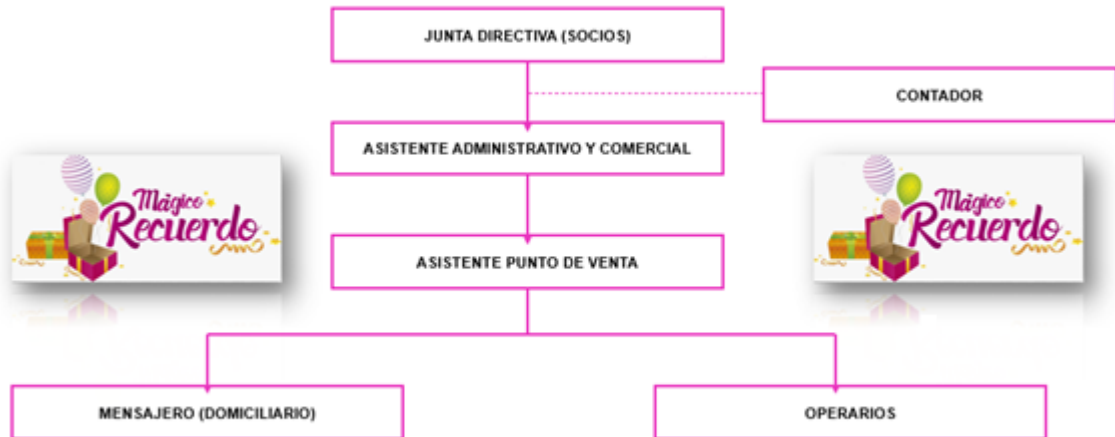
**4.1.4 Filosofía de trabajo.** Innovación, compromiso y responsabilidad para brindar el óptimo servicio al cliente con calidad en la creación de los productos, mejorando cada día en diferentes técnicas y tecnologías aplicables como proceso de mejora continua, valorando el talento humano del equipo de colaboradores asegurando y sobresaliendo en la competitividad del mercado.

## 4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se representa de la siguiente manera las funciones delegadas al equipo de trabajo de la empresa “Mágico recuerdo” con la correspondiente jerarquía.

### 4.2.1 Organigrama.

Figura 16. Organigrama mágico recuerdo.



Fuente los autores.

Se realizó la organización de los procesos operativos con el fin de llevar un orden en el proceso de compra del punto de venta, como se muestra a continuación:

**4.2.2 Procesos operativos.** De acuerdo con los procesos de compra en el punto de venta se ha realizado con los procesos operativos, tal cual cómo se desarrolla a continuación.

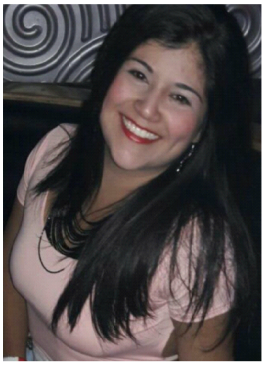
Cuadro 14. Descripción objetivos del proceso operativo mágico recuerdo.


<b>PLANEACION</b>	
¿Quién?	El administrador.
¿Cuándo?	El cliente realice e pedido ya sea en el PDV, redes sociales o llamada telefónica.
¿Cómo?	Escribir el pedido en el formato de los pendientes.
<b>HACER</b>	
¿Quién?	Operarios.
¿Cuándo?	De acuerdo a las fechas de entregas de los pedidos.
<b>VERIFICAR</b>	
¿Quién?	Administrador.
¿Dónde?	Mediante la fabricación.
¿Cómo?	Cumpliendo con los tiempos establecidos de la compañía
<b>ACTUAR</b>	
Entregar el pedido al cliente final en el tiempo adecuado y con la calidad que identifica la compañía.	

Fuente los autores.

#### 4.2.3 Descripción del puesto. perfil de los socios.

<b>Kelly Vanessa Cano Ol</b>		
	<b>Documento de identidad</b>	1.118.304.723
	<b>Teléfono</b>	312 787 6337
	<b>Dirección</b>	Cra 14 # 8-14
	<b>Estado civil</b>	Soltera
	<b>Email</b>	<a href="mailto:vcano7727@gmail.com">vcano7727@gmail.com</a>
	<b>Estudios</b>	Técnica en gestión empresarial Abril 2021 en Fundación Universitaria Lumen Gentium
	<b>Estudios</b>	Bachiller técnico en programación digital.

<b>Dolly Marcela Gómez Figueroa</b>		
	<b>Documento de identidad</b>	1.151.952.208
	<b>Teléfono</b>	3217329452
	<b>Dirección</b>	Kr 15 No 7B-04
	<b>Estado civil</b>	Soltera
	<b>Email</b>	<a href="mailto:margomez2432@gmail.com">margomez2432@gmail.com</a>
	<b>Estudios</b>	Técnica en gestión empresarial Abril 2021 en Fundación Universitaria Lumen Gentium
	<b>Estudios</b>	Bachiller académico

<b>Stephanía Ramirez Gonzalez</b>		
	<b>Documento de identidad</b>	1.118.259.666
	<b>Teléfono</b>	3103551708
	<b>Dirección</b>	Kr 7 No 9-81
	<b>Estado civil</b>	Soltera
	<b>Email</b>	<a href="mailto:sterago16@gmail.com">sterago16@gmail.com</a>
	<b>Estudios</b>	Técnica en gestión empresarial Abril 2021 en Fundación Universitaria Lumen Gentium
	<b>Estudios</b>	Bachiller académico

#### 4.2.3.1 Asistente administrativo y comercial.

Cuadro 15. Descripción de cargo (asistente administrativo y comercial).

	<b>Nombre de la empresa:</b> MAGICO RECUERDO	<b>CODIGO</b> GTH - DC -005	<b>VERSION</b>
	<b>DESCRIPCION DE CARGO</b>	<b>VIGENCIA</b> 31/DIC/2.021	001
		<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
<b>Seccion:</b>	Administrativa		
<b>Nombre del cargo:</b>	Asistente administrativa y comercial		
<b>Cargo jefe inmediato</b>	Junta directiva		
<b>Ciudad:</b>	Yumbo		
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>			
Entregar documentación contable al contador externo dentro del tiempo estipulado, controlar las actividades en relación con los proveedores, velar por las compras, llevar el inventario y realizar actividades de ventas.			
<b>3. COMPETENCIA REQUERIDA</b>			
<b>Educacion</b>	<b>Primaria</b>		
	<b>Educacion media</b>		
	<b>Educacion superior</b>		<b>Programas especificos</b>
	<b>Tenico</b>	X	Administración de empresas/Ingenieria industrial
	<b>Tecnologico</b>		
	<b>Profesional</b>		
<b>Especializacion</b>			
<b>Conocimientos especificos</b>	Manejo de herramientas ofimaticas		
<b>Informacion complementaria</b>	Conocimientos contables		
<b>Competencias</b>	<b>GENERALES</b>		<b>ESPECIFICAS</b>
	Liderazgo		Análisis de información
	Visión integral del negocio		Comunicación
	Apertura al cambio		Sentido de pertenencia
	Orientación al objetivo comun		Trabajo bajo presión
	Integridad		Planeación, seguimiento y control
	Desarrollo propio de otros		Organización
Actitud de servicio		Retador	
<b>Experiencia requerida</b>	<b>No requiere</b>	<b>Entre 6 meses</b>	<b>Entre 2 a 3 años X</b>
<b>4. RESPONSABILIDADES</b>			
<b>GENERALES:</b> Garantizar el adecuado registro de las operaciones logisticas de la empresa, mediante el direccionamiento y control de procesos de promociones generando una visibilidad y oportuna capacitación del mercado potencial.			
<b>ESPECIFICAS:</b> Registrar, procesar y tramitar documentos contables, comprar productos y servicios.			

Responsabilidad		Entregable
Asegurar el buen funcionamiento del area administrativa, planificar y coordinar las actividades del área, mantener contacto con los proveedores negociando las condiciones y las cantidades de lo que necesita la producción.		Habilidades personales de auto disciplina, creatividad, espíritu de equipo, empatia, don de la palabra, saber escuchar y buena memoria.
		Retroalimentar a la empresa del mercado
		Entregar documentación organizada al contador
		Verificar y llevar el inventario
		Ayudar con la planificación de la producción
		Recepción de facturas
		Entregar informe sobre ventas mensuales a la junta directiva
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO		
Cumplir y velar por el cumplimiento de todo lo relacionado con seguridad y salud en el trabajo		
SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD		
Analizar los indicadores de gestión del proceso que representa a las ventas		
Responder ante las necesidades internas y externas de la empresa		
Velar por el cumplimiento de la misión y visión de la empresa		
Supervisar continuamente los procesos del mercado		
Velar por el cumplimiento de los estandares de calidad en el producto		
RESPONSABILIDADES POR PERSONAL A CARGO		
Ver organigrama		
5. AUTORIDAD		
Decisiones sin consultar		Decisiones a consultar con socios
Actualización de procesos comerciales		Realización de compras
Envío de documentación mensual al contador		Ventas
Informe de ventas mensuales		Planificación de producción
		Programación de pago a proveedores
CONTROL DE CAMBIOS		
VERSION	ECHA DE ACTUALIZACION	DESCRIPCION DEL CAMBIO
001	30 de octubre del 2.021	Crecion del documento
002	27 de agosto de 2.022	Actualización

Fuente: Los autores



#### 4.2.3.2 Administrador punto de venta.

Cuadro 16. Descripción de cargo (administrador punto de venta).

	Nombre de la empresa:	CODIGO		VERSION
	MAGICO RECUERDO SAS	GTH - DC -005		001
	DESCRIPCION DE CARGO	VIGENCIA		
		31/DIC/2.021		
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO</b>				
Seccion:	Gerencia general			
Nombre del cargo:	Administrador			
Cargo jefe inmediato:	Socios de la junta directiva			
Ciudad:	Yumbo			
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>				
Dirigir, controlar y coordinar los procesos y procedimientos, verificar el cumplimiento de funciones, gestionar y calcular la gestion contable y presupuestal.				
<b>3. COMPETENCIA REQUERIDA</b>				
Educacion	Primaria			
	Educacion media			
	Educacion superior		Programas especificos	
	Tecnico			
	Tecnologico	X	Gestion empresarial.	
	Profesional	X	Administrador de empresas.	
Especializacion				
Conocimientos especificos	Manejo de software y manejo de estrategias e ideas que aporten al crecimiento de la empresa.			
Formacion complementaria	Conocimiento en finanzas y conocimiento contables.			
Competencias	GENERALES		ESPECIFICAS	
	Liderazgo		Analisis de informacion	
	Vision integra del negocio		Comunicación	
	Apertura al cambio		Sentido de pertenencia	
	Orientacion al objetivo comun		Trabajo bajo presion	
	Integridad		Planeacion, seguimiento y control	
	Desarrollo propio de otros		Organización	
	Actitud de servicio		Retador	
Experiencia requerida	No requiere	Entre 6 meses	X	Entre 2 a 3 años
Experiencia especifica en el rol a realizar				

4. RESPONSABILIDADES		
<b>GENERALES:</b>		
Un administrador es una persona con visión, que es capaz de aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa.		
Capacidad de tomar decisiones que orienten efectivamente a las empresas y que utilicen eficazmente los recursos que posee la empresa para alcanzar unos objetivos primordiales como son la innovación, la competitividad y la generación de valor económico y social tanto para el cliente como para sus partes relacionadas,		
<b>ESPECIFICAS:</b>		
Responsabilidad	Entregable	
Hacer acompañamiento al director comercial y financiero.	Informes financieros delegados por director de finanzas, aprobación de personal a contratar recursos humanos, revisar balances y estados financieros de la compañía.	
Organización de métodos, producción, planeamiento, finanzas, mercadeo, supervisión, ventas, capacitación, selección de personal, puede desempeñarse también como administrador financiero y contable, administrador de compras y ventas, administrador público y consultoría empresarial	Revisión de políticas y procesos contables para su mantenimiento y actualización de acuerdo a la normatividad vigente y logro de objetivos estratégicos de la compañía.	
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO		
Participar en la actualización de la identificación de peligros, evaluación y valoración de riesgos.		
Participar en la construcción y ejecución de los planes de acción.		
Promover la comprensión de la política en los trabajadores		
Informar sobre las necesidades de capacitación y entrenamiento de SST		
Participar en la investigación de los incidentes y accidentes de trabajo.		
Participar en las inspecciones de seguridad.		
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		
Liderar el proceso de gestión estratégica.		
Analizar los indicadores de gestión del proceso que representa.		
Elaborar y ajustar la planeación estratégica.		
Solicitar de planes de acción y propuestas de mejora de los diferentes procesos.		
Hacer cumplir los reglamentos y normas establecidos en la compañía.		
Definir las diferentes políticas organizacionales y garantizar la socialización.		
RESPONSABILIDADES POR PERSONAL A CARGO		
Ver organigrama.		
5. AUTORIDAD		
Decisiones sin consultar	Decisiones a consultar con socios	
Registro contable de las operaciones normales de la empresa.	Cambios significativos de alto impacto productivo y económico en el proceso financiero.	
Contabilización de costos y gastos aprobados en el presupuesto de la empresa.	Cambio en políticas en el proceso contable y financiero.	
Realización de pagos de tesorería aprobados en el presupuesto de la empresa.	Contabilización de costos y gastos no aprobados en el presupuesto de la empresa.	
Actualización de procesos contables y financieros.	Traslados presupuestales u otras modificaciones que cambien la estructura del presupuesto aprobado por la junta de socios.	
	Endeudamiento a bancos.	
	Cambio de estructura organizacional.	
CONTROL DE CAMBIOS		
VERSION	FECHA DE ACTUALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
001	30 de octubre del 2.021	Creación del documento

Fuente: Los autores

### 4.2.3.3 Mensajero.

Cuadro 17. Descripción de cargo (mensajero).

	<b>Nombre de la empresa:</b> MAGICO RECUERDO SAS	<b>CODIGO</b> GTH - DC -005	<b>VERSION</b>
	<b>DESCRIPCION DE CARGO</b>	<b>VIGENCIA</b> 31/DIC/2.022	001
<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO</b>			
<b>Seccion:</b>	Mensajería		
<b>Nombre del cargo:</b>	Mensajero		
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	Junta Directiva		
<b>Ciudad:</b>	Yumbo		
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>			
Atender los despachos, recibos y diligencia de la compañía, además debe contar con conocimiento de en producción.			
<b>3. COMPETENCIA REQUERIDA</b>			
<b>Educacion</b>	<b>Primaria X</b>		
	<b>Educacion media X</b>		
	<b>Educacion superior</b>	<b>Programas especificos</b>	
	<b>Tenico</b>		
	<b>Tecnologico</b>		
	<b>Profesional</b>		
<b>Especializacion</b>			
<b>Conocimientos especificos</b>	Debe contar con licencia de conducción y experiencia realizando la labor, conocimiento realizando consignaciones y gestiones de mensajería, también debe contar con experiencia en producción		
<b>Formacion complementaria</b>	Certificado en manipulación de alimentos		
<b>Competencias</b>	<b>GENERALES</b>		<b>ESPECIFICAS</b>
	Capacidad de trabajo en equipo		Capacidad de orientación
	Organización y disciplina		Capacidad del servicio al público
	Capacidad de trabajo bajo presión		Adaptación a las normas
			honestidad
<b>Experiencia requerida</b>	<b>No requiere</b>	<b>Entre 6 meses</b>	<b>Entre 2 a 3 años X</b>
<b>4. RESPONSABILIDADES</b>			
Realizar entrega del producto al cliente en las mejores condiciones, realizar consignaciones del dinero recibido en efectivo y atender los medios de comunicación que permitan atender cambios de última respecto a las normas de tránsito, en ocasiones deberá ayudar con la producción del producto final.			
<b>Responsabilidad</b>		<b>Entregable</b>	
<b>SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO</b>			
Responsabilidad con el cuidado integral de la salud, cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones del SG SST, participar en las actividades de seguridad y salud en el trabajo, informar oportunamente acerca de los peligros y riesgos en su trabajo y cumplir con las normas de seguridad e higiene de la empresa.			
<b>SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>			
Cumplir con todos los estándares de calidad al momento de realizar y entregar el producto al cliente final			
<b>RESPONSABILIDADES POR PERSONAL A CARGO</b>			
Ver organigrama			
<b>5. AUTORIDAD</b>			
<b>Decisiones sin consultar</b>		<b>Decisiones a consultar con socios</b>	
Entrega de pedidos		Consignaciones bancarias	
Incorporación en línea de creación de productos			
<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>			
<b>VERSION</b>	<b>FECHA DE ACTUALIZACION</b>	<b>DESCRIPCION DEL CAMBIO</b>	
001	30 de octubre del 2.021	Creación del documento	
002	27 de agosto de 2.022	Actualización	

Fuente: Los autores

#### 4.2.3.4 Operarios.

Cuadro 18. Descripción de cargo (operarios).

	<b>Nombre de la empresa:</b> MAGICO RECUERDO SAS	<b>CODIGO</b> GTH - DC -005	<b>VERSION</b> 001
	<b>DESCRIPCION DE CARGO</b>	<b>VIGENCIA</b> 31/DIC/2.021	001
		<b>1. IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
<b>Seccion:</b>	Operario		
<b>Nombre del cargo:</b>	Operario de producción		
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	Administrador		
<b>Ciudad:</b>	Yumbo		
<b>2. OBJETIVO DEL CARGO</b>			
Realizar labores manuales o en equipo que garanticen los procesos operacionales según lo especificado dentro de la eficiencia, calidad, reglamento de trabajo, higiene y seguridad industrial.			
<b>3. COMPETENCIA REQUERIDA</b>			
<b>Educacion</b>	<b>Primaria X</b>		
	<b>Educacion media X</b>		
	<b>Educacion superior</b>	<b>Programas especificos</b>	
	<b>Tenico x</b>	Manipulación de alimentos	
	<b>Tecnologico</b>		
	<b>Profesional</b>		
	<b>Especializacion</b>		
<b>Conocimientos especificos</b>	Habilidades en la preparación de alimentos y empaque de los mismos, espíritu para el trabajo en equipo, con orientación al éxito y capacidad del servicio al cliente.		
<b>Competencias</b>	<b>GENERALES</b>	<b>ESPECIFICAS</b>	
	Seguir programas de producción	Verificar que los productos esten en optimas condiciones	
	Aplicar practicas correctas para la elaboracion	Evitar la perdida de recursos	
	Verificar la existencias de productos	Trabajo bajo presión	
	Aplicar los requisitos de fabricación de	Organización	
Mantener su area de trabajo limpia	Buena comunicación		
		Orientación al detalle	
<b>Experiencia requerida</b>	<b>No requiere</b>	<b>Entre 6 meses X</b>	<b>Entre 2 a 3 años</b>

4. RESPONSABILIDADES		
Recibo y organización de materia prima, información acerca de productos a agotar, elaboración de comida y empaque de la misma, limpieza del area total de trabajo, organización con pedidos y buena comunicación con sualternos.		
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO		
Infomar si detecta algun peligro, participar en capacitaciones que ayudan a mejorar la identificación de peligros y riesgos, laborar de la mejor manera para cuidar la integridad de su salud y de sus compañeros.		
SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD		
Realizar los productos de alta calidad, supervisando asi el cumplimiento de la descripcion del producto de cada referencia que tiene la compañía.		
RESPONSABILIDADES POR PERSONAL A CARGO		
Ver organigrama		
5. AUTORIDAD		
Decisiones sin consultar	Decisiones a consultar con socios	
Atiende y valora las necesidades y peticiones de los usuarios y ciudadanos en general.	Confirmacion de promociones y precios.	
Connsidera las necesidades de los usuarios al diseñador proyectos o servicios.	Cmbios significativos de alto impacto prouctivo y economico en el proceso financiero.	
D respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios de conformidad con el seviicio que ofrece la entidad.	Cambio en politicas Mision y Vision.	
Establece diferentes canales de comunicación con el usuario para conocer sus necesidades y propuestas.	Contabilizacion de costos y gastos nos aprobados en el presupuesto de la empresa.	
Reconoce la interdependencia entre su trabajo y el de otros.		
CONTROL DE CAMBIOS		
VERSION	FECHA DE ACTUALIZACION	DESCRIPCION DEL CAMBIO
001	30 de octubre del 2.021	Crecion del documento

Fuente: Los autores.

### **4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL.**

EL objetivo de la contratación del personal externo a la empresa “Mágico recuerdo” es el apoyo continuo en el cronograma de actividades mensuales en eventos importantes o de mayor acogida por los cliente, dicho personal sigue una serie de pasos para la vinculación con la empresa, generando en el último filtro la selección realizada por los socios con la premisa de escoger personas idóneas que se encuentren capacitados de ejercer y aportar en la ejecución de la actividad económica de “Mágico recuerdo”.

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

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

11. Capacitación.

#### **4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL**

Buscando escoger al personal idóneo para ocupar las vacantes disponibles, la empresa realizara el siguiente procedimiento.

- Revisar dentro del personal interno si alguno cumple con el perfil requerido de forma tal que pueda aspirar a la vacante presentada.
- Informar sobre la vacante por medio de un anuncio en el periódico local, redes sociales y páginas web con el perfil buscado.
- Preseleccionar a los candidatos postulados de acuerdo con su hoja de vida
- Contactar al personal por medio de llamada telefónica para entrevista
- Revisión sobre si el candidato es idóneo para el cargo
- Realizar exámenes psicotécnicos correspondientes al área
- Inicio de la contratación correspondiente al área
- Realizar el proceso de inducción y capacitación del personal que ingresa

#### **4.5 SOLICITUD DE EMPLEO**

De acuerdo a las hojas de vida que la empresa allá recibida por los canales disponibles se realizara el proceso de preselección, estas serán estudiadas para asegurar el cumplimiento con los requisitos del cargo requerido, después de esto se agendan entrevistas y para esto se debe tener claro las respuestas a las siguientes preguntas

¿Cuenta con experiencia en relación con el cargo?

¿Cuánta experiencia tiene ejecutando el cargo?

¿Cuál es el nivel de estudio que se requiere para ocupar el cargo?

¿Qué habilidades debe tener quien ocupe el cargo?

¿Cuáles son las funciones para realizar en el cargo?

#### **4.6 ENTREVISTA**

Se realizará con el fin de medir rasgos personales, expresión verbal y presencia física. Además, para conocer a profundidad aspectos relevantes de la hoja de vida de los aspirantes.

La entrevista a llevar a cabo tendrá la siguiente estructura:

- Presentación
- Diálogo introductorio: el objetivo es crear un entorno de confianza.
- Especificación del puesto: en este punto se realizan preguntas sobre su formación profesional y académica, experiencia laboral y factores personales.
- Prueba Psicotécnica: Esta prueba la realizará un psicólogo externo y se harán con el fin de medir las características cognitivas de cada persona respecto a su rendimiento laboral.
- Cierre de la entrevista: aquí el entrevistador formulará preguntas no previstas durante la conversación.
- Despedida.



## **4.7 EXÁMENES**

Después de realizar entrevistas y contar con las personas idóneas para cada cargo estos serán sometidos a pruebas psicotécnicas, las cuales serán evaluadas por los socios.

Psicométricos:

- Prueba de personalidad: Esta prueba se realizará para todos los cargos, evaluando aptitudes, intereses y habilidades sociales.
- Prueba Verbal: Con esta determinando si el aspirante puede desempeñar el cargo siendo un receptor y emisor de información.
- Prueba numérica: Para revisar que tan rápido puede solucionar los problemas el candidato.
- Físicos: Se realiza para obtener información acerca de la salud del candidato y de posibles enfermedades que puedan presentarse de acuerdo con sus antecedentes.

## **4.8 PROCESO DE CONTRATACIÓN**

Posteriormente al ingreso del trabajador se le solicita la siguiente documentación.

- Fotocopia de la Cedula
- Actas de grado (Bachiller, técnico, tecnólogo o profesional)
- Cartas laborales
- Cartas de recomendación personal

Se elaborará el contrato de trabajo, el cual será a término fijo por tres meses inicialmente y después de renovación por tres periodos iguales pasara a término indefinido y se regirá por las disposiciones laborales que estén vigentes y las que se reformen o modifiquen durante la vigencia del contrato, en dicho contrato se incluirán las siguientes cláusulas.

- Obligaciones del trabajador
- Salario
- Trabajo suplementario y en días de descanso
- Jornada de trabajo
- Periodo de prueba
- Duración del contrato
- Sometimiento a las normas internas
- Seguridad social
- Domicilio contractual

Desde el día en el personal contratado inicie sus labores en la compañía contara con todas las prestaciones económicas que exige la ley, ARL, pensión, caja de compensación, prima, vacaciones, auxilio de transporte y cesantías.

**4.8.1 Inducción del personal.** Se realiza la inducción, brindando información específica acerca sobre el cargo a ocupar y las funciones a realizar y recibirá toda la información sobre los siguientes aspectos generales:

- Medicina preventiva, higiene y seguridad y salud en el trabajo.
- Sistema de gestión integrado: Misión, visión, políticas y objetivos, servicio al cliente: atención personalizada, quejas, reclamos y sugerencias.
- Mercadeo y ventas: Productos y portafolio de productos, segmentación del mercado.

- Producción y Logística: Recibo de materias primas, producción de detalles, empaque, despacho y entrega.
- Despacho: Operación de distribución, conceptos generales, entrega de productos.
- Instalaciones y mantenimiento: Clasificación de actividades, modo de operación y proceso, infraestructura y recursos.

## **4.9 PROCESO DE CONTRATACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL**

**4.9.1 Capacitación.** El proceso de capacitación de dará por parte de los socios de la compañía, se realizará de acuerdo al cargo con esto asegurando el desarrollo personal del equipo de trabajo y para que el buen funcionamiento de la empresa se lleve a cabo sin problema alguno. Estarás a cargo de brindar la capacitación los socios de la compañía realizando la inducción sobre identificación de fallas que se puedan presentar y posibles soluciones, atención al cliente, como atender quejas y reclamos, buenas prácticas de manufactura, tácticas de venta, trabajo en equipo y elaboración y entrega del producto final.

## **4.10 FUNCIONES ESTRATÉGICAS Y FUNDAMENTOS DE CARGOS**

**4.10.1 Descripción de áreas.** Área administrativa y financiera, área comercial y área operativa

- Área administrativa y financiera: La junta directiva, el contador y la asistente administrativa se encargarán de la gestión contable y financiera, de velar por el cumplimiento y función adecuado de estos procesos y por el bienestar de los empleados, como también del trato a los proveedores, compras e inventarios.

- Área comercial: El director administrativo y comercial se encargará de realizar la gestión adecuada de los recursos para realizar el cumplimiento de ventas.
- Área operativa: Operarios y mensajero - Realizara los procesos adecuados para la creación de los detalles sorpresa, tendrán un buen control sobre el uso de materias primas, darán cumplimiento a la entrega de producto al cliente final.

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

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

Cuadro 19. Características de cargo.

CARGO	NIVEL ACADÉMICO	EXPERIENCIA LABORAL
Asistente administrativa y comercial	Tecnóloga	2 a 3 años
Administrador	Tecnólogo	6 meses
Operario de producción	Educación media	6 meses
Mensajero	Educación media	2 a 3 años

Fuente: Los autores.

**4.10.3 Identificación y naturaleza de los cargos. Se describen los cargos y su dependencia.**

**4.10.3 .1 Asistente administrativo y comercial.** Pertenece a la gerencia general.

Cuadro 20. Identificación del cargo (asistente administrativo y comercial).

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del cargo</b>	Asistente administrativa y comercial	<b>Dependencia</b>	Gerencia General
<b>Nivel funcional</b>	Administrativo	<b>No. de personas a cargo</b>	0
<b>Jefe inmediato</b>	Junta directiva (Socios)		

Fuente los autores.

**4.10.3.2 Administrador punto de venta.** Pertenece a la gerencia general.

Cuadro 21. Identificación (administrador)

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>			
<b>Nombre del cargo</b>	Administrador	<b>Dependencia</b>	Gerencia General
<b>Nivel funcional</b>	Administrativo	<b>No. de personas a cargo</b>	0
<b>Jefe inmediato</b>	Junta directiva (Socios)		

Fuente los autores.

#### 4.10.3.3 Operario. Pertenece a dependencia administrativa.

Cuadro 22. Identificación del cargo (operario).

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
<b>Nombre del cargo:</b>	Operario	<b>Dependencia:</b>	Administrativo
<b>Nivel funcional:</b>	Producción	<b>No. Personas a cargo:</b>	0
<b>Jefe inmediato:</b>	Administrador		

Fuente los autores.

#### 4.10.3.4 Mensajero. Pertenece a dependencia administrativa.

Cuadro 23. Identificación del cargo (mensajero)

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
<b>Nombre del cargo:</b>	Mensajero	<b>Dependencia:</b>	Administrativo
<b>Nivel funcional:</b>	Producción	<b>No. Personas a cargo:</b>	0
<b>Jefe inmediato:</b>	Administrador		

Fuente los autores.

**4.10.4 Perfil de los cargos.** Mágico recuerdo realiza una descripción de los perfiles para cada cargo.

Tabla 10. Funciones específicas del cargo.

CARGO	Nro. DE EMPLEADOS	SALARIO	FUNCIONES
<b>Dpto. Administrativo y comercial</b>	1	<b>\$1.100.000</b>	Diseñar y ejecutar acciones de venta
			Realizar las compras necesarias para la operación y programar pago a proveedores
			Realizar inventarios
			Entregar documentación contable
<b>Administrador PDV</b>	1	<b>\$1.000.000</b>	Definir la producción de las ordenes de pedido
			Supervisar al personal
			Controlar los tiempos y movimientos
			Atender al cliente
			Controlar el movimiento diario de ingresos
<b>Operario</b>	1	<b>\$1.000.000</b>	Fabricar los detalles
			Entregar PT a tiempo
			Mantener el espacio de trabajo limpio
			Velar por el cumplimiento de la calidad en los detalles
<b>Mensajero</b>	1	<b>\$1.000.000</b>	Entregar el producto en el tiempo estipulado
			Informar si presenta novedades con la entrega
			Prestar apoyo al área de producción

Fuente los autores.

#### **4.11 ASPECTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA MÁGICO RECUERDO**

##### Modelo de sociedad

Para llevar a cabo el objeto social de la empresa, se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), esto debido a que nos permite ahorrarnos trámites, creándola mediante un documento privado, ayudándonos con esto a ahorrar dinero, como también no obligaciones a tener un revisor fiscal.

El capital social se divide en cuotas de igual valor y se pagará totalmente al momento de constituirse. La representación está en la cabeza de todos los socios, la sociedad tendrá por objeto la producción y comercialización de detalles sorpresa. El capital autorizado para la constitución de la sociedad está dividido en aportes de igual valor para los socios.

##### Creación de la empresa

Es necesario tener en cuenta los trámites legales y certificados requeridos por la cámara de comercio a continuación, se relacionan cotizaciones de algunas entidades sobre los formularios y certificados a tener en cuenta.



Imagen 12. Formularios de bomberos de Yumbo.



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

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

**FECHA:**

**INSTRUCCIONES ESPECIALES:**

1. ESTA INFORMACIÓN ES PARA USO EXCLUSIVO DEL CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE YUMBO.
2. UNA VEZ RECIBIDA ESTA INFORMACIÓN SERÁ ENVIADA LA LIQUIDACIÓN.
3. EL VALOR DE LA LIQUIDACIÓN DEBE SER CONSIGNADO LA CUENTA CORRIENTE N° 018469999884 DEL BANCO DAVIVIENDA.
3. INMEDIATAMENTE SE CONSIGNE EL VALOR DE LA INSPECCIÓN DEBE ENVIAR COPIA DEL RECIBO DE CONSIGNACIÓN O TRANSFERENCIA.
4. LA INSPECCIÓN SE REALIZARÁ 5 DÍAS DESPUÉS DE RECIBIDA LA COPIA DE LA CONSIGNACIÓN
5. EL INFORME SE ENTREGARÁ 5 DÍAS DESPUÉS DE REALIZADA LA VISITA

**INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

NOMBRE DE LA EMPRESA: \_\_\_\_\_

NOMBRE DE RAZÓN SOCIAL: \_\_\_\_\_

NOMBRE DE REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_

PERSONA CONTACTO: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN: \_\_\_\_\_ TELÉFONO: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

NIT/RUT: \_\_\_\_\_ CÓDIGO CIU: \_\_\_\_\_

USO: (MARQUE CON UNA X)    COMERCIAL:     INDUSTRIAL:     SERVICIOS:

ESTRATO: \_\_\_\_\_    ÁREA CONSTRUIDA m<sup>2</sup> \_\_\_\_\_

DESCRIBA BREVEMENTE EL OBJETO DE LA COMPAÑÍA: \_\_\_\_\_


---

**ALMACENAMIENTO DE MATERIALES**  
MP - MATERIAS PRIMAS - PT PRODUCTO TERMINADO

CANTIDAD	Kg	Ton	DESCRIPCIÓN	MP	PT

Fuente: Página de bomberos Yumbo.

Imagen 13. Formulario M-FO-110 uso de suelos.

 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b> SECRETARÍA DE PLANEACIÓN	<b>M-FO-110 - SOLICITUD DE INFORMACIÓN SOBRE NORMA URBANÍSTICA Y/O USO DEL SUELO</b> Versión 8 Acta de mejoramiento 19 de enero 21 de 2020 <b>Proceso M-CA-003</b> DIRECCIÓN DE SERVICIO AL CIUDADANO	Espacio para radicación
---	--	-------------------------

**1. DATOS DEL SOLICITANTE:**

NOMBRES Y APELLIDOS del solicitante.			
Documento de Identidad	<input type="text" value="CC."/> <input type="text" value="NIT."/> <input type="text" value="Otro ¿cuál?"/>	Número:	
Indique en la casilla, dónde desea recibir la respuesta a su solicitud (una sola opción):			
Dirección de correspondencia	<input type="checkbox"/>	Código Postal:	
Correo Electrónico	<input type="checkbox"/>	Reclama en Ventanilla SDP <input type="checkbox"/>	
Número de teléfono(s) de contacto(s) <small>(preferiblemente teléfono fijo)</small>			

**2. TIPO DE SOLICITUD:**

Diligencie el tipo de información que necesita:

<b>2.1 Uso del Suelo</b> Actividad Económica que va a desarrollar en el predio. (Ejemplo: Bar, Cigarrería, Peluquería, Discoteca, etc.)	
<b>2.2 Norma Urbanística</b> (Ejemplo: altura permitida, antejardín, pisos que están permitidos construir en el predio-Edificabilidad, etc.)	

**3. IDENTIFICACIÓN DEL PREDIO A CONSULTAR:**

DIRECCION ACTUAL (campo obligatorio)				Localidad:
CODIGO CHIP (campo obligatorio)	<input type="text" value="A"/> <input type="text" value="A"/> <input type="text" value="A"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	Números                      Letras		En caso de anexar documento(s) soporte, relaciónelos en el campo de observaciones.
Barrio/ Urbanización/ Desarrollo				

Observaciones que puedan orientar su solicitud.	
---	--

Dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012, en mi calidad de titular de la información, autorizo a la Secretaría Distrital de Planeación de manera expresa, voluntaria, previa, explícita e irrevocable para que recolecte, compile, confirme, notifique, empee, analice, estudie, conserve, reciba, y disponga de mis datos personales, los cuales serán utilizados para dar una respuesta oportuna y efectiva a mi solicitud. Manifiesto que los datos aportados en esta solicitud son ciertos y que cumplen con los requisitos para acceder a la pretensión realizada. De manera expresa informo que he sido informado(a) del tratamiento al que serán expuestos mis datos y su finalidad, conforme a la "Política de protección de datos personales", la cual se encuentra disponible en el portal WEB ([www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co)).

<input type="button" value="SI"/> <input type="button" value="NO"/>	<input type="text" value="Firma Solicitante"/>
---	--

*EVITE ENGANOS: Todo trámite ante esta entidad es gratuito, excepto los costos de reproducción de documentos. Verifique su respuesta en la página [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co) link "Estado Trámite". Denuncie en la línea 195 opción 1 Cualquier irregularidad.*

## INSTRUCCIONES

Para el diligenciamiento de este formato utilice letra legible (impresa), sin enmendaduras ni tachones e incluya toda la información requerida y verídica para una respuesta efectiva a su solicitud:

### 1. DATOS DEL SOLICITANTE:

- Escriba el nombre del solicitante (persona natural o jurídica).
- Marque con una X según sea la condición: C.C - Cédula de Ciudadanía, NIT- Número de Identificación Tributaria, Otro - Ejemplo: C.E- Cédula de Extranjería, RC - Registro Civil.
- Indique en la casilla, en donde desea recibir la información, solo un medio, y diligencie el campo correspondiente.
- Escriba los números de teléfonos (preferiblemente fijo) y/o celular donde se pueda ubicar al solicitante, en caso de aclarar o ampliar la información aportada.

### 2. TIPO DE SOLICITUD: Diligencie el tipo de solicitud que necesita:

- 2.1. Uso de suelo: indique la actividad económica principal que va a desarrollar en el predio de consulta. (Ejemplo: Bar, Cigarrera, Peluquería, Librería, Discoteca, etc.)
- 2.2. Norma Urbanística: si necesita conocer cuántos pisos están permitidos para construir en el predio (Edificabilidad), altura permitida, antejardín, etc.

### 3. IDENTIFICACION DEL PREDIO A CONSULTAR:

- Dirección actual: identificación del predio objeto de consulta, la cual debe corresponder al número catastral del inmueble.
- Código CHIP: identificación predial proporcionada por la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital-UAECD a cada predio del Distrito; que tiene la localización y corresponde al predio en consulta.
- Barrio/Urbanización/Desarrollo: nombre del barrio, urbanización, desarrollo, donde se localiza el predio objeto de consulta.
- Localidad: corresponde al lugar (Entidad territorial de la circunscripción Distrital), nombre de la Alcaldía Local, donde se ubica el predio objeto de consulta.

### RADICACIÓN


- Opción 1. Presencial: este formato debidamente diligenciado presentelo en la ventanilla única de radicación de la Secretaría Distrital de Planeación, ubicado en el primer piso del SuperCADE-CAD, carrera 30 N°. 25-90, en el horario de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 5:30 p.m. en jornada continua.
- Opción 2. Virtual: en la página WEB [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co), link "*Radicación Virtual*", para utilizar este canal es necesario que realice su registro y escriba los caracteres de verificación. Si desea adjuntar este formato diligenciado u otro documento para completar su solicitud, es importante anotar los datos correctos del CHIP del predio en consulta para una adecuada respuesta. Es de aclarar que el CHIP es el Código homologado de identificación predial que asigna la Unidad Administrativa Especial de Catastro a cada predio del Distrito Capital, el cual lo puede ubicar en el recibo del impuesto predial del predio en consulta.

### NOTAS

- Verifique su respuesta ingresando a la página WEB [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co), link "*Estado del Trámite*" y digite el número del radicado inicial y los caracteres de seguridad, ejemplo: 1-20300-30000
- La solicitud tendrá respuesta dentro de los términos establecidos en la Ley, o salvo norma legal especial.
- La respuesta se enviará por el medio que el solicitante indicó.

Fuente: Pagina alcaldía mayor de Bogotá.

Imagen 14. Formulario para la certificación sanitaria.

 <p><b>Alcaldía de Yumbo</b></p>	MACROPROCESO: GESTIÓN DE LA SALUD MUNICIPAL		Código: GSM-SP-01-FO051		
	PROCESO: SALUD PÚBLICA		TRD: 160-09.03		
	SUBPROCESO: ALIMENTOS Y BEBIDAS		Versión: 00		
	REGISTRO: ACTA DE INSPECCIÓN SANITARIA CON ENFOQUE DE RIESGO E INSTRUCTIVO PARA ESTABLECIMIENTOS DE PREPARACIÓN DE ALIMENTOS		Fecha de emisión: Octubre 12 de 2016		
CIUDAD: _____	FECHA: _____ día / mes / año	ACTA N° _____			
TIPO DE ESTABLECIMIENTO: <input type="checkbox"/> Restaurante <input type="checkbox"/> Cafetería <input type="checkbox"/> Panadería <input type="checkbox"/> Frutería <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Comidas rápidas <input type="checkbox"/> Comedores <input type="checkbox"/> Culi					
ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD _____					
<b>IDENTIFICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>					
<b>*CAMPO OBLIGATORIO</b>					
RAZÓN SOCIAL _____					
*CÉDULA / NIT _____		*NÚMERO DE INSCRIPCIÓN _____			
*NOMBRE COMERCIAL _____					
*DIRECCIÓN _____		MATRÍCULA MERCANTIL _____			
*DEPARTAMENTO _____		*MUNICIPIO _____			
Barrio <input type="checkbox"/> Vereda <input type="checkbox"/> Comuna <input type="checkbox"/> Localidad <input type="checkbox"/> Sector <input type="checkbox"/> Corregimiento <input type="checkbox"/> Caserío <input type="checkbox"/> UPZ <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Culi: _____					
TELÉFONOS _____		FAX _____			
CORREO ELECTRÓNICO _____					
NOMBRE DEL PROPIETARIO _____					
DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> Número de documento _____		*NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL _____			
*DOCUMENTO DE IDENTIFICACION C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> *Número de documento _____		*DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN _____			
*DEPARTAMENTO _____		*MUNICIPIO _____			
*HORARIO Y DÍA DE FUNCIONAMIENTO _____		*NÚMERO DE TRABAJADORES _____			
<b>CONCEPTO SANITARIO DE ÚLTIMA VISITA SANITARIA</b>					
FECHA DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	día / mes / año	FAVORABLE	% DE CUMPLIMIENTO DE LA ÚLTIMA INSPECCIÓN	%	
		FAVORABLE CON REQUERIMIENTOS			
		DESFAVORABLE			
<b>*MOTIVO DE LA VISITA</b>					
PROGRAMACIÓN	SOLICITUD DEL INTERESADO	ASOCIADA A PETICIONES, QUEJAS Y RECLAMOS			
SOLICITUD OFICIAL	EVENTO DE INTERÉS EN SALUD PÚBLICA	SOLICITUD DE PRÁCTICA DE PRUEBAS/ PROCESOS SANCIONATORIOS ADMIN.			
OTRO	Especifique _____				
<b>EVALUACIÓN</b>					
Aceptable (A)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple la totalidad de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar				
Aceptable con Requerimiento (AR)	Marque con una X cuando el establecimiento cumple parcialmente los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar				
Inaceptable (I)	Marque con una X cuando el establecimiento no cumple ninguno de los requisitos descritos en el instructivo para el aspecto a evaluar				
No Aplica (NA)	Marque con una X la casilla "NA" en caso que el aspecto a verificar no se realice por parte del establecimiento y calificar como Aceptable (A). Justificar la razón del no aplica en el espacio de hallazgos.				
Crítico (C)	Marque con una X la casilla "C" cuando el incumplimiento del aspecto a verificar afecte la inocuidad de los alimentos y deba aplicar Medida Sanitaria de Seguridad que impida que el establecimiento continúe ejerciendo sus labores				
<b>I. CONDICIONES SANITARIAS DE INSTALACIONES Y PROCESO</b>					
1	<b>EDIFICACION E INSTALACIONES</b>	<b>A</b>	<b>AR</b>	<b>I</b>	<b>HALLAZGOS</b>
1.1	Localización y diseño. <small>(Resolución 2674/2013, Artículo 6, Numerales 1.1, 1.2, 1.3, 2.1, 2.3 y 2.6.; Artículo 32, Numerales 1, 2, 3, 4, 6 y 7; Artículo 33, Numeral B)</small>	2	1	0	


Fuente. Página alcaldía de Yumbo.

Imagen 15. Gastos notariales

		<b>NOTARIA UNICA DEL CIRCULO DE YUMBO</b> <b>RAÚL JIMÉNEZ FRANCO</b> NIT 2.688.391-5		<b>CRA 3 NO. 4-31</b> Tels: 669 5001 - 669 3887	
		Fecha de Emisión: 01/01/2011			
Hojas Matriz: 3	Anexos: 4	No. de Copias: 2			
<b>COTIZACIÓN</b>					
<b>DERECHOS DE ESCRITURACIÓN</b>			Cuantía	Derechos Notariales	
CONSTITUCION DE SOCIEDAD ANONIMA			10.000.000	48.350	
<b>SubTotal Derechos:</b>			<b>48.350</b>		
Descripción Servicios	Cant.	Valor Unitario	Total		
HOJAS MATRIZ TARIFA NORMAL	3	3.500	10.500		
2 COPIAS TARIFA NORMAL	14	3.500	49.000		
VERIFICACIÓN BIOMÉTRICA	3	2.900	8.700		
<b>SubTotal Derechos de escrituración</b>			<b>116550</b>		
<b>Descripción Impuestos</b>			<b>Total</b>		
IVA (19 %)			22.140		
Retención			0		
Otros Impuestos			0		
<b>SubTotal Impuestos</b>			<b>22140</b>		
<b>Entidades Oficiales</b>			<b>Total</b>		
Supernotariado			8.300		
Fondo Nacional Notariado			8.300		
Aportes Especiales			0		
<b>SubTotal Entidades Oficiales</b>			<b>16600</b>		
<b>Total Vendedor</b>		0	<b>Total Comprador</b>		0
FIRMA LIQUIDADOR LEILA VIVIAN JIMENEZ VALLEJO			<b>GRAN TOTAL</b>		
			<b>155.300</b>		
ESTOS VALORES SON APROXIMADOS, DEPENDEN DEL NUMERO DE HOJAS, DOCUMENTOS Y ACTOS					

Fuente. Notaria primera de Yumbo

Imagen 16. Registro en cámara y comercio de Cali.



**Cámara de Comercio de Cali**

**Solicitud de Inscripción**  
Registros Públicos

F-RP-0064

**Versión 22**

Vigencia: 18/11/2020

---

DATOS DE LA EMPRESA O ENTIDAD

Nombre propietario o Razón social \_\_\_\_\_  
NIT \_\_\_\_\_

---

DATOS DE LA PERSONA QUE PRESENTA LA DOCUMENTACIÓN – SPREP

Nombres y apellidos \_\_\_\_\_  
 Número de Identificación \_\_\_\_\_ C.C.  PEP  NIT  C.E.  T.I.  PASAPORTE   
 Fecha de expedición del documento de identificación \_\_\_\_\_  
 Lugar de expedición del documento de identidad \_\_\_\_\_  
 Celular \_\_\_\_\_ Correo Electrónico \_\_\_\_\_  
 Solicito la inscripción de (relacione los actos que desea registrar):  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

*\*IMPORTANTE: Tenga en cuenta que el acto que usted señale en este campo, es el que la Cámara de Comercio registrará en virtud del principio de rogación que rige nuestra actividad. De no ser el representante legal de la empresa o la persona encargada del trámite, por favor consulte con ella antes de diligenciar este campo, toda vez que una solicitud posterior generará un nuevo cobro.\**

---

DATOS DE LA FACTURA

A nombre de quien se elabora la factura: \_\_\_\_\_  
 Número de identificación \_\_\_\_\_ C.C.  PEP  NIT  C.E.  T.I.  PASAPORTE   
 Celular \_\_\_\_\_ Correo Electrónico \_\_\_\_\_

---

DATOS EN CASO DE DEVOLUCIÓN

Si transcurridos 45 días a partir de la devolución o desistimiento de este trámite, los documentos no han sido reclamados, la Cámara de Comercio de Cali los remitirá a la dirección comercial reportada y de no ser posible se aplicará la disposición final que esté definida en las Tablas de Retención documental publicadas en el sitio Web de la Cámara de Comercio. La devolución del dinero se realizará por el medio aquí indicado.

Autorizo que el valor correspondiente sea devuelto a través de:

**Daviplata:** SI  NO   
**Cuenta Bancaria:** SI  NO

Nombre del titular de la cuenta: \_\_\_\_\_  
 Número de identificación \_\_\_\_\_ CC  PEP  NIT  C.E.  T.I.  PASAPORTE   
 Número de Cuenta: \_\_\_\_\_ Banco: \_\_\_\_\_  
 Tipo de Cuenta: Ahorros  Corriente

Diligencie si la cuenta indicada no corresponde al titular del registro:  
 Firma del representante legal o persona natural inscrita \_\_\_\_\_  
 Nombres y apellidos \_\_\_\_\_  
 Número de identificación \_\_\_\_\_ CC  PEP  NIT  C.E.  T.I.  PASAPORTE

**Autorizo el descuento del valor de servicio de mensajería por la devolución de documentos**

Con la firma de la presente solicitud de inscripción, autorizo de forma libre, consciente, expresa e informada a la Cámara de Comercio de Cali, persona jurídica de derecho privado identificada con NIT. 896.389.001-1, con domicilio en Cali en la calle 8 No. 3-14 Edificio Cámara de Comercio de Cali, con teléfono PBX (+572) 8841388, en calidad de responsable, para que realice el tratamiento de los datos personales que suministro para la realización del presente trámite registral, con el objeto de verificar mi identidad electrónicamente ante la réplica de la base de datos biográfica de la Registraduría Nacional del Estado Civil y almacenar los datos reportados en la solicitud de inscripción como soporte del trámite registral realizado. Declaro que: 1) En mi calidad de titular de la información, se me ha informado que los datos sujetos a tratamiento serán aquellos suministrados a la Cámara de Comercio para el presente trámite 2) Conozco que no estoy obligado a autorizar el tratamiento de datos sensibles 3) La Cámara de Comercio de Cali me ha informado como titular de datos de carácter personal, que podré ejercer mis derechos a conocer, actualizar y rectificar mis datos personales, ser informado sobre el uso que se le ha dado, solicitar prueba de la autorización otorgada, revocar la autorización y/o solicitar la supresión de sus datos, acceder en forma gratuita a los mismos, dirigiendo mi queja o reclamo al correo electrónico: protecciondatos@ccc.org.co, o a la dirección: Calle 8 No.3-14 Edificio Cámara de Comercio (Cali – Valle – Colombia), indicando mis datos completos. A su vez, declaro conocer que tengo derecho a presentar quejas ante la Superintendencia de Industria y Comercio por infracción a la ley. Todo lo anterior de conformidad con el Manual de Políticas de Tratamiento de datos personales de la Cámara de Comercio de Cali, el cual se me ha informado se encuentra disponible para pública consulta en la dirección web www.ccc.org.co

Hago constar que al momento de la matrícula mercantil, la Cámara de Comercio de Cali me informó acerca de los beneficios de la Ley 1788 de 2016

Atentamente,

Firma del solicitante

<b>Sede Principal</b> Calle 8 N 3 - 14 SF 02 8861000	<b>Sede Oficina</b> Calle 9 N 27 - 42 SF 02 8861000 886.128	<b>Sede Únicamente</b> CC 2000000 Paseo Luján 3694 SF 02 8861000 8862.7027 y 712	<b>Neque</b> Calle 9 N 8 - 25 SF 02 8861000 886.742	<b>Aguadulce</b> Calle 27 N 220 - 71 SF 02 4338719	<b>Puerto de Atención Semanal</b> Sede 1 - C.C. 15 Carvajal Calle 10 N 9-33A, Semanal SF 02 8861000 Ext. 171
--	--	--	--	--	---

[www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co)  





**ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO**

El sistema de información de la Registraduría Nacional del Estado Civil presentó fallas al momento de validarse la huella o el número de identificación:  falla técnica

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

Nombre de quien autoriza Coordinador CAE / Responsable CAE Sede \_\_\_\_\_

Nombre del cajero \_\_\_\_\_

Observaciones  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Exclusivo para presentación personal de personas naturales identificadas con pasaporte



**Cámara de Comercio de Cali**

**CONSTANCIA DE PRESENTACIÓN PERSONAL**

certifica que:

\_\_\_\_\_

Nombre y apellidos

Identificado con:  Pasaporte No. \_\_\_\_\_

Número \_\_\_\_\_

Compareció y manifestó que el anterior documento es cierto y que la firma y huella que aparecen son suyas.

El compareciente

\_\_\_\_\_

Firma



Huella

Santiago de Cali \_\_\_\_\_

Fecha (día - mes - año)

Observaciones

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

**Sede Principal:** Calle 8 # 3 - 16, Cali 800000  
**Sede Obispo:** Cua # 4-25 - 42, Cali 800000  
**Sede Unicomera:** CC Unicomera, Páramo La Cruz, Cali 800000  
**Nambo:** Cua 9 # 8 - 25, Cali 800000  
**Aguatama:** Cua 27 # 100 - 71, Cali 800000  
**Parque de Atención al Cliente:** Local 1 - C.C. El Cardenal, Cali 800000

[www.ccc.org.co](http://www.ccc.org.co)  


Fuente. Cámara de comercio 2020.



## 5. ESTRUCTURA FINANCIERA

### 5.1 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 11. Inversión

INVERSIÓN EN PESOS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Vitrina de vidrio	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Combo maderkit escritorio + silla	1	\$ 119.900	\$ 119.900
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 519.900</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
Nevera haceb no frost congelador superior pal 428 litros	1	\$2.388.900	\$2.388.900
Licuadora 2 velocidades 1.5 lts niquelada marca oster	1	\$ 179.900	\$ 179.900
Sanduchera waflera giratoria wm1000b	2	\$ 139.900	\$ 279.800
Cafetera imusa 6 tazas café city negro	1	\$ 93.900	\$ 93.900
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$2.942.500</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES</b>			
Computador portátil Asus 14" x415ja Intel Core i3 ram8gb disco ssd 512gb	1	\$1.483.470	\$1.483.470
Samsung Galaxy a13	1	\$ 649.900	\$ 649.900
Impresora multifuncional hp2775deskjet inj	1	\$ 259.000	\$ 259.000
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES</b>			<b>\$2.392.370</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$5.854.770</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
Registro mercantil cámara de comercio	1	\$ 87.000	\$ 87.000
Bomberos	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Uso de suelo	1	\$ 32.000	\$ 32.000
Higiene y sanidad	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Gastos notariales	1	\$ 180.000	\$ 180.000
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>\$ 339.000</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Microsoft office 365 pymes 2022	1	\$ 585.000	\$ 585.000
McAfee total protection	1	\$ 159.000	\$ 159.000
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>\$ 744.000</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
Pinturas y otros	1	\$ 600.000	\$ 600.000
<b>TOTAL ADECUACIONES</b>			<b>\$ 600.000</b>
<b>PUBLICIDAD</b>			
Avisos publicitarios	1	\$ 430.000	\$ 430.000
Volantes			\$ 100.000
Evento inauguración			\$ 700.000
Pautas en redes sociales			\$ 200.000
Pautas emisora			\$ 150.000

<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>			<b>\$1.580.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$3.263.000</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Nominas			\$4.100.000
Gastos de administración			\$ 475.000
Inventarios			\$1.973.780
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$6.548.780</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			<b>\$15.666.550</b>
<b>% INVERSIÓN A FINANCIAR</b>			<b>70%</b>
<b>INVERSIÓN A FINANCIAR</b>			<b>\$10.966.585</b>
<b>MESES A DIFERIR</b>			<b>12</b>
<b>VALOR DIFERIDO MENSUAL</b>			<b>\$ 913.882</b>

Fuente los autores.

De acuerdo con la tabla de inversión en pesos será de un total de \$15.666.550 distribuidos entre activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, con una proyección de un año para así dar inicio con la propuesta.

## 5.2 DEPRECIACIÓN

Se interpreta la depreciación en pesos de cada uno de los activos fijos conformados por muebles y enseres, maquinaria y equipos de cómputo con un tiempo máximo de cinco años.

Tabla 12. Depreciación.

DEPRECIACIÓN EN PESOS							
ÍTEM	AÑOS	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y enseres	3	\$ 14.442	\$173.300	\$173.300	\$173.300	\$	\$
Maquinaria y equipo	5	\$ 49.042	\$588.500	\$588.500	\$588.500	\$588.500	\$588.500
Equipo de cómputo y comunicaciones	4	\$ 49.841	\$598.093	\$598.093	\$598.093	\$598.093	\$
<b>TOTAL</b>		\$ 113.324	\$1.359.893	\$1.359.893	\$1.359.893	\$1.186.593	\$588.500
<b>MESES DE AÑO</b>	<b>12</b>						

Fuente los autores.

## 5.3 BALANCE INICIAL

### 5.3.1 Estado de la situación financiera inicial sin financiación en pesos.

Se puede observar el estado de la situación financiera inicial sin financiación, donde se realiza al momento de dar inicio con las propuestas estratégicas de la compañía, donde se plasman los activos, pasivos y patrimonio. Así se demuestra que el 100% del total de la inversión será asumido por los inversionistas.

Tabla 13. Balance inicial sin financiación.

<b>BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Caja	\$ 6.548.780
Cuentas por cobrar o deudores	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 6.548.780</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Muebles y enseres	\$ 519.900
Maquinaria y equipo	\$ 2.942.500
Equipo de cómputo y comunicaciones	\$ 2.392.370
(-)Depreciación acumulada	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.854.770</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Diferidos	\$ 3.263.000
Total diferidos	\$ 3.263.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 9.117.770</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.666.550</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Cuentas por pagar	\$ -
Cesantías por pagar	\$ -
Intereses a la cesantías por pagar	\$ -
Impuestos de renta por pagar	\$ -
IVA por pagar	\$ -
ICA por pagar	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Obligaciones financieras	\$ -
Leasing financiero	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital social	\$ 15.666.550
Utilidad acumulada	\$ -
Reserva legal acumulada	\$ -
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>

Fuente los autores.

### 5.3.2 Estado de la situación financiera inicial con financiación en pesos.

Se estable el estado de la situación financiera de la empresa con solicitud de préstamo para la realización de la propuesta, con una financiación equivalente al 70% de total inversión. El valor final de préstamo será de \$10.966.585 pesos.

Tabla 14. Balance inicial con financiación.

<b>BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Caja	\$ 6.548.780
Cuentas por cobrar o deudores	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 6.548.780</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Muebles y enseres	\$ 519.900
Maquinaria y equipo	\$ 2.942.500
Equipo de cómputo y comunicaciones	\$ 2.392.370
(-) Depreciación acumulada	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.854.770</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Diferidos	\$ 3.263.000
Total diferidos	\$ 3.263.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 9.117.770</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.666.550</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Cuentas por pagar	\$ -
Cesantías por pagar	\$ -
Intereses a la cesantías por pagar	\$ -
Impuestos de renta por pagar	\$ -
IVA por pagar	\$ -
ICA por pagar	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Obligaciones financieras	\$ 10.966.585
Leasing financiero	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 10.966.585</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital social	\$ 4.699.965
Utilidad acumulada	\$ -
Reserva legal acumulada	\$ -
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 4.699.965</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>

Fuente los autores

## 5.4 AMORTIZACIÓN

La amortización del crédito proyectado en pesos bajo un crédito bancario con una tasa efectiva mensual de 1.68% y anual de 22.09% a un plazo de 3 años donde el valor total a financiar es de \$10.966.585 con una cuota mensual a pagar de \$ 408.452 pesos.

Tabla 15. Amortización.

AMORTIZACIÓN EN PESOS- MAGICO RECUERDO		AMORTIZACION EN PESOS - MAGICO RECUERDO				
Valor prestamo	\$ 10.966.585	N. Cuota	Cuota	Intereses	Amortizacion	Saldo
TEA (%)	22,09%	0				\$ 10.966.585
TASA NOMINAL MENSUAL	20,13%	1	\$ 408.452,19	\$ 184.238,63	\$ 224.213,56	\$ 10.742.371,44
TASA MENSUAL	1,68%	2	\$ 408.452,19	\$ 180.471,84	\$ 227.980,35	\$ 10.514.391,09
Numero de Cuotas	36	3	\$ 408.452,19	\$ 176.641,77	\$ 231.810,42	\$ 10.282.580,67
Meses de Año	12	4	\$ 408.452,19	\$ 172.747,36	\$ 235.704,83	\$ 10.046.875,84
Cuota Fija	\$ 408.452,19	5	\$ 408.452,19	\$ 168.787,51	\$ 239.664,67	\$ 9.807.211,16
		6	\$ 408.452,19	\$ 164.761,15	\$ 243.691,04	\$ 9.563.520,12
		7	\$ 408.452,19	\$ 160.667,14	\$ 247.785,05	\$ 9.315.735,07
		8	\$ 408.452,19	\$ 156.504,35	\$ 251.947,84	\$ 9.063.787,23
		9	\$ 408.452,19	\$ 152.271,63	\$ 256.180,56	\$ 8.807.606,67
		10	\$ 408.452,19	\$ 147.967,79	\$ 260.484,40	\$ 8.547.122,27
		11	\$ 408.452,19	\$ 143.591,65	\$ 264.860,53	\$ 8.282.261,74
		12	\$ 408.452,19	\$ 139.142,00	\$ 269.310,19	\$ 8.012.951,54
		13	\$ 408.452,19	\$ 134.617,59	\$ 273.834,60	\$ 7.739.116,94
		14	\$ 408.452,19	\$ 130.017,16	\$ 278.435,02	\$ 7.460.681,92
		15	\$ 408.452,19	\$ 125.339,46	\$ 283.112,73	\$ 7.177.569,18
		16	\$ 408.452,19	\$ 120.583,16	\$ 287.869,03	\$ 6.889.700,16
		17	\$ 408.452,19	\$ 115.746,96	\$ 292.705,23	\$ 6.596.994,93
		18	\$ 408.452,19	\$ 110.829,51	\$ 297.622,67	\$ 6.299.372,26
		19	\$ 408.452,19	\$ 105.829,45	\$ 302.622,74	\$ 5.996.749,52
		20	\$ 408.452,19	\$ 100.745,39	\$ 307.706,80	\$ 5.689.042,72
		21	\$ 408.452,19	\$ 95.575,92	\$ 312.876,27	\$ 5.376.166,45
		22	\$ 408.452,19	\$ 90.319,60	\$ 318.132,59	\$ 5.058.033,86
		23	\$ 408.452,19	\$ 84.974,97	\$ 323.477,22	\$ 4.734.556,64
		24	\$ 408.452,19	\$ 79.540,55	\$ 328.911,64	\$ 4.405.645,00
		25	\$ 408.452,19	\$ 74.014,84	\$ 334.437,35	\$ 4.071.207,65
		26	\$ 408.452,19	\$ 68.396,29	\$ 340.055,90	\$ 3.731.151,75
		27	\$ 408.452,19	\$ 62.683,35	\$ 345.768,84	\$ 3.385.382,91
		28	\$ 408.452,19	\$ 56.874,43	\$ 351.577,76	\$ 3.033.805,15
		29	\$ 408.452,19	\$ 50.967,93	\$ 357.484,26	\$ 2.676.320,89
		30	\$ 408.452,19	\$ 44.962,19	\$ 363.490,00	\$ 2.312.830,89
		31	\$ 408.452,19	\$ 38.855,56	\$ 369.596,63	\$ 1.943.234,26
		32	\$ 408.452,19	\$ 32.646,34	\$ 375.805,85	\$ 1.567.428,41
		33	\$ 408.452,19	\$ 26.332,80	\$ 382.119,39	\$ 1.185.309,02
		34	\$ 408.452,19	\$ 19.913,19	\$ 388.539,00	\$ 796.770,02
		35	\$ 408.452,19	\$ 13.385,74	\$ 395.066,45	\$ 401.703,57
		36	\$ 408.452,19	\$ 6.748,62	\$ 401.703,57	\$ 0,00
				\$ 3.737.693,80	\$ 10.966.585,00	
<b>AMORTIZACION EN PESOS - MAGICO RECUERDO</b>						
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>		
<b>INTERES</b>		\$ 1.947.792,81	\$ 1.294.119,73	\$ 495.781,26		
<b>AMORTIZACION</b>		\$ 2.953.633,46	\$ 3.607.306,54	\$ 4.405.645,00		
		<b>\$ 4.901.426,27</b>	<b>\$ 4.901.426,27</b>	<b>\$ 4.901.426,27</b>		

Fuente los autores.

## 5.5 PARÁMETROS GENERALES

### 5.5.1 Parámetros económicos

Aquellos que indican la recuperación económica.

Tabla 16. Parámetros económicos.

PARÁMETROS ECONÓMICOS					
ÍTEM	2022	2023	2024	2025	2026
IPC%	5,62%	3,50%	3,60%	3,40%	3,30%
TRM (\$US\$)	\$ 3.550,00	\$ 3.530,00	\$ 3.570,00	\$ 3.640,00	\$ 3.730,00
Variación % TRM	0,05	-0,56%	1,13%	1,96%	2,47%
% Precios	5,62%	3,50%	3,60%	3,40%	3,22%
% Costos	5,62%	3,50%	3,60%	3,40%	3,22%
% Unidades	4,76%	4,76%	4,76%	4,76%	4,76%
Renta	35%	35%	35%	35%	35%
IVA	19%	19%	19%	19%	19%
ICA	0,0041	0,0041	0,0041	0,0041	0,0041
Reserva legal	12%	12%	12%	12%	12%
TRM año 2022	\$ 4.388,02				

Fuente los autores.

### 5.5.2 Parámetros laborales.

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

Tabla 17. Parámetros laborales.

PARÁMETROS LABORALES	
ÍTEM - MÁGICO RECUERDO	
SMMLV	\$ 1.000.000
Auxilio de transporte	\$ 117.172
Cesantías	8,33%
Intereses a la cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Salud	8,00%
Pensión	12,00%
ARL	0,52%
Caja de compensación	4%
ICBF	0%
SENA	0%

Fuente los autores.

**5.5.3 Cargos y salarios.** Se establecen los cargos y sus respectivos salarios.

Tabla 18. Cargos y salario.

<b>CARGOS Y SALARIOS</b>	
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	
Contador	\$ -
Asistente administrativo y comercial	\$ 1.100.000
Asistente punto de venta	\$ 1.000.000
Personal con auxilio	2
<b>PRODUCCIÓN</b>	
Operario 1	\$ 1.000.000
Personal con auxilio	1
<b>SERVICIO</b>	
Mensajero	\$ 1.000.000
Personal con auxilio	1

Fuente los autores.

**5.5.4 Parámetros recaudo.** La manera en la que se va recaudar.

Tabla 19. Parámetros de recaudo.

<b>RECAUDOS</b>	
Contado	100%
Crédito	0%
Plazo (días)	0%

Fuente los autores.

**5.5.5 Parámetros de pagos.** Manera en la que se van a realizar los pagos a los proveedores.

Tabla 20. Parámetros de pago.

<b>PAGOS</b>	
Contado	100%
Crédito	0%
Plazo (días)	0%

Fuente los autores.



**5.5.6 Parámetros gastos administración y ventas.** Se establecen los gastos administrativos y de ventas.

Tabla 21. Parámetros gastos de administración y ventas.

<b>PARÁMETROS DE GASTOS</b>			
<b>ÍTEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL AJUSTADO</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>			
Arrendamiento	1	\$ 390.000	\$ 405.600
Servicios públicos	1	\$ 180.000	\$ 187.200
Servicio de telefonía	1	\$ 80.000	\$ 83.200
Mantenimiento local	1	\$ 100.000	\$ 104.000
Mantenimiento equipo	1	\$ 150.000	\$ 156.000
Honorarios contador	1	\$ 700.000	\$ 728.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.664.000</b>
<b>IMPLEMENTO DE ASEO</b>			
Kit artículos de aseo	1	\$ 35.000	\$ 36.400
Limpiador desinfectante	1	\$ 17.750	\$ 18.460
Límpido	1	\$ 10.900	\$ 11.336
Detergente en polvo	1	\$ 6.400	\$ 6.656
Jabón de loza	1	\$ 7.200	\$ 7.488
Esponja multiuso	1	\$ 2.800	\$ 2.912
Bolsa de basura	1	\$ 1.700	\$ 1.768
Papel higiénico*12	1	\$ 16.750	\$ 17.420
Jabón líquido de manos	1	\$ 9.650	\$ 10.036
Toallas secadoras	1	\$ 7.980	\$ 8.299
Paquete de limpiones	1	\$ 4.670	\$ 4.857
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 125.632</b>
<b>ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA</b>			
Bolígrafo*12	1	\$ 7.800,00	\$ 8.112
Marcador permanente *12	1	\$ 16.800,00	\$ 17.472
Cosedora	1	\$ 18.000,00	\$ 18.720
Corrector en cinta	1	\$ 2.300,00	\$ 2.392
Ganchos cosedora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.080
Cartuchos de impresora	1	\$ 47.000,00	\$ 48.880
Lápiz*12	1	\$ 6.000,00	\$ 6.240
Clip mariposa	1	\$ 3.000,00	\$ 3.120
Resma ecológica carta	1	\$ 10.200,00	\$ 10.608
Pegante en barra	1	\$ 3.000,00	\$ 3.120
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 120.744,00</b>
<b>VENTAS</b>			
Gastos de entregas			\$ 50.000
Gasto de mercadotecnia			\$ 150.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 200.000</b>
<b>TOTAL GASTOS COMPAÑÍA</b>			<b>\$ 2.110.376,00</b>

Fuente los autores.



## 5.6 GASTOS GENERALES DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN

Se mencionan los gastos de administración, ventas y costos indirectos requeridos para la ejecución del plan de acción de la compañía, con una proyección de hasta tres años.

PROYECCIÓN DE GASTOS - MÁGICO RECUERDO															
ITEM	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3
<b>ADMINISTRACIÓN</b>															
Arrendamiento	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 405.600	\$ 4.867.200	\$ 5.031.711	\$ 5.206.312
Servicios publicos	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 187.200	\$ 2.246.400	\$ 2.322.328	\$ 2.402.913
Servicio de telefonía	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 83.200	\$ 998.400	\$ 1.032.146	\$ 1.067.961
Mantenimiento local	\$ 104.000					\$ 104.000						\$ 104.000	\$ 312.000	\$ 322.546	\$ 333.738
Implementos de aseo	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 125.632	\$ 1.507.584	\$ 1.558.540	\$ 1.612.622
Honorarios contador	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 728.000	\$ 8.736.000	\$ 9.031.277	\$ 9.344.662
Utiles de oficina y papelería	\$ 120.744		\$ 120.744		\$ 120.744		\$ 120.744		\$ 120.744		\$ 120.744		\$ 724.464	\$ 748.951	\$ 774.939
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 1.754.376</b>	<b>\$ 1.529.632</b>	<b>\$ 1.650.376</b>	<b>\$ 1.529.632</b>	<b>\$ 1.650.376</b>	<b>\$ 1.633.632</b>	<b>\$ 1.650.376</b>	<b>\$ 1.529.632</b>	<b>\$ 1.650.376</b>	<b>\$ 1.529.632</b>	<b>\$ 1.650.376</b>	<b>\$ 1.633.632</b>	<b>\$ 19.392.048</b>	<b>\$ 20.047.499</b>	<b>\$ 20.743.147</b>
<b>VENTAS</b>															
Gatos de entregas	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 620.280	\$ 641.804
Gastos de mercadotecnia	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.860.840	\$ 1.925.411
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 200.000</b>	<b>\$ 2.400.000</b>	<b>\$ 2.481.120</b>	<b>\$ 2.567.215</b>
Gastos depreciación	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 1.359.893	\$ 1.405.857	\$ 1.454.640
Gastos diferidos	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 6.946.620	\$ 7.181.416	\$ 7.430.611
<b>GASTO AL ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>\$ 2.154.376</b>	<b>\$ 1.929.632</b>	<b>\$ 2.050.376</b>	<b>\$ 1.929.632</b>	<b>\$ 2.050.376</b>	<b>\$ 2.033.632</b>	<b>\$ 2.050.376</b>	<b>\$ 1.929.632</b>	<b>\$ 2.050.376</b>	<b>\$ 1.929.632</b>	<b>\$ 2.050.376</b>	<b>\$ 2.033.632</b>	<b>\$ 24.192.048</b>	<b>\$ 25.009.739</b>	<b>\$ 25.877.577</b>
<b>GASTOS AL FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 1.954.376</b>	<b>\$ 1.729.632</b>	<b>\$ 1.850.376</b>	<b>\$ 1.729.632</b>	<b>\$ 1.850.376</b>	<b>\$ 1.833.632</b>	<b>\$ 1.850.376</b>	<b>\$ 1.729.632</b>	<b>\$ 1.850.376</b>	<b>\$ 1.729.632</b>	<b>\$ 1.850.376</b>	<b>\$ 1.833.632</b>	<b>\$ 21.792.048</b>	<b>\$ 22.528.619</b>	<b>\$ 23.310.362</b>

Fuentes los autores

## 5.7 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO

Tabla 22. Costo producto dulzura.

DULZURA	
PRODUCTO	COSTO UNIDAD
Globo de 18 pulgadas transparente	\$ 2.000
Moño en cinta de color	\$ 560
Peluche de 25cm aproximado	\$ 20.000
Papas pringles de 40g	\$ 2.900
Gomas trululu 90g	\$ 900
Bianchi chocolatina	\$ 1.500
Galleta tosh	\$ 500
Maní especial	\$ 1.700
Caja de madera	\$ 2.500
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 32.560</b>
<b>30%</b>	<b>PRECIO DE VENTA \$ 70.000</b>

Fuente los autores.

Tabla 23. Costos producto ternura

TERNURA	
PRODUCTO	COSTO UNIDAD
Globo de 18 pulgadas transparente	\$ 2.000
Moño en cinta de color	\$ 560
Cerveza	\$ 3.240
Papas pringles de 40g	\$ 2.900
Hersey	\$ 2.500
Chocolate Ferrero	\$ 1.000
M&M	\$ 1.400
Maní especial	\$ 1.700
Caja de madera	\$ 2.500
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 17.800</b>
<b>60%</b>	<b>PRECIO DE VENTA \$ 45.000</b>

Fuente los autores

Tabla 24. Costos producto magia.

<b>MAGIA</b>	
<b>PRODUCTO</b>	<b>COSTO UNIDAD</b>
Globo de 18 pulgadas transparente con globos	\$ 2.000
Moño en cinta de color	\$ 560
Peluche de 25cm aproximado	\$ 20.000
Rosas	\$ 12.000
chocolate Ferrero	\$ 1.000
Bianchi chocolatina	\$ 1.500
Bebida (Ron-Whisky-Vodka-Tequila)	\$ 71.000
Caja de madera	\$ 2.500
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 110.560</b>
<b>10%</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
	<b>\$ 160.000</b>

Fuente los autores.

Se visualiza por cada producto el paralelo diferencial de precio entre, costo y precio de venta.

Tabla 25. Resumen de venta a costo y utilidad.

<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD VENTA</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL COSTO</b>	<b>PRECIO VENTA</b>	<b>TOTAL VENTA</b>
Dulzura	103	\$ 32.560	\$ 3.353.680	\$ 70.000	\$ 7.210.000
Ternura	165	\$ 17.800	\$ 2.937.000	\$ 45.000	\$ 7.425.000
Magia	26	\$ 110.560	\$ 2.874.560	\$ 160.000	\$ 4.160.000
<b>TOTAL</b>	<b>294</b>	<b>\$ 160.920</b>	<b>\$ 9.165.240</b>	<b>\$ 275.000</b>	<b>\$ 18.795.000</b>

Fuente los autores.



Como se muestra en la tabla de costos y ventas se visualiza que costo promedio para realizar los tres productos más vendidos de mágico recuerdo es de la siguiente manera dulzura (\$70.000), ternura (\$45.000) y magia (\$160.000), por lo tanto, se llega a la conclusión que para cada venta de un detalle mágico recuerdo obtiene una ganancia de dulzura (\$37.440), ternura (\$27.200) y magia (\$49.440).

## 5.9 PROYECCIÓN ESTADOS FINANCIEROS Y FLUJO DE CAJA

**5.9.1 Estados de resultado sin y con financiación.** A continuación, se refleja el estado de resultados sin y con financiación:

Tabla 27. Estado de resultados sin financiación.

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACION - MAGICO RECUERDO															
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 18.795.000	\$ 225.540.000	\$ 235.756.962	\$ 246.436.752
(-)COSTO	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 9.165.240	\$ 109.982.880	\$ 114.965.104	\$ 120.173.024
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 9.629.760</b>	<b>\$ 115.557.120</b>	<b>\$ 120.791.858</b>	<b>\$ 126.263.729</b>
<b>EGRESOS</b>															
NOMINA	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 5.915.620	\$ 70.987.440	\$ 73.472.000	\$ 76.116.992
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 1.754.376	\$ 1.529.632	\$ 1.650.376	\$ 1.529.632	\$ 1.650.376	\$ 1.633.632	\$ 1.650.376	\$ 1.529.632	\$ 1.650.376	\$ 1.529.632	\$ 1.650.376	\$ 1.633.632	\$ 19.392.048	\$ 20.047.499	\$ 20.743.147
GASTO DE VENTAS	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.481.120	\$ 2.567.215
GASTO DE DEPRECIACION	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 113.324	\$ 1.359.893	\$ 1.405.857	\$ 1.454.640
GASTOS DIFERIDOS	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 578.885	\$ 6.946.620	\$ 7.181.416	\$ 7.430.611
ICA	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 75.180	\$ 902.160	\$ 933.736	\$ 967.350
TOTAL EGRESOS	\$ 8.637.385	\$ 8.412.641	\$ 8.533.385	\$ 8.412.641	\$ 8.533.385	\$ 8.516.641	\$ 8.533.385	\$ 8.412.641	\$ 8.533.385	\$ 8.412.641	\$ 8.533.385	\$ 8.516.641	\$ 101.988.161	\$ 105.521.628	\$ 109.279.956
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 992.375	\$ 1.217.119	\$ 1.096.375	\$ 1.217.119	\$ 1.096.375	\$ 1.113.119	\$ 1.096.375	\$ 1.217.119	\$ 1.096.375	\$ 1.217.119	\$ 1.096.375	\$ 1.113.119	\$ 13.568.960	\$ 15.270.230	\$ 16.983.773
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>															
GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS FINANCIEROS LEASING	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 992.375</b>	<b>\$ 1.217.119</b>	<b>\$ 1.096.375</b>	<b>\$ 1.217.119</b>	<b>\$ 1.096.375</b>	<b>\$ 1.113.119</b>	<b>\$ 1.096.375</b>	<b>\$ 1.217.119</b>	<b>\$ 1.096.375</b>	<b>\$ 1.217.119</b>	<b>\$ 1.096.375</b>	<b>\$ 1.113.119</b>	<b>\$ 13.568.960</b>	<b>\$ 15.270.230</b>	<b>\$ 16.983.773</b>
IMPUESTO DE RENTA	\$ 337.407	\$ 413.820	\$ 372.767	\$ 413.820	\$ 372.767	\$ 378.460	\$ 372.767	\$ 413.820	\$ 372.767	\$ 413.820	\$ 372.767	\$ 378.460	\$ 4.613.446	\$ 5.191.878	\$ 5.774.483
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 654.967</b>	<b>\$ 803.298</b>	<b>\$ 723.607</b>	<b>\$ 803.298</b>	<b>\$ 723.607</b>	<b>\$ 734.658</b>	<b>\$ 723.607</b>	<b>\$ 803.298</b>	<b>\$ 723.607</b>	<b>\$ 803.298</b>	<b>\$ 723.607</b>	<b>\$ 734.658</b>	<b>\$ 8.955.513</b>	<b>\$ 10.078.352</b>	<b>\$ 11.209.290</b>
RESERVA LEGAL	\$ 65.497	\$ 80.330	\$ 72.361	\$ 80.330	\$ 72.361	\$ 73.466	\$ 72.361	\$ 80.330	\$ 72.361	\$ 80.330	\$ 72.361	\$ 73.466	\$ 895.551	\$ 1.007.835	\$ 1.120.929
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 589.471</b>	<b>\$ 722.968</b>	<b>\$ 651.247</b>	<b>\$ 722.968</b>	<b>\$ 651.247</b>	<b>\$ 661.192</b>	<b>\$ 651.247</b>	<b>\$ 722.968</b>	<b>\$ 651.247</b>	<b>\$ 722.968</b>	<b>\$ 651.247</b>	<b>\$ 661.192</b>	<b>\$ 8.059.962</b>	<b>\$ 9.070.516</b>	<b>\$ 10.088.361</b>
UTILIDAD ACUMULADA													\$ 8.059.962	\$ 17.130.478	\$ 27.218.839
RESERVA LEGAL ACUMULADA													\$ 895.542	\$ 1.903.367	\$ 3.024.285

Fuente los autores.





Haciendo un paralelo entre los dos casos sin o con financiación la diferencia es muy mínima, pero al tener una financiación le permitirá que los socios puedan que invertir menos y tener la oportunidad de tener alguna situación fuera de lo normal puedan aportar, o implementar nuevas estrategias, nuevas inversiones en la misma con el objetivo de crecer mágico recuerdo.



### **5.9.2.1 Análisis del estado de resultado de VPN, TIR. B/C. sin financiación.**

De acuerdo al flujo de caja sin financiación, se logra visualizar que la variable del valor presente neto(VPN) es mayor a 0 donde esto representa que la inversión se recupera al traer los valores futuros al presente y se refleja en un excedente de \$44.059.161.

Así al analizar la tasa interna de retorno (TIR), se logra visualizar que el porcentaje obtenido es de 132.76% que comparada con el costo de oportunidad 19,98%, confirma la viabilidad a la ejecución del proyecto.

Teniendo en cuenta la variable beneficio/costo (B/C) los resultados son positivos ya que estos indican que, por cada peso de la inversión destinada, la empresa recupera 2,44 veces en pesos recuperando la inversión y recibiendo un excedente.



**5.9.2.2 Análisis del estado de resultado de VPN, TIR. B/C. con financiación.** Con base al flujo de caja con financiación la variable del valor presente neto (VPN), calculado es de \$24.649.360 una cifra atractiva de acuerdo a la proyección de 3 años.

La tasa interna de retorno (TIR) que se espera obtener en mágico recuerdo será de 88.80% superando así la tasa mínima de rentabilidad que es de 19,98% y variable beneficio costo (B/C) se refleja que por cada peso invertido se recupera 2,44 veces en pesos recuperando la inversión y recibiendo un excedente.

**5.9.3 Balance general sin financiación y con financiación.** Informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de la empresa en un momento determinado.

Tabla 31. Balance general sin financiación.

<b>BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS</b>				
<b>ACTIVOS</b>	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
Caja	\$ 6.548.780	\$ 30.449.620	\$ 41.361.159	\$ 53.449.972
Cuentas por cobrar o deudores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 6.548.780</b>	<b>\$ 30.449.620</b>	<b>\$ 41.361.159</b>	<b>\$ 53.449.972</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
Muebles y enseres	\$ 519.900	\$ 519.900	\$ 519.900	\$ 519.900
Maquinaria y equipo	\$ 2.942.500	\$ 2.942.500	\$ 2.942.500	\$ 2.942.500
Equipo de cómputo y comunicaciones	\$ 2.392.370	\$ 2.392.370	\$ 2.392.370	\$ 2.392.370
(-)Depreciación acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>				
Diferidos	\$ 3.263.000	\$ -	\$ -	\$ -
Total diferidos	\$ 3.263.000	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 9.117.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>\$ 59.304.742</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>				
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cesantías por pagar	\$ -	\$ 4.098.360	\$ 4.241.803	\$ 4.394.507
Intereses a la cesantías por pagar	\$ -	\$ -	\$ 612.000	\$ 633.420
Impuestos de renta por pagar	\$ -	\$ 3.908.925	\$ 4.723.792	\$ 5.595.158
IVA por pagar	\$ -	\$ 4.140.489	\$ 4.280.438	\$ 4.428.969
ICA por pagar	\$ -	\$ 902.160	\$ 933.736	\$ 967.350
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 13.049.934</b>	<b>\$ 14.791.768</b>	<b>\$ 16.019.404</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>				
Obligaciones financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Leasing financiero	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital social	\$ 15.666.550	\$ 15.666.550	\$ 15.666.550	\$ 15.666.550
Utilidad acumulada	\$ -	\$ 6.829.122	\$ 15.081.865	\$ 24.856.934
Reserva legal acumulada	\$ -	\$ 758.784	\$ 1.675.746	\$ 2.761.854
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>\$ 23.254.456</b>	<b>\$ 32.424.161</b>	<b>\$ 43.285.338</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>\$ 59.304.742</b>

Fuente los autores.

Tabla 32. Balance general con financiación.

BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS				
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVOS CORRIENTES				
Caja	\$ 6.548.780	\$ 30.449.620	\$ 41.361.159	\$ 53.449.972
Cuentas por cobrar o deudores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 6.548.780</b>	<b>\$ 30.449.620</b>	<b>\$ 41.361.159</b>	<b>\$ 53.449.972</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>				
<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
Muebles y enseres	\$ 519.900	\$ 519.900	\$ 519.900	\$ 519.900
Maquinaria y equipo	\$ 2.942.500	\$ 2.942.500	\$ 2.942.500	\$ 2.942.500
Equipo de cómputo y comunicaciones	\$ 2.392.370	\$ 2.392.370	\$ 2.392.370	\$ 2.392.370
(-)Depreciación acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>				
Diferidos	\$ 3.263.000	\$ -	\$ -	\$ -
Total diferidos	\$ 3.263.000	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 9.117.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>\$ 5.854.770</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>\$ 59.304.742</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>				
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cesantías por pagar	\$ -	\$ 4.098.360	\$ 4.241.803	\$ 4.394.507
Intereses a la cesantías por pagar	\$ -	\$ -	\$ 612.000	\$ 633.420
Impuestos de renta por pagar	\$ -	\$ 3.908.925	\$ 4.723.792	\$ 5.595.158
IVA por pagar	\$ -	\$ 4.140.489	\$ 4.280.438	\$ 4.428.969
ICA por pagar	\$ -	\$ 902.160	\$ 933.736	\$ 967.350
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 13.049.934</b>	<b>\$ 14.791.768</b>	<b>\$ 16.019.404</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>				
Obligaciones financieras	\$ 10.966.585	\$ 10.966.585	\$ -	\$ -
Leasing financiero	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
Capital social	\$ 15.666.550	\$ 15.666.550	\$ 15.666.550	\$ 15.666.550
Utilidad acumulada	\$ -	\$ 6.829.122	\$ 15.081.865	\$ 24.856.934
Reserva legal acumulada	\$ -	\$ 758.784	\$ 1.675.746	\$ 2.761.854
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>\$ 23.254.456</b>	<b>\$ 32.424.161</b>	<b>\$ 43.285.338</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>\$ 59.304.742</b>

Fuente los autores.

**5.9.3.1 Análisis vertical balance general sin financiación y con financiación.** Se observa que desde el año uno la concentración de mayor porcentaje se encuentra en los activos corriente. Comparado con los activos no corrientes su porcentaje va disminuyendo, lo que indica que el flujo del dinero de la empresa es adecuado con su actividad económica. Al iniciar la actividad de la empresa sin financiación, en el año uno el total del porcentaje se encuentra en el capital social, lo cual es beneficioso para la empresa al no iniciar con pasivos. Por otro lado, al contar con financiación, el porcentaje de este sería en un inicio del 70% total inversión, donde en el tercer año ya se ha recuperado la inversión.



Tabla 33. Análisis vertical balance general con financiación.

BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS								
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>								
CAJA	\$ 6.548.780	41,8%	\$ 30.449.620	83,9%	\$ 41.361.159	87,6%	\$ 53.449.972	90,1%
CUENTAS POR COBRAR O DEUDORES	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 6.548.780</b>	<b>41,8%</b>	<b>\$ 30.449.620</b>	<b>83,9%</b>	<b>\$ 41.361.159</b>	<b>87,6%</b>	<b>\$ 53.449.972</b>	<b>90,1%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>								
<b>ACTIVOS FIJOS</b>								
MUEBLES Y ENSERES	\$ 519.900	3,3%	\$ 519.900	1,4%	\$ 519.900	1,1%	\$ 519.900	0,9%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.942.500	18,8%	\$ 2.942.500	8,1%	\$ 2.942.500	6,2%	\$ 2.942.500	5,0%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	\$ 2.392.370	15,3%	\$ 2.392.370	6,6%	\$ 2.392.370	5,1%	\$ 2.392.370	4,0%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>37,4%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>16,1%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>12,4%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>9,9%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>								
DIFERIDOS	\$ 3.263.000	20,8%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>	<b>\$ 3.263.000</b>	<b>20,8%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 9.117.770</b>	<b>58,2%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>16,1%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>12,4%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>9,9%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$ 59.304.742</b>	<b>100,0%</b>
<b>PASIVOS</b>								
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>								
CUENTAS POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%
CESANTIAS POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 4.098.360	31%	\$ 4.241.803	29%	\$ 4.394.507	27%
INTERESES A LA CESANTIAS POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ -	0%	\$ 612.000	4%	\$ 633.420	4%
IMPUESTOS DE RENTA POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 3.908.925	30%	\$ 4.723.792	32%	\$ 5.595.158	35%
IVA POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 4.140.489	32%	\$ 4.280.438	29%	\$ 4.428.969	28%
ICA POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 902.160	7%	\$ 933.736	6%	\$ 967.350	6%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ 13.049.934</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 14.791.768</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 16.019.404</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>								
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 10.966.585	100%	\$ 10.966.585	100%	\$ -	0%	\$ -	0%
LEASING FINANCIERO	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 10.966.585</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 10.966.585</b>	<b>100%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0%</b>
<b>PATRIMONIO</b>								
CAPITAL SOCIAL	\$ 15.666.550	100%	\$ 15.666.550	67%	\$ 15.666.550	48%	\$ 15.666.550	36%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ -	0%	\$ 6.829.122	29%	\$ 15.081.865	47%	\$ 24.856.934	57%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	\$ -	0%	\$ 758.784	3%	\$ 1.675.746	5%	\$ 2.761.854	6%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 23.254.456</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 32.424.161</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 43.285.338</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 59.304.742</b>	<b>100%</b>

Fuente los autores.

Tabla 34. Análisis vertical balance general sin financiación.

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS								
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>								
CAJA	\$ 6.548.780	41,8%	\$ 30.449.620	83,9%	\$ 41.361.159	87,6%	\$ 53.449.972	90,1%
CUENTAS POR COBRAR O DEUDORES	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 6.548.780</b>	<b>41,8%</b>	<b>\$ 30.449.620</b>	<b>83,9%</b>	<b>\$ 41.361.159</b>	<b>87,6%</b>	<b>\$ 53.449.972</b>	<b>90,1%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>								
<b>ACTIVOS FIJOS</b>								
MUEBLES Y ENSERES	\$ 519.900	3,3%	\$ 519.900	1,4%	\$ 519.900	1,1%	\$ 519.900	0,9%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.942.500	18,8%	\$ 2.942.500	8,1%	\$ 2.942.500	6,2%	\$ 2.942.500	5,0%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	\$ 2.392.370	15,3%	\$ 2.392.370	6,6%	\$ 2.392.370	5,1%	\$ 2.392.370	4,0%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>37,4%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>16,1%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>12,4%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>9,9%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>								
DIFERIDOS	\$ 3.263.000	20,8%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>	<b>\$ 3.263.000</b>	<b>20,8%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 9.117.770</b>	<b>58,2%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>16,1%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>12,4%</b>	<b>\$ 5.854.770</b>	<b>9,9%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>100,0%</b>	<b>\$ 59.304.742</b>	<b>100,0%</b>
<b>PASIVOS</b>								
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>								
CUENTAS POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%
CESANTIAS POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 4.098.360	31%	\$ 4.241.803	29%	\$ 4.394.507	27%
INTERESES A LA CESANTIAS POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ -	0%	\$ 612.000	4%	\$ 633.420	4%
IMPUESTOS DE RENTA POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 3.908.925	30%	\$ 4.723.792	32%	\$ 5.595.158	35%
IVA POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 4.140.489	32%	\$ 4.280.438	29%	\$ 4.428.969	28%
ICA POR PAGAR	\$ -	0,0%	\$ 902.160	7%	\$ 933.736	6%	\$ 967.350	6%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ 13.049.934</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 14.791.768</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 16.019.404</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>								
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
LEASING FINANCIERO	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>	<b>\$ -</b>	<b>0,0%</b>
<b>PATRIMONIO</b>								
CAPITAL SOCIAL	\$ 15.666.550	100%	\$ 15.666.550	67%	\$ 15.666.550	48%	\$ 15.666.550	36%
UTILIDAD ACUMULADA	\$ -	0%	\$ 6.829.122	29%	\$ 15.081.865	47%	\$ 24.856.934	57%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	\$ -	0%	\$ 758.784	3%	\$ 1.675.746	5%	\$ 2.761.854	6%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 23.254.456</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 32.424.161</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 43.285.338</b>	<b>100%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.666.550</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 36.304.390</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 47.215.929</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 59.304.742</b>	<b>100%</b>

Fuentes los autores.

## 6. CONCLUSIONES

El estudio de viabilidad para la creación de mágico recuerdo dedicada a la elaboración y venta de productos detalles sorpresa, es de gran satisfacción debido a que se logró evidenciar aspectos importantes donde confirma la viabilidad del proyecto en el municipio de Yumbo Valle del Cauca.

De acuerdo con la estructura de mercado en la que se centró la compañía se logró evidenciar que se contará con un amplio público el cual está interesado en productos innovadores, únicos y sobre todo un detalle que refleje sentimientos, debido a que mucho de estas ventas se dará por el motivo de falta de tiempo que hoy en día tienen las personas.

Se contará con una estrategia de precios que oscilara entre \$45.000 a los \$160.000, los cuales permitirán que sea asequible a cualquier bolsillo, logrando con esto ser competitivos de acuerdo al análisis de la competencia, adicional "Mágico Recuerdo" llevara a todos sus consumidores una experiencia única logrando con esto fidelizar a los clientes.

Organizacionalmente la empresa mágico recuerdo, contara con la parte humana y estas tendrán las habilidades y capacidades necesarias para cumplir cada una de las labores que permitan cumplir con los objetivos que se tengan planteados, además se darán todas las herramientas necesarias para que se cumpla con la elaboración y entrega de un producto de calidad.

Por último, al realizar el estudio económico y financiero sobre el monto de inversión en el proyecto, se obtuvo resultados totalmente positivos, de acuerdo con la estructura como se está planteando mágico recuerdo, este permitirá obtener debido a la fabricación y venta un margen de rentabilidad donde contará con el suficiente recurso para cubrir todos sus gastos y finalmente obtener una utilidad favorable al finalizar todo el ejercicio.

## **7. RECOMENDACIONES**

Se sugiere incluir nuevos estilos de detalles sorpresa en el portafolio de venta.

Estudiar la manera de apertura a más locales en el municipio de Yumbo, para así tener un mayor impacto de demanda en los demás sectores.

Se sugiere poner en marcha que el pago se pueda realizar por medio de tarjetas de crédito, tarjetas débito, pagos PSE, etc.

Se debe revisar la apertura de nuevos locales en otras ciudades de Colombia.

Realizar lanzamiento de ofertas promocionales en fechas especiales.

Revisar posible asociaciones con empresas, para ser sus proveedores al momento de dar un detalle en fechas especiales a sus empleados.

## 8. REFERENCIAS

- Alkomprar. (2022). *Nevera haceb no frost congelador superior panel digital 428 litros Himalaya negro*. [https://www.alkomprar.com/nevera-haceb-no-frost-congelador-superior-panel-digital-428-litros-himalaya-negro/p/7704353422924?gclid=EAlaIqobChMI9ODQquLp-QIVE8zICh122wdcEAQYASABEgJ2svD\\_BwE](https://www.alkomprar.com/nevera-haceb-no-frost-congelador-superior-panel-digital-428-litros-himalaya-negro/p/7704353422924?gclid=EAlaIqobChMI9ODQquLp-QIVE8zICh122wdcEAQYASABEgJ2svD_BwE)
- Alkosto. (2020). *Combo MADERKIT Escritorio + Silla Alkosto Tienda Online*. <http://www.alkosto.com/combo-maderkit-escritorio-silla>
- Alkosto. (2022). *Cafetera imusa 6 tazas café city negro—Alkosto Tienda Online*. [https://www.alkosto.com/cafetera-imusa-6-tazas-cafe-city-negro/p/3016661146749?fuelle=google&medio=cpc&campaign=AK\\_COL\\_MAX\\_PEF\\_CPC\\_AON\\_PQ\\_Groupeseb-Imusa\\_Jul20\\_EXP\\_JUL&keyword=&gclid=EAlaIqobChMliavVverp-QIVlq\\_ICh1kxQ7vEAQYASABEgluf\\_D\\_BwE](https://www.alkosto.com/cafetera-imusa-6-tazas-cafe-city-negro/p/3016661146749?fuelle=google&medio=cpc&campaign=AK_COL_MAX_PEF_CPC_AON_PQ_Groupeseb-Imusa_Jul20_EXP_JUL&keyword=&gclid=EAlaIqobChMliavVverp-QIVlq_ICh1kxQ7vEAQYASABEgluf_D_BwE)
- Alkosto. (2022). *Computador portatil asus 14" pulgadas x415ja - intel core i3 ram 8gb - disco ssd 512 gb azul Alkosto Tienda Online*. [https://www.alkosto.com/computador-portatil-asus-14-pulgadas-x415ja-intel-core-i3-ram-8gb-disco-ssd-512-gb-azul/p/4711081641148?fuelle=google&medio=cpc&campaign=AK\\_COL\\_MAX\\_PEF\\_CPC\\_EST\\_COMP\\_Intel\\_Mar21\\_EXP\\_MAR&keyword=&gclid=EAlaIqobChMI3sOV3efp-QIVDovICh21IQbxEAQYASABEglr8fD\\_BwE](https://www.alkosto.com/computador-portatil-asus-14-pulgadas-x415ja-intel-core-i3-ram-8gb-disco-ssd-512-gb-azul/p/4711081641148?fuelle=google&medio=cpc&campaign=AK_COL_MAX_PEF_CPC_EST_COMP_Intel_Mar21_EXP_MAR&keyword=&gclid=EAlaIqobChMI3sOV3efp-QIVDovICh21IQbxEAQYASABEglr8fD_BwE)
- Alkosto. (2022). *Impresora multifuncional ho 277 deskjet ink advantage blanco Alkosto Tienda Online*. [https://www.alkosto.com/impresora-multifuncional-hp-2775-deskjet-ink-advantage-blanco/p/194441901870?fuelle=google&medio=cpc&campaign=AK\\_COL\\_MAX\\_PEF\\_CPC\\_AON\\_COMP\\_Hp\\_Feb21\\_EXP\\_FEB&keyword=&gclid=EAlaIqobChMIhuqU1O\\_p-QIVlq7ICh3eqQvqEAQYASABEglbFD\\_BwE](https://www.alkosto.com/impresora-multifuncional-hp-2775-deskjet-ink-advantage-blanco/p/194441901870?fuelle=google&medio=cpc&campaign=AK_COL_MAX_PEF_CPC_AON_COMP_Hp_Feb21_EXP_FEB&keyword=&gclid=EAlaIqobChMIhuqU1O_p-QIVlq7ICh3eqQvqEAQYASABEglbFD_BwE)

- Alkosto. (2022). *Samsung Galaxy A13 64GB azul Alkosto Tienda Online*.  
[https://www.alkosto.com/celular-samsung-galaxy-a13-64gb-azul/p/8806094183092?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=Shopping-Organico](https://www.alkosto.com/celular-samsung-galaxy-a13-64gb-azul/p/8806094183092?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=Shopping-Organico)
- Anuario Estadístico 2018.pdf*. (s. f.). Recuperado 22 de septiembre de 2020, de  
<http://www.yumbo.gov.co/Transparencia/Estudiopublicacionesinvestigaciones/Anuario%20Estadistico%202018.pdf>
- Bit, G. (2018). *El 2019 es el año de las compras online*. <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/el-2019-es-el-año-de-las-compras-online>
- Calculadora del tamaño de muestra: Qué son los tamaños de muestra*. (2020). SurveyMonkey. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Calendario tributario (S.F.). *Paso a paso para calcular reteica*  
<https://calendariotributario.org/paso-a-paso-para-calcular-el-reteica/>
- Coelho F. (2021). *Investigación*. <https://www.significados.com/investigacion/>
- Elsevier (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Galán, J. S. (2015, septiembre 30). *Estrategias de precio—Definición, qué es y concepto*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-precio.html>
- Google Maps. (2020). *Google Maps*. Google Maps.  
<https://www.google.com/maps/@3.5908672,-76.4909981,15z/data=!3m1!4b1!4m2!7m1!2e1?hl=es>
- Homecenter. (2022). *Licuada 2 velocidades 1.5 lts niquelada modelo 2136096—Homecenter - \$179.900*. [https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/511434/licuada-2-velocidades-15-lts-niquelada/511434/?kid=goosho\\_1161562&shop=googleShopping&gclid=EAlaIQobChMIzvyLquXp-QIV0ciUCR20ewLVEAQYAiABEgJzNfD\\_BwE](https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/511434/licuada-2-velocidades-15-lts-niquelada/511434/?kid=goosho_1161562&shop=googleShopping&gclid=EAlaIQobChMIzvyLquXp-QIV0ciUCR20ewLVEAQYAiABEgJzNfD_BwE)

- Homecenter. (2022). *Sanduchera Waflera giratoria WM1000B Homecenter - \$ 139.900*.  
[https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/282919/waflera-giratoria-wm1000b/282919/?kid=goosho\\_1185211&shop=googleShopping&gclid=EA1aIQobChMIwfrh\\_7To-QIV\\_P3jBx3F3AF7EAQYASABEgKI\\_\\_D\\_BwE](https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/282919/waflera-giratoria-wm1000b/282919/?kid=goosho_1185211&shop=googleShopping&gclid=EA1aIQobChMIwfrh_7To-QIV_P3jBx3F3AF7EAQYASABEgKI__D_BwE)
- La confitería (2020). *La historia de los regalos*.  
<https://www.laconfiteriacolombiana.com/blog/la-historia-de-los-regalos>
- La revista dinero. (2019). *Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI Noticias económicas de Cámara de la Industria de Alimentos de la ANDI*.  
<https://www.dinero.com/noticias/camara-de-la-industria-de-alimentos-de-la-andi/12107>
- La revista el portafolio. (2018). *Alimentec, lista para recibir al sector de alimentos y bebidas | Negocios | Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/alimentec-lista-para-recibir-al-sector-de-alimentos-y-bebidas-517563>
- LV, Nebreda. (1992). *AnalisisDelProcesoDeDecisionDelConsumidor ParaLaEst-786117%20(1).pdf*—*Buscar con Google*.  
[https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk0017uS7CTGT8mbfzoF7J1xQzFE-3Q:1600802546219&q=1.+file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-AnalisisDelProcesoDeDecisionDelConsumidor+ParaLaEst-786117%2520\(1\).pdf&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjntP2Yvv3rAhXqxIkKHdedDEgQBsgAegQIChAr&biw=1600&bih=757](https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk0017uS7CTGT8mbfzoF7J1xQzFE-3Q:1600802546219&q=1.+file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-AnalisisDelProcesoDeDecisionDelConsumidor+ParaLaEst-786117%2520(1).pdf&spell=1&sa=X&ved=2ahUKEwjntP2Yvv3rAhXqxIkKHdedDEgQBsgAegQIChAr&biw=1600&bih=757)
- Mercado libre. (2020). *Vitrinas De Vidrio*. [https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-571963136-vitrinas-de-vidrio-\\_JM](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-571963136-vitrinas-de-vidrio-_JM)
- Muñoz Bonilla, H. A., & Suarez García, F. M. (2019). *Documentos académicos : una forma eficiente de presentación*. Santiago de Cali: Unicatolica, 2019.
- Muñoz Bonilla, H. A., & Vasco Gutierrez, D. F. (2021). *Guía de formulación y diseño de proyectos de emprendimiento*. Obtenido de [https://2a57180f-f8f1-4ecd-808a-b293f5688705.filesusr.com/ugd/0fb2a1\\_4bee1110e4294133897cb9487dee65d9.pdf](https://2a57180f-f8f1-4ecd-808a-b293f5688705.filesusr.com/ugd/0fb2a1_4bee1110e4294133897cb9487dee65d9.pdf)
- Peiró R. (2019). *Innovación*. <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

Questionpro (S.F.). *¿Qué es un estudio de mercado?*

<https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

Quiroga. (S.F.). *Comportamiento del consumidor—Qué es, definición y concepto |*

*Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/comportamiento-del-consumidor.html>

Resolución 2674 (2013) - Normatividad, manipulación de alimentos Colombia

[.https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad](https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad)

Sánchez J. (2016). *Consumidor*. <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

Unitag. (s. f.). *¿Qué es un código QR?* Unitag. Recuperado 27 de septiembre de 2020, de

<https://www.unitag.io/es/qrcode/what-is-a-qrcode>

Universidad autónoma del Cauca. (2004). *Generalidades sobre la metodología de*

*investigación*. <http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/contenido2.pdf>



## 9. ANEXOS

Anexo 1. Detalle sorpresa saludable.



Fuente los autores.

Anexo 2. Detalle sorpresa endúlzate.



Fuente los autores.

Anexo 3. Detalle sorpresa romance.



Fuente los autores.

Anexo 4. Detalle sorpresa compinche.



Fuente los autores.