

Estudio de Factibilidad para una Microempresa Dedicada a la Producción y
Comercialización de Cajas de Cartón para Tortas en los Municipio de Popayán,
Piendamó y Morales -Cauca.



María Alejandra Martínez Ipia
Eduar Andrés Tróchez Paja.

Corporación Universitaria Comfacauca-Unicomfauca
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa Contaduría Pública
Popayán –Cauca
Septiembre 2019

Estudio de Factibilidad para una Microempresa Dedicada a la Producción y
Comercialización de Cajas de Cartón para Tortas en los Municipios de Popayán,
Piendamó y Morales -Cauca.

Trabajo de grado para optar al título de
Contador Público

María Alejandra Martínez Ipiá
Eduar Andrés Tróchez Paja.

Directora
Mg. (c) Mabel Irene Figueroa Paz

Corporación Universitaria Comfacauca-Unicomfacauca
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa Contaduría Pública
Popayán –Cauca
Septiembre 2019

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestra gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestras vidas, con virtudes como paciencia y sabiduría para poder culminar con éxito la meta propuesta, a la Corporación Universitaria Comfacauca “Unicomfacauca” por exigirnos y enseñarnos a no rendirnos durante la etapa de aprendizaje en nuestra carrera profesional de Contaduría Pública, a los docentes por compartirnos sus conocimientos de la mejor manera, por ayudarnos y guiarnos en nuestro proceso, de igual forma, agradecemos a la directora de trabajo de grado docente Mabel Irene Figueroa, que gracias a sus consejos y correcciones hoy podemos culminar el proyecto. A los profesores que nos han visto crecer como personas, gracias a sus conocimientos hoy podemos sentirnos contentos y dichosos.

También agradecimientos a nuestros familiares amigos y compañeros quienes estuvieron siempre presentes para que no desfalleciéramos ante las situaciones difíciles.

Mil gracias a todos, Dios derrame miles de bendiciones por su entrega y dedicación.

NOTA DE ACEPTACIÓN

Aprobado por los jurados en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Corporación universitaria Comfacauca “UNICOMFACAUCA” para optar al título de Contador Público.

Jorge Eduardo Orozco Álvarez
Jurado

Fernando Burbano Paz
Jurado

Mabel Irene Figueroa Paz
Director

Septiembre 2019

DEDICATORIA

“Todo parece imposible hasta que se hace”

Nelson Mandela.

Dedicamos el proyecto desarrollado principalmente a Dios, quien nos inspiró, nos dio sabiduría y fuerzas para continuar en el proceso de obtener uno de nuestros anhelos.

A la familia por confiar en nosotros, por su apoyo incondicional, en el cual hemos encontrado la razón de ser.

A todas las personas con las cuales hemos compartido momentos, experiencias, enseñanzas y nuestros logros en este tiempo.

Por ustedes y para ustedes nuestros logros.

María Alejandra Martínez Ipia

Eduar Andrés Trochez Paja

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	11
RESUMEN	12
SUMMARY	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO 1: EL PROBLEMA.....	15
1.1 Planteamiento Del Problema	15
1.2 Formulación Del Problema.	16
1.3 Objetivos	16
1.3.1 Objetivo General	16
1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
1.4 Justificación	17
1.5 Limitaciones	18
CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL	19
2.1 Antecedentes de la investigación	19
2.2 Bases teóricas	19
2.3 Definición de términos.....	20
2.4 Sistema de variables	23
CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÒGICO	24
3.1 Tipo de Investigación.	24
3.2 Diseño de la investigación.	24
3.3 Población y muestra.....	24
3.3.1 POBLACION	24
3.3.2 MUESTRA	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	25
3.4.1 Fuentes Primarias.	25
3.4.2 Fuentes secundarias.....	25
3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	26
3.6 Metodología.	26
CAPITULO 4: DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO	27
4 ESTUDIO DE MERCADO	27
4.1 OBJETIVO GENERAL	27

4.2	OBJETIVOS ESPECIFICOS	27
4.3	ANÁLISIS DEL SECTOR ACTUAL Y TENDENCIAS NACIONALES	27
4.4	RESULTADO DE LA ENCUESTA	28
4.5	TAMAÑO Y CRECIMIENTO DEL MERCADO	39
4.6	CONSUMO PER CAPITA.....	40
4.7	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	40
4.8	ESTRATEGIAS DE MERCADO	41
4.9	PRESUPUESTO MEZCLA DEL MERCADO.....	43
4.10	PROYECCION DE VENTAS	44
4.11	ANALISIS DE LA PROYECCION DE VENTAS	44
	CAPITULO 5: ESTUDIO TECNICO	45
5.1	MERCADO META	45
5.2	MACRO LOCALIZACION	45
5.3	MICRO LOCALIZACION.....	46
5.4	FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	46
5.5	DIAGRAMA DE FLUJO.....	47
5.6	DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION.....	48
5.7	MATERIAS PRIMAS, INSUMOS, PRODUCTOS TERMINADOS	50
5.8	GASTOS REQUERIDOS DE PRODUCCION	52
5.9	PLAN DE PRODUCCION	52
5.10	REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO	53
	CAPITULO 6: ESTUDIO ADMINISTRATIVO	55
6.1	MATRIZ DOFA	55
6.2	TIPO DE EMPRESA A CONSTITUIR.....	56
6.2.1	PERSONA NATURAL	56
6.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	56
6.3.1	FICHA ADMINISTRATIVA	56
6.3.2	ORGANIGRAMA	57
6.3.1	PERFILES PARA LOS CARGOS DE LA EMPRESA	57
6.3.1.1	PERFIL ADMINISTRADOR.....	57
6.3.1.2	PERFIL IMPRESOR	59
6.3.1.3	PERFIL DEL AUXILIA CONTABLE	60

6.3.1.4 PERFIL DEL AUXILIAR DE PLANTA	61
6.3.1.5 PERFIL DEL VENDEDOR	61
6.4 POLÍTICA LABORAL	62
6.5 POLÍTICA DE PREVENCIÓN.....	62
6.6 POLÍTICA SOCIALES O DE CONVIVENCIA.....	63
6.7 PROPOSITOS.....	64
CAPITULO 7: ESTUDIO FINANCIERO	65
7.1 SALARIOS MENSUALES.....	65
7.2 GASTOS DE LEGALIZACION	65
7.3 MONTO DE APORTES.....	66
7.4 ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA	66
7.4.1 ESTADO DE RESULTADOS	66
7.4.2 FLUJO DE CAJA.....	67
7.5 INDICADORES FINANCIEROS	68
7.6 CAPITAL DE TRABAJO.....	69
7.7 MATERIA PRIMA E INSUMOS	69
7.8 COSTO MANO DE OBRA	70
7.10 COSTO DE PRODUCCION	70
7.11.1 PLAN OPERATIVO	71
8. IMPACTOS SOCIALES, ECONOMICOS Y AMBIENTALES.	72
9. RESULTADOS ALCANZADOS	73
10. CONCLUSIONES.....	74
11. TRABAJOS FUTUROS	75
12. RECOMENDACIONES	76
13. BIBLIOGRAFÍA.....	77
14. ANEXOS	79
14.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	79
14.2 MISIÓN	79
14.3 VISIÓN	79
14.4 VALORES.....	79
14.5 ENCUESTA	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. ¿Utiliza las cajas de cartón para empacar los productos de su negocio? .	28
Ilustración 2 . ¿Cuáles de las siguientes líneas de cajas de cartón para tortas le llama más la atención?	29
Ilustración 3. ¿A usted como dueño o administrador del negocio le gustaría tener un diseño especial de caja de cartón para torta según la ocasión?	30
Ilustración 4. ¿Con que frecuencia compra cajas de cartón para tortas?	31
Ilustración 5. ¿Cuál es la cantidad de cajas de cartón para tortas que compra en cada pedido?	32
Ilustración 6. En el momento de adquirir las cajas de cartón para torta, ¿Qué tiene usted en cuenta?	33
Ilustración 7. ¿Cuál es la referencia de caja de tortas que maneja con mayor frecuencia?	34
Ilustración 8. ¿Usted cuanto estaría dispuesto a pagar por las cajas de cartón para torta?	35
Ilustración 9. ¿Suponiendo que el precio de la caja de cartón para torta es el que usted concediera adecuado, que probabilidad hay que las utilice?	36
Ilustración 10. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de las cajas de cartón para tortas?	37
Ilustración 11. Diagrama de flujo	47
Ilustración 12. Organigrama	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Mercado objetivo	39
Tabla 2. Consumo Percápita.....	40
Tabla 3. Competencias en el mercado.....	41
Tabla 4. Precios del producto	42
Tabla 5. Presupuesto mezcla	43
Tabla 6. Proyección de ventas por unidad.....	44
Tabla 7. Proyección de ventas Anual	44
Tabla 8. Componentes caja TM32.....	50
Tabla 9. Componentes caja TM26.....	50
Tabla 10. Componentes caja tm22.....	50
Tabla 11. Materia prima	51
Tabla 12. Gastos de producción	52
Tabla 13. Plan de producción	52
Tabla 14. Maquinaria y equipo.....	53
Tabla 15. Inversiones fijas y equipo de oficina	53
Tabla 16. Salarios mensuales.....	65
Tabla 17 Gastos de legalización.....	65
Tabla 18. Capital de trabajo	69
Tabla 19. Costo materia prima e insumos	69
Tabla 20. Mano de obra	70
Tabla 21. Costos de producción	70
Tabla 22. Plan operativo	71

GLOSARIO

Caja de cartón para torta: Empaque en el cual se introduce la torta para ser transportada de un lado a otro.

Tipo maletín: Empaque de tortas que se caracteriza por tener aza, facilitando el transporte de tortas.

Screen: Técnica de impresión artesanal.

TM 32, 26 Y 22: Representación del tamaño de caja para torta, donde 32 es de libra, 26 de media y 22 de cuarto de libra.

Panadería: Establecimiento en el cual se produce y comercializa pan, trotas entre otros.

Estampado: Impresión para obtener un diseño.

Impresión: Reproducción sobre papel, tela, cartón, etc. de una figura o dibujo.

Artesanal: Producto que está hecho a través de técnicas manuales.

Cartón: es un material que se produce mediante la adhesión de múltiples capas de pasta de papel, que se pegan por la humedad, se comprimen y luego se secan a través de la evaporación. Con el proceso de secado, el cartón se vuelve consistente.

RESUMEN

El presente trabajo de grado en la modalidad proyecto de emprendimiento, se presenta para optar al título de Contador Público. Se realizó un estudio de factibilidad para una microempresa dedicada a la producción de cajas para torta fabricadas a partir de la técnica de impresión screen, las cuales se comercializarán en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales del departamento del Cauca.

El producto estrella de esta microempresa es la caja de cartón para torta tipo “maletín” en los tamaños TM 32 libra, caja “maletín” TM 26 media, caja “maletín” TM 22 cuarto.

Este estudio permitió identificar la viabilidad para el establecimiento de la microempresa en mención, contribuyendo de esta manera a fortalecer la economía del sector con la producción de los bienes estrella ofertados.

SUMMARY

The present work of degree in the modality project of entrepreneurship, is presented to qualify for the title of Public Accountant. A feasibility study was carried out for a micro-enterprise dedicated to the production of cake boxes manufactured from the screen printing technique, which will be marketed in the municipality of Popayán, Piendamó and Morales of the department of Cauca.

The flagship product of this company is the cardboard box for cake type "case" in the sizes TM 32 pound, box "briefcase" TM 26 medium, case "case" TM 22 fourth.

This study allowed to identify the viability for the establishment of the microenterprise in mention, contributing in this way to strengthen the economy of the sector with the production of the star goods offered.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de emprendimiento se presenta para optar al título de Contador Público, el cual se enfoca en la producción y comercialización de cajas de cartón para tortas con técnica de impresión screen en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales- Cauca. El estudio de factibilidad está compuesto por un estudio de mercado, presentado en el capítulo cuatro, un estudio técnico que se ubica en el capítulo quinto, un estudio administrativo redactado en el capítulo sexto y un estudio financiero en el capítulo séptimo, cada uno de estos apartes presenta sus respectivas conclusiones.

En la actualidad se evidencia un gran número de panaderías en los municipios antes mencionados, los cuales tienen como falencia la falta de un fabricante de cajas de cartón para tortas, que logre cumplir con las necesidades de los clientes en cuanto al producto.

Para los autores es importante resaltar que la selección de estos tres municipios donde se pretende producir y comercializar cajas de cartón para tortas con técnica de impresión screen en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales- Cauca. Obedece no solamente a las oportunidades comerciales que estos ofrecen sino también al conocimiento del sector y del entorno que tienen los autores respecto de estas zonas geográficas gracias a sus experiencias laborales.

CAPITULO 1: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento Del Problema

En el departamento del Cauca en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales ubicados Piendamó a 32,4 kilómetros de Popayán (Google maps, 2019) y Morales a 17,8 kilómetros de Piendamó respectivamente (Google maps, 2019), con una población estimada de 270.000 habitantes en su área urbana en Popayán (Alcaldía Municipal de Popayán, 2019), 46.247 de población en el municipio de Piendamó (Municipios de Colombia, 2018), 24.381 de habitantes en Morales (Dane.gov.co, 2017) encontramos 232 panaderías las cuales carecen de diferenciación en el mercado puesto que se ha caracterizado por la uniformidad, y falta de variedad en el empaque, se busca realizar un estudio de factibilidad para una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cajas de cartón artesanales para tortas, donde se resalte la innovación al ofrecer un estampado artesanal en pintura de screen¹, se pretende brindar exclusividad al diseñar un modelo único para cada panadería teniendo en cuenta las ideas y preferencias de cada cliente, generando diferenciación en mercado que se ha caracterizado por la uniformidad, y falta de variedad en el empaque, situación por la cual los negocios desaprovechan su posibilidad de posicionarse a través del empaque. Siendo respetuosos con el medio ambiente con un producto 100% biodegradable, al utilizar el cartón para la elaboración de la caja artesanal, puesto que este material es fácil de reciclar y además de esto es uno de los desperdicios más cotizados, esto esperando contribuir con el medio ambiente.

Se pretende atender a la necesidad de las panaderías del municipio de Popayán, Piendamó y Morales al recibir una caja para torta que aparte de facilitar el transporte de esta por medio del aza², tenga un modelo especial donde nuestro fuerte será el diseño personalizado de la caja para torta artesanal al tener en cuenta edad, genero, gustos, moda, ocasión y presupuesto del cliente. Se ofrecerá cajas para torta de tamaño

¹ Screen: Técnica de impresión artesanal.

² Aza: soporte para transportar un objeto

“maletín”³ TM⁴ 32 libra, caja “maletín” TM 26 media, caja “maletín” TM 22 cuarto y medidas personalizadas si el cliente lo requiere puesto que se pretende lograr la satisfacción de nuestros clientes, cultivando confianza y seguridad en el producto.

Este proyecto de emprendimiento se fundamenta a través del estudio de factibilidad para una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cajas de cartón para tortas en el municipio de Popayán, Piendamó y Morales del departamento del Cauca, donde se pretenderá suministrar cajas para torta en los municipios antes mencionados.

1.2 Formulación Del Problema.

¿Es viable la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cajas de cartón para tortas a partir de la técnica de impresión screen en el municipio de Popayán, Piendamó y Morales del departamento del Cauca?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a producción y comercialización de cajas de cartón para torta en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales- Cauca.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Realizar una investigación de mercado por medio de encuestas y análisis de estas para determinar la demanda del producto de la empresa.

³ Maletín: Empaque de tortas que se caracteriza por tener aza, facilitando el transporte de tortas.

⁴ TM: indica tamaño de la caja de cartón para torta.

- Realizar un estudio técnico para determinar los requerimientos de la puesta en marcha de la empresa de producción y comercialización de cajas de cartón para torta.
- Realizar un estudio financiero para identificar la posible inversión y los flujos de caja de la empresa de producción y comercialización de cajas de cartón para torta.
- Identificar los posibles impactos ambientales que podría generar la implementación de ese nuevo establecimiento.

1.4 Justificación

Encontrando la posibilidad de ejecutar una idea para la producción y comercialización de un producto innovador, exclusivo, de calidad y a un precio cómodo, se decide formular un proyecto de emprendimiento para crear una microempresa productora de cajas de cartón para tortas en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales en el departamento del Cauca.

Con la puesta en marcha de este proyecto se pretende aprovechar las fechas especiales en el mercado como lo son: la fiesta de madres, padres, cumpleaños, matrimonios, primeras comuniones, bautizos y demás fechas especiales, por lo cual en las fechas anteriores se puede observar un alto consumo de tortas y el empaque como estrategia de mercadeo no es diferenciado en el mercado actual, por lo tanto no contribuye a posicionar el nombre de los sitios donde se distribuyen estos productos, de allí que es necesario brindarle al cliente y al distribuidor de las tortas un factor diferenciador más personalizado, acorde a la ocasión.

Permitiría a los entes económicos como lo pueden ser las panaderías de los municipios antes mencionados ya sean mayoristas o minoristas, contar con cajas de tortas exclusivas y así lograría una identidad desde el empaque de las tortas con los datos básicos de las unidades económicas o negocios en la parte posterior de la caja de cartón, como el nombre comercial, dirección, teléfono y los diferentes gustos del cliente.

Como esta estrategia de empaque en el mercado no cuenta con el distribuidor que cubra los municipios antes mencionados, razón por la cual el proyecto podría presentar viabilidad y así obtener un beneficio económico para los socios de la microempresa, otorgando la oportunidad de un lucro que permita mejoramiento de vida en el factor económico.

1.5 Limitaciones

Como limitantes para realizar el proyecto encontramos dificultad en el trabajo de campo al realizar las diferentes encuestas a propietarios, administradores o colaboradores de las panaderías, puesto que lograr la confiabilidad de estas personas es un poco complejo y siendo esta una información importante para la investigación de mercado para lograr obtener información de estos.

Fue necesario utilizar el recuso de transporte por más visitas de las esperadas puesto que no se muchas veces no se encontró a las personas encargadas de las panaderías para realizar las encuestas.

Otro limitante fue el clima que por medio de la lluvia afecto la rapidez para movilizarse y abarcar las encuestas programadas del día.

CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

La idea de negocio como proyecto de emprendimiento nace de la experiencia de trabajo de uno de los autores, al obtener la oportunidad de conocer este sector de elaboración y estampado de cajas de cartón donde se percibir aspectos comerciales, proveedores potenciales y estrategias de mercado.

Como segunda fuente se tiene a la empresa Indugevi s.a, fabricantes de papel y cartón, debido a que son una entidad reconocida a nivel nacional destacada por ofrecer productos con excelente calidad, siendo este un punto de referencia para encaminar el proyecto a futuro.

2.2 Bases teóricas

El presente busca aplicar la ley 1014 de 2006 (secretariasenado, 2006), la cual promueve a los emprendedores entre ellos estudiantes a capacitarse en busca de innovación de tal forma que se generen bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales, por lo cual se decidió crear una microempresa dedicada a la producción y distribución de cajas para torta en el municipio de Piendamó.

Según estudio de identificación de (CCCAUCA, 2018) se encontró que las panaderías se concentran básicamente en los sectores comprendiendo los barrios centrales de la ciudad de Popayán, donde confluyen barrios del norte entre los que se encuentran: ciudad jardín, torres del rio, El recuerdo, Palace, los Hoyos, Santa Clara y La Ximena donde las actividades más específicas y relevantes en este caso son las de panadería que suman un total de 47 establecimientos lo cual indica que existe un número relevante de panaderías en estos sectores donde se puede ofrecer la caja para torta.

Por otro lado, se encontró un proveedor potencial que suministra cajas para torta indica las características siendo las siguientes son fabricadas con cartón corrugado y plegable se utilizan normalmente en pastelerías y panaderías y están disponibles en diseños de una y de dos piezas.

2.3 Definición de términos

Balance General:

El Balance General de una empresa es el estado financiero que muestra los activos, pasivos y el patrimonio neto de una empresa a una fecha determinada. (Laura, 2010)

Capital de trabajo:

El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio. (Contabilidad puntual, 2017)

Consumo Per Cápita:

Es un indicador que permite medir y analizar los índices de consumo en una población. (Significados.com, 2018)

Costo de mano de obra:

El costo de la mano de obra corresponde al precio o compensación que se debe pagar por utilizar el talento humano necesario para poder elaborar dicho producto o prestar el servicio requerido. (Duque Navarro, 2018)

Costo de producción:

El costo es el expendio económico que se lleva a cabo para comprar o mantener un servicio o un producto. El concepto de producción, por su parte, alude a la acción de producir (elaborar, fabricar, originar). (Definicion.de, 2018)

Estrategias de mercado:

Definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. (Espinosa, 2015)

Indicador Financiero

Son ratios o medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado. (Enciclopedia financiera, 2018)

Inversión:

Una inversión es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo. (López, 2018)

Matriz DOFA:

Es un método de planificación que debería ser aplicado por todo dueño de negocio en apertura, ya que permite tener los enfoques claros de cuáles son los aspectos buenos y malos de su nuevo negocio, permitiendo de tal forma buscar soluciones para sus aspectos negativos, logrando así la mejoría progresiva del negocio. (Conceptodefinicion.de, 2018)

Macro localización:

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Marín Monteagudo, 2012)

Mercadeo experiencial:

Para entender la idea de “marketing experiencial” (también conocido como marketing de experiencias o marketing emocional) debemos partir del marketing tradicional. Si este último se centra en aspectos del producto como su calidad, sus características y sus beneficios, el primero se centra en el propio cliente y las experiencias que éste obtiene durante la comercialización y uso del producto o servicio. Por tanto, la clave está en que un cliente elige un producto o servicio por la vivencia que le ofrece antes de la compra y durante su consumo. (Marketingdirecto.com, 2014)

Mercado meta:

hace referencia al destinatario ideal de un servicio o producto. Por lo tanto, se trata del sector de población al que se dirige un bien y al que podrá dirigir una organización sus esfuerzos de mercadotecnia. (Garcia, 2018)

Micro localización:

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (De Dios, 2012)

Proyección de ventas:

La proyección de ventas o también conocida como pronóstico de ventas es un ingreso proyectado basado en las tendencias del consumo y las estimaciones de productos a vender en un periodo determinado. (Analítica de retail, 2018)

Plaza:

Se le denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. (Acuña, 2013)

Screen:

Consiste en reproducir imágenes sobre cualquier material mediante la transferencia de una tinta a través de una malla tensada. El estampado se produce con el paso de la tinta, quedando bloqueado dicho paso en las áreas que no se quieren estampar. (Definicion.de, 2014)

TIR:

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. (Váquiro C., 2007)

2.4 Sistema de variables

En la encuesta se evalúa la frecuencia de compra de los propietarios de panaderías, los gustos en cuanto a colores y diseños, preferencia en el precio del producto, tamaños de mayor consumo en cuanto a cajas de cartón para torta.

CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de Investigación.

La investigación es descriptiva porque nos permite conocer o describir el comportamiento a través de lo que pasa en el campo de la producción y comercialización de cajas de cartón para tortas con técnica de impresión en screen, analizando la oferta, demanda, el entorno y precios del mercado.

3.2 Diseño de la investigación.

Para el desarrollo del estudio de mercado se realizó mediante el método cuantitativo, ya que en este trabajo se aplicaron los instrumentos de medición, como son la estadística por medio de encuestas que permiten cuantificar y medir que sucede, a la vez generar un pronóstico y una explicación de la información obtenida por esta herramienta.

3.3 Población y muestra

3.3.1 POBLACION

La población objeto del estudio está compuesta por los dueños o administradores de las panaderías de los municipios de Popayán con 210, Piendamó con 18 y Morales con 4, y un total de 410 panaderías a nivel del departamento del Cauca, las cuales se estiman en diferentes tipos de empresas y negocios: las industriales, las grandes superficies con sus marcas propias y las panaderías de punto caliente, que están constituidas en microempresas y famiempresas.

3.3.2 MUESTRA

La muestra establecida mediante la aplicación de la fórmula de muestreo aleatorio simple fue de 198 individuos, a los cuales se les aplico igual número de encuestas.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1 Fuentes Primarias.:

En fuentes primarias establecemos una relación directa con el público objetivo a través de una encuesta de 12 preguntas cerradas con respuestas múltiples, aplicadas a 198 Administradores de panaderías.

Para dicha encuesta se tuvo en cuenta la muestra poblacional la cual se calcula de la siguiente manera:

$$m = \frac{z^2 * P * Q}{E^2}$$
$$m = \frac{((1.96)^2 * (0.5 * 0.5))}{(0.070)^2}$$
$$m = 196$$

- N: panaderías en departamento del Cauca.
- Margen de error: 0.7%
- Nivel de confianza: 95%
- m: tamaño de muestra

Este estudio arroja como resultado 196, y se realizaron un total de 198 encuestas.

3.4.2 Fuentes secundarias.

Es este medio se realizó una búsqueda de información y referencias en los diferentes trabajos de grados, informes y guías relacionados con la creación de empresas de producción y comercialización de empaque para torta en los tamaños TM32, TM26 Y TM22 en algunas de las ciudades.

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Después de realizar el muestreo aleatorio y aplicar la encuesta, los datos fueron procesados mediante tabulación en programa Excel. Se determinaron los porcentajes de respuesta de cada una de las opciones, resultados que sirvieron de base para la interpretación realizada por los autores.

3.6 Metodología.

En la presente tabla de metodología se describe las etapas para la realización del estudio de factibilidad, para el cumplimiento de los objetivos planteados.

OBJETIVO	ACTIVIDAD	HERRAMIENTA	PRODUCTO A OBTENER
Efectuar un estudio de mercado en el cual permita edificar la oferta y demanda del mercado objetivo.	1. Identificar las características de la oferta y demanda de las cajas para tortas en el municipio de Piendamó. 2. Diseñar e implementar el uso de cajas para tortas personalizadas, exclusivas e innovadoras	Encuesta	Determinar la viabilidad en la creación de la microempresa dedicada a producción y comercialización de cajas para tortas en el municipio de Piendamó.
Efectuar el estudio técnico necesario para realizar la creación de las cajas para tortas.	Efectuar los recursos técnicos, administrativos y de personal necesarios para la puesta en marcha de las cajas para tortas en el municipio de Piendamó.	<ul style="list-style-type: none"> • Cálculos financieros • Evaluación económica 	
Efectuar el estudio financiero para establecer la viabilidad y factibilidad del proyecto cajas para tortas.	Estipular los recursos necesarios para crear el proyecto de cajas para tortas en el municipio de Piendamó.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la inversión • Estimación de ventas • Costos generales 	

CAPITULO 4: DESARROLLO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

4 ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo observamos las preferencias encontradas, cantidades de consumo, nivel de aceptación en cuanto a cajas de cartón para torta.

4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda potencial de cajas de cartón para tortas con técnica de impresión screen personalizado entre los administradores de panaderías en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales- Cauca

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar las preferencias del consumidor en cuanto a cajas para torta
- Identificar cual es la frecuencia del consumo de cajas de cartón para torta.
- Establecer las temporadas de potencial para comercialización de cajas de cartón para torta.
- Determinar el nivel de aceptación del consumidor.

4.3 ANÁLISIS DEL SECTOR ACTUAL Y TENDENCIAS NACIONALES

El presente busca aplicar la ley 1014 de 2006 (secretariassenado, 2006), la cual promueve a los emprendedores entre ellos estudiantes a capacitarse en busca de innovación de tal forma que se generen bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales, por lo cual se decidió crear una microempresa dedicada a la producción y distribución de cajas para torta en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales- Cauca.

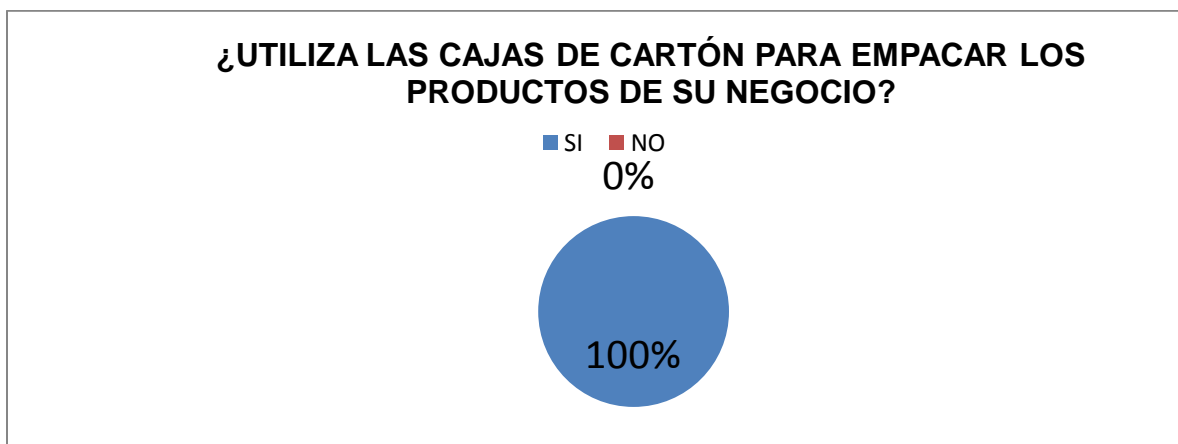
De acuerdo a la información suministrada por Cámara y Comercio del departamento

del cauca encontramos que existen en el departamento del cauca 412 panaderías (Camara y Comercio del Cauca, 2019), en los municipios de Popayán 210 panaderías, 4 en Morales y 18 en Piendamó, también se encontró que existen 47 panaderías informales lo cual indica que existe un número relevante de panaderías en estos sectores donde se puede ofrecer la caja para torta artesanal.

Se encontró que el sector panificador colombiano cuenta con diferentes tipos de empresas y negocios: las industriales, las grandes superficies con sus marcas propias y las panaderías de punto caliente, que están constituidas en microempresas y famiempresas (Dinero.com, 2014), se ha analizado el mercado y se determinó que las poblaciones a las cuales va dirigida la unidad económica de producción y comercialización de cajas de cartón para torta son los municipios de Popayán, Piendamó y Morales del departamento del Cauca.

4.4 RESULTADO DE LA ENCUESTA

Ilustración 1 ¿Utiliza las cajas de cartón para empacar los productos de su negocio?

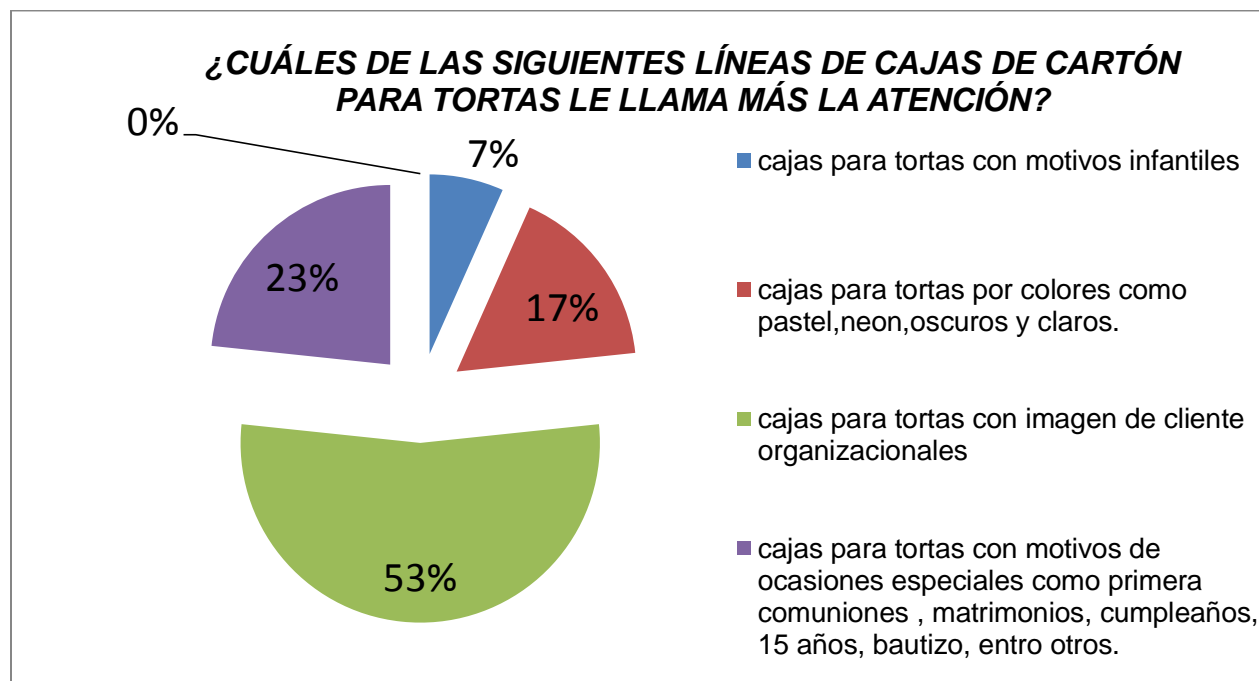


Fuente: (Propia E., empacar, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada manifiesta en su gran mayoría que se utiliza cajas de cartón para empacar productos en los negocios, con una participación del 100%, por ello se confirma el uso de las cajas de cartón para el empaque de tortas puesto que nuestro proyecto va enfocado a esta actividad.

Ilustración 2 . ¿Cuáles de las siguientes líneas de cajas de cartón para tortas le llama más la atención?

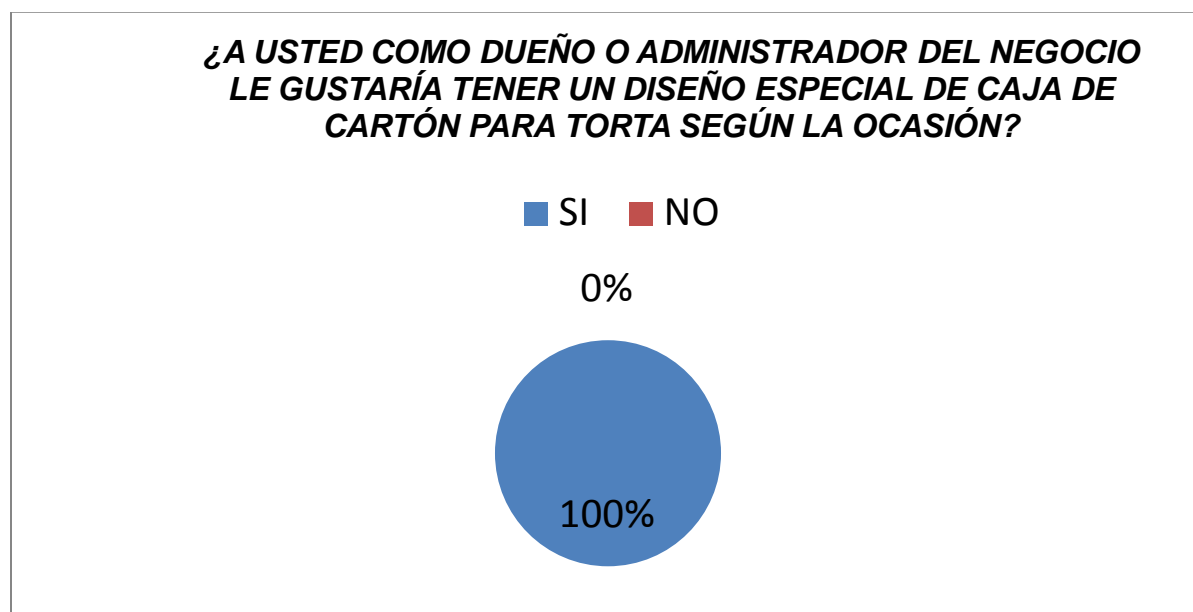


Fuente: (Propia E., Líneas de caja de cartón que más llama la atención, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada da a conocer que ante las distintas líneas ofrecidas de cajas de cartón para el empaque de tortas se inclinan con un 53% de participación la opción la línea con imagen de cliente organizacionales, con un 23% la de motivos especiales para la ocasión, con un 17% la de colores pastel, neón y con la menor participación un 7% la línea de motivos especiales, llegando a la conclusión que a las personas les interesa mostrar el nombre de su panadería por medio del empaque para torta.

Ilustración 3. ¿A usted como dueño o administrador del negocio le gustaría tener un diseño especial de caja de cartón para torta según la ocasión?

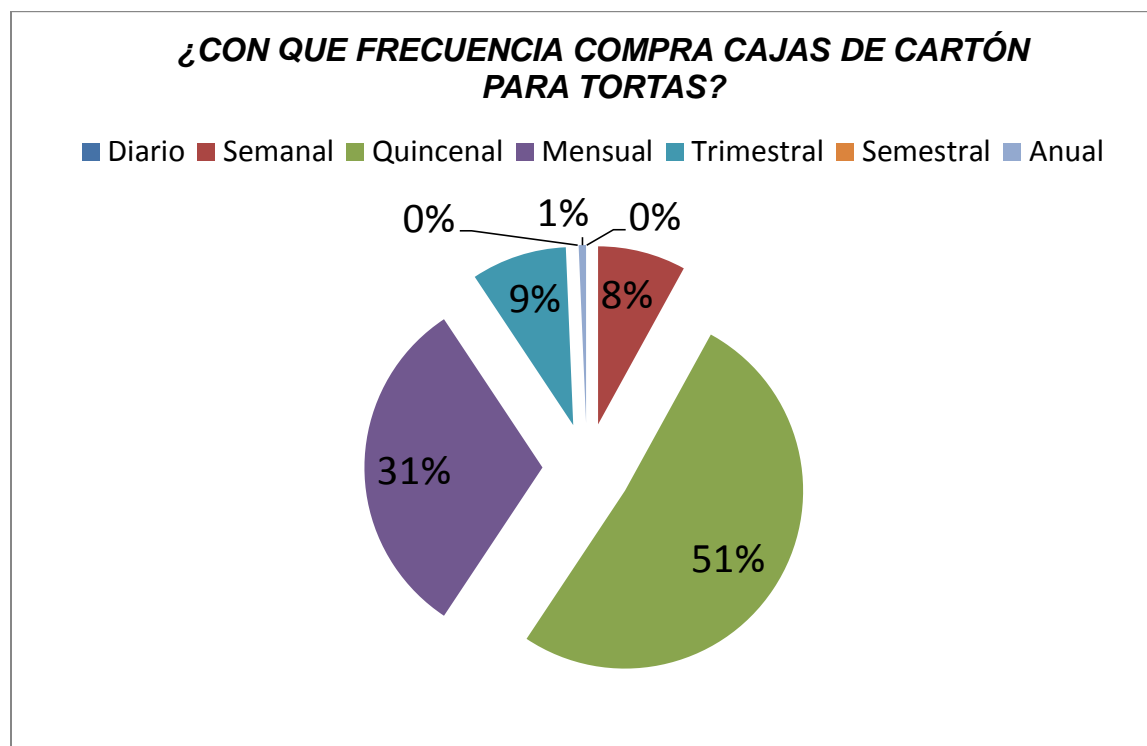


Fuente: (Propia E., ¿Le gustaría tener un diseño especial de caja de cartón para torta?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada manifiesta en un 100% de participación que a los dueños o administradores de panaderías les gustaría tener un diseño especial de caja de cartón para torta, lo cual muestra interés por el producto haciendo parte fundamental en nuestro proyecto pues está enfocado en la exclusividad de las cajas para torta.

Ilustración 4. ¿Con que frecuencia compra cajas de cartón para tortas?

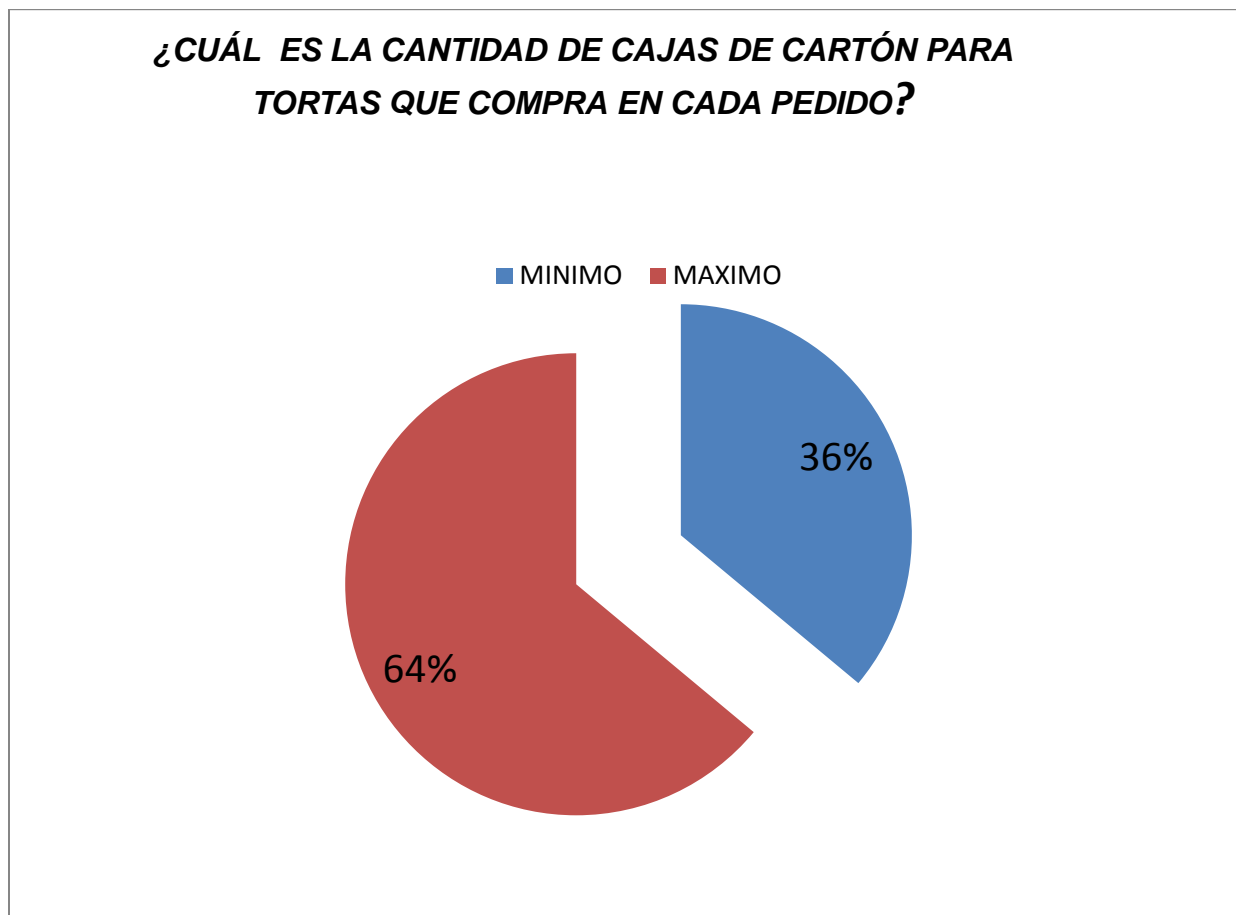


Fuente: (Propia E., ¿Con que frecuencia compra cajas de cartón?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada reporta que la mayor frecuencia en que compran cajas de cartón para torta con un 51% de participación es quincenal, un 31% manifiestan realizar la compra de forma mensual, un 9% de forma trimestral, un 8% semanal, ninguno realiza compras diarias, semestrales ni anuales, este reporte nos da la idea de la cantidad de cajas que podríamos fabricar como también las fechas en que entregarían estas.

Ilustración 5. ¿Cuál es la cantidad de cajas de cartón para tortas que compra en cada pedido?

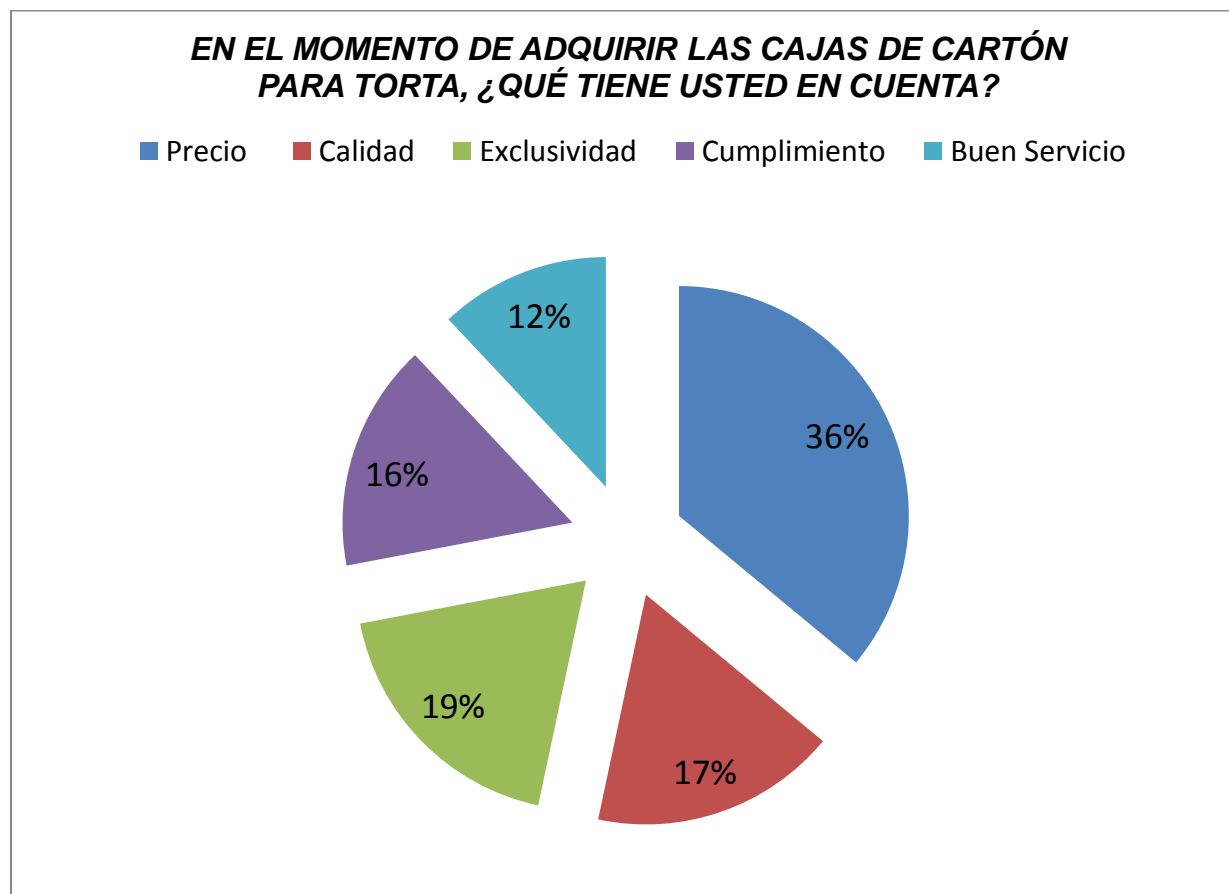


Fuente: (Propia E., ¿Cuál es la cantidad de cajas de cartón para torta que compra?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada da a conocer que el máximo de cajas de cartón para torta que realizan en cada pedido es de 265 y un mínimo de 150 promedios de 39.820 y 22.450 respectivamente frente a 198 personas encuestadas.

Ilustración 6. En el momento de adquirir las cajas de cartón para torta, ¿Qué tiene usted en cuenta?

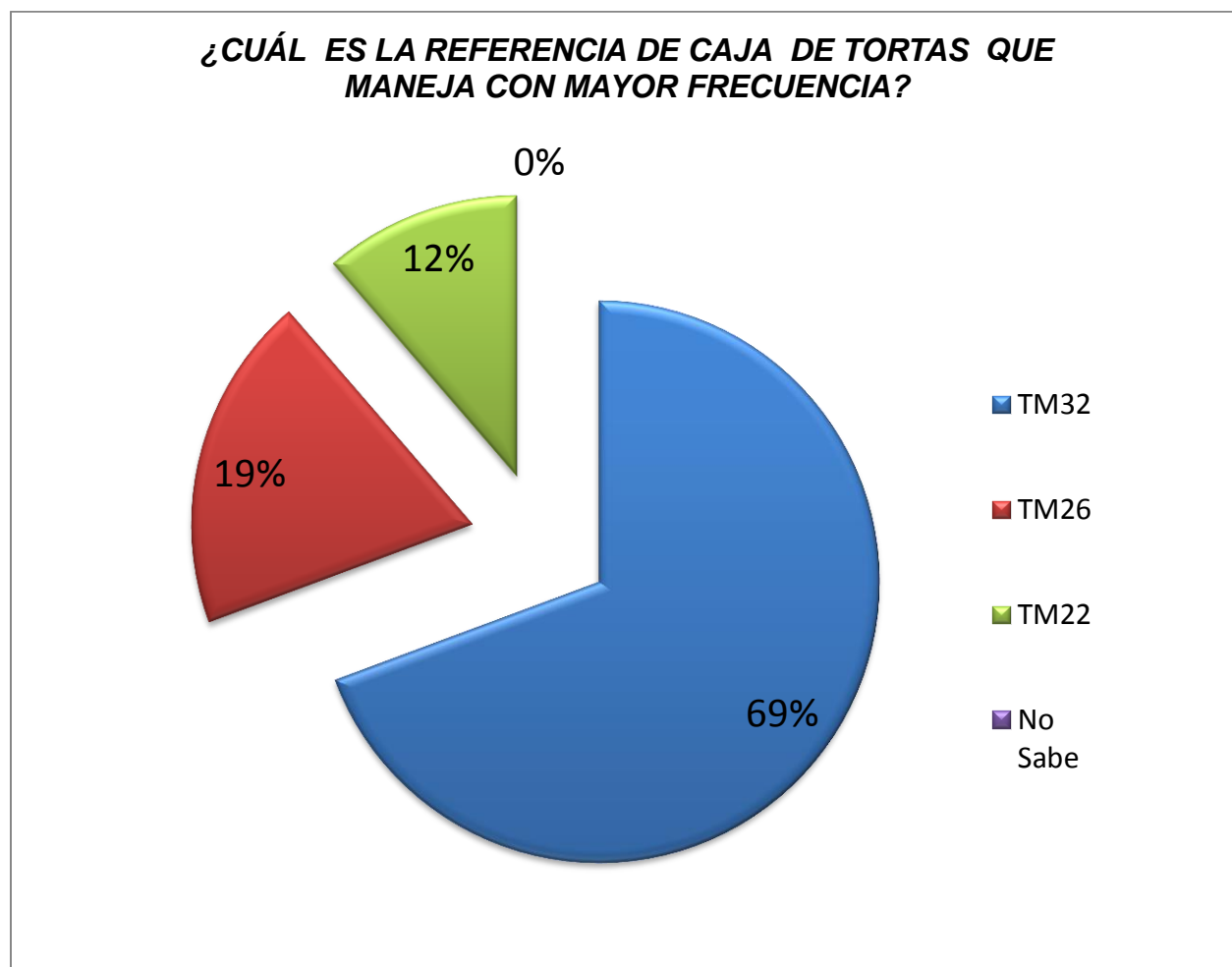


Fuente: (Propia E., En el momento de adquirir las cajas de cartón para torta ¿Que tiene usted en cuenta?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada da a conocer que en el momento de adquirir las cajas de cartón para torta lo que primero se tiene en cuenta es el precio y en segundo lugar la exclusividad con un porcentaje de 36% y 19% respectivamente. Por lo cual optamos por ofrecer cajas de cartón para torta que además de ser exclusivas e innovadoras sean a un precio justo para nuestros consumidores sin dejar a un lado el buen servicio, la calidad y el cumplimiento que a pesar de no tener una marcación relevante no deja de ser importante para nosotros.

Ilustración 7. ¿Cuál es la referencia de caja de tortas que maneja con mayor frecuencia?

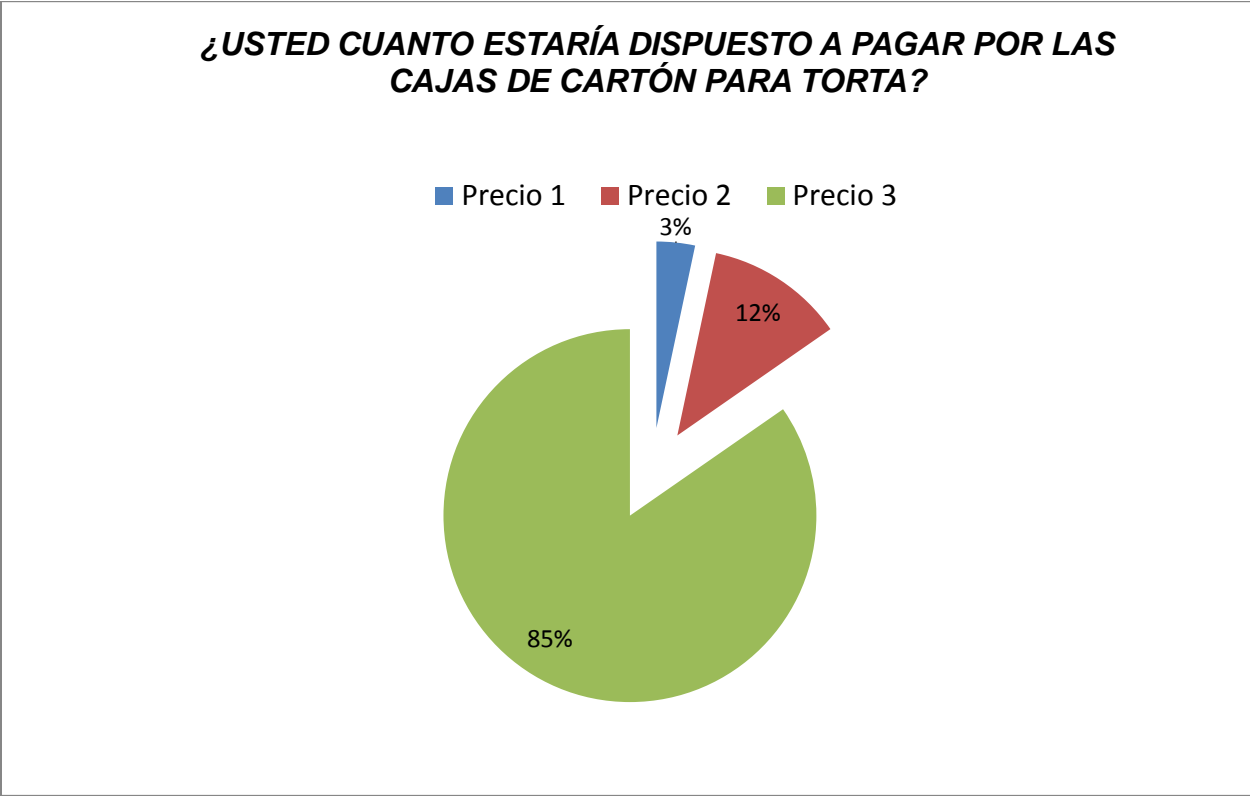


Fuente: (Propia E., ¿Cuál es la referencia de cajas de cartón que maneja con mayor frecuencia?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada da a conocer que las cajas para torta que utilizan con mayor frecuencia con un 69% de participación es la TM32 la caja más grande, concluimos que esto se da puesto que es la más utilizada en las reuniones familiares, por lo cual se optaría por fabricar cajas de este tamaño en una mayor cantidad, seguido vemos que las cajas TM26 con un 19% y la TM22 con un 12% se utilizan muy poco, lo cual nos sirve para no excedernos a en el momento de fabricar nuestro producto, un 0% no sabe cuál es la caja que utiliza con mayor frecuencia.

Ilustración 8. ¿Usted cuánto estaría dispuesto a pagar por las cajas de cartón para torta?



Fuente: (Propia E., ¿Usted cuánto estaría dispuesto a pagar por las cajas de cartón para torta?, 2019)

168 votaciones	Precio 3	\$1000	\$900	\$800
----------------	----------	--------	-------	-------

Interpretación

La muestra encuestada refleja que el precio que están dispuestos a pagar esta entre un rango de \$800 - \$ 1000 con un 85% del total, el cual está en un punto medio siendo así ni muy económico ni muy costoso lo que nos parece llamativo para la realización de nuestro proyecto.

Ilustración 9. ¿Suponiendo que el precio de la caja de cartón para torta es el que usted concediera adecuado, que probabilidad hay que las utilice?

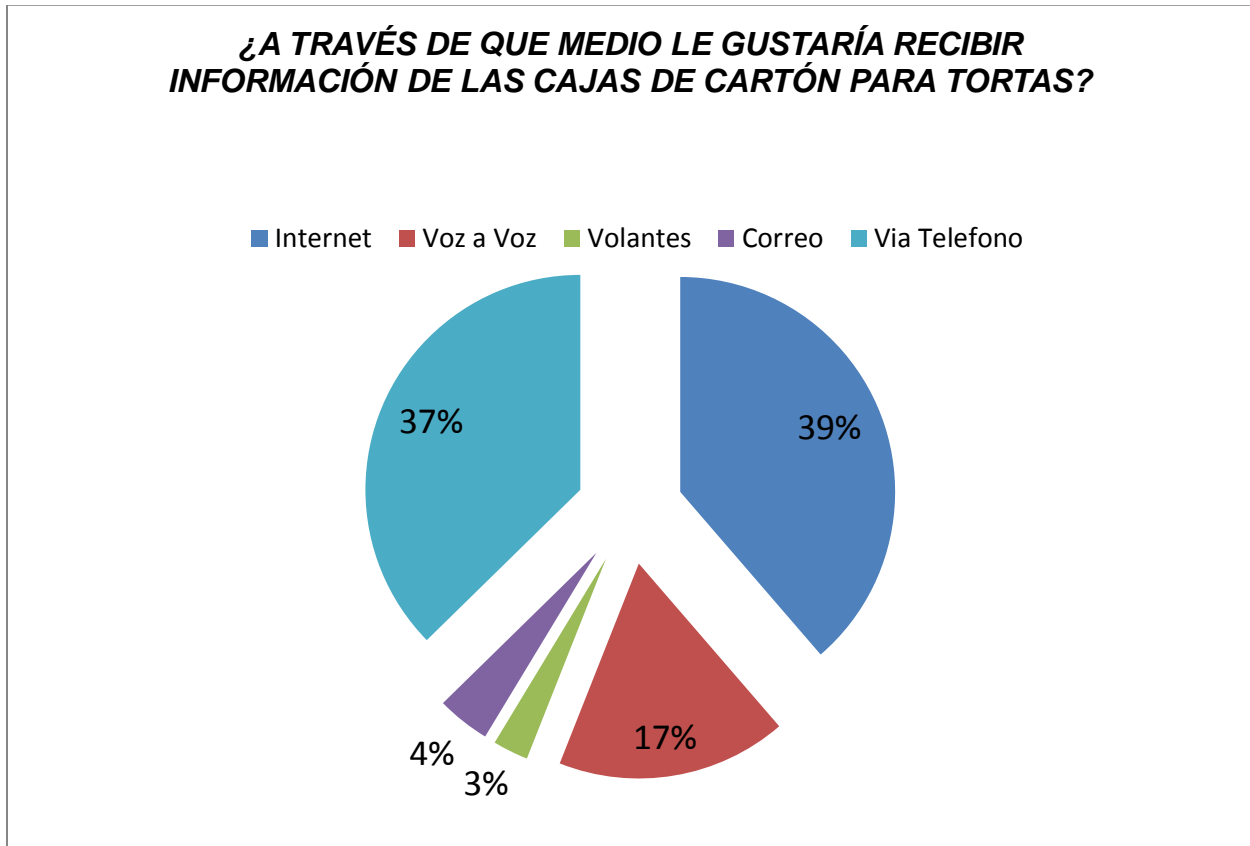


Fuente: (Propia E., ¿Qué probabilidad hay que utilice las cajas de cartón para torta?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada manifiesta que el interés de nuestros consumidores en las cajas para torta es positivo con un 83% las personas dicen que utilizarían el producto en cuanto estuviese en el mercado, por otro lado, dan la opción de que puede que lo utilicen en un tiempo con un 17%, sin tener respuestas negativas en esta pregunta donde quedo con un 0% el no creo que lo utilice y él no lo utilizaría

Ilustración 10. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de las cajas de cartón para tortas?



Fuente: (Propia E., ¿A través de que medio le gustaría recibir información de las cajas de cartón para torta?, 2019)

Interpretación

La muestra encuestada manifiesta que el medio de preferencia para recibir información del producto que ofrecemos, fue vía internet pues nuestros consumidores manifestaban que es muy fácil y rápido en el momento de intercambiar información, pues hoy en día la gran mayoría de personas tienen acceso a este con un resultado de **40%**, en segunda opción prefieren recibir información vía telefónica en un **25%** puesto que permite interacción instantánea con ellos y nosotros siendo las opciones voz a voz, volantes y correo no preferibles para la gran mayoría porque no permite tener toda información del producto

¿Qué problemas de fabricación observa usted en las cajas para torta que se comercializan actualmente?

Respuestas

- Más variedad y diseño
- Siempre surten los mismos diseños.
- Por lo general no hay exclusividad para cada panadería.
- Los diseños son muy simples y pocos variados.
- La calidad de las cajas de cartón para torta no es buena para la conservación de las mismas.
- Las cajas para tortas deberían venir con un diseño cómodo para poder transportarlas con más facilidad.
- Comodidad
- No hay innovación en colores y estilos organizacionales.
- No tengo problemas.

La opinión de nuestros consumidores en cuanto a la inconformidad que tienen sobre las cajas para torta que actualmente utilizan para el empaque de estas, donde manifiestan en su gran mayoría que son del común puesto que no les ofrecen innovación, por otro lado, en su minoría manifiestan que no tiene problema con el producto.

¿Tiene algún comentario o sugerencia para la fabricación y comercialización del producto cajas de cartón para torta?

Respuesta

- Que la empresa nos mantenga n buen precio y calidad del producto para conservar nuestros consumidores.
- Ofrecer diferentes diseños para cada ocasión.
- Que haya disponibilidad para las tortas de 1 y 2 piezas para mayor comodidad del cliente.

- Que las cajas sean exclusivas para las panaderías.
- En la actualidad hay que tener muchas clases y variedades de cajas para tortas porque a la hora de la comercialización encontramos clientes niños, jóvenes, adultos.
- Que la empresa esté pendiente de los consumidores para así lograr un buen servicio de adquisición.
- Que el material de las cajas para tortas sea de buena calidad y con diseño organizacional

4.5 TAMAÑO Y CRECIMIENTO DEL MERCADO

En este ítem encontraremos el análisis del consumo aparente del producto y el porcentaje de participación.

Tabla 1. Mercado objetivo

Producto / servicio	Consumo Aparente Total	Participación (%) mercado aparente	Mercado Potencial Total	Participación (%) mercado potencial
Caja de torta TM:32	675,338	14.71%	978,750	10.00%
Caja de torta TM:26	185,963	37.39%	978,750	7.00%
Caja de torta TM:22	117,450	16.92%	978,750	2.00%

Fuente: (Propia., Tamaño y crecimiento del mercado, 2019)

En la participación del mercado encontramos que la caja TM32 tiene una participación del 10% con un consumo de 675.338 cajas, en la caja TM26 tiene una participación del 7% con un consumo de 185.963 unidades de cajas y la caja TM22 con una participación del 2% con un consumo de 117.450 con dicha información concluimos que la caja de cartón para torta TM32 es la que mayor participación tiene en el mercado.

4.6 CONSUMO PER CAPITA

Se mencionará el número de panaderías del mercado potencial, número de demandantes para concluir con el ítem de consumo per cápita.

Tabla 2. *Consumo Percápita*

Producto / servicio	No. Mercado Potencial	% SI UTIL. (encuesta)	Numero Demandantes	Consumo Percápita Anual	Consumo aparente Mensual
Caja de torta TM:32	198	69.00%	137	99,343	8,278
Caja de torta TM:26	198	19.00%	38	69,540	5,795
Caja de torta TM:22	198	12.00%	23	19,869	1,655

Fuente: (Propia E., consumo per cápita, 2019)

Se evidencia frente a un mercado potencial de 198 panaderías, que la caja de torta TM32 obtiene una aceptación en el mercado de un 69% lo cual nos indica que sería la más comercial. La caja TM26 y TM22 no tienen una aceptación muy relevante, pero siguen siendo comercial.

4.7 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

La siguiente tabla que se muestra a continuación menciona las diferentes competencias que se encuentran en el mercado en cuanto a la producción y comercialización de cajas de cartón para torta.

Tabla 3. *Competencias en el mercado*

No.	Competencia	Ubicación	Fortalezas	Debilidades
1	Cartonería Varela Hermanos Ltda.	Calle 38 A NTE 2 AN 128 Cali	Producen cajas de cartón	No estampan cajas de cartón
2	Indugevi s.a	Cra 3° # 46A-44 Cali- Valle del Cauca	Ofrecen cajas de cartón personalizadas	El estampado no es artesanal
3	Cartonería Nacional s.a	Parque Sur Villa Rica - cauca	A logrado un gran reconocimiento en el mercado	Los empaques son industriales

Fuente: (Propia E., Competencias en el mercado, 2019)

4.8 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Lo más conveniente para el negocio de fabricación y venta de cajas para tortas es el mercadeo experiencial, dado que este consiste en estimular a las personas en sus emociones para que adquieran el producto.

Se llevaría a cabo un mercadeo experiencial para los clientes donde ellos puedan ser motivados a comprar las cajas. Sin embargo, es importante aclarar que la estrategia de la co-creación para la fabricación de las cajas sería una buena estrategia donde la gente podría participar en el diseño de las cajas y quizá uniendo las ideas creativas del fabricante y de los clientes se pueda generar un producto más acorde a las necesidades de todos y así poder vender un producto más acorde a las necesidades de los mismos.

Por este motivo el concepto para la empresa que se está formando es en primera instancia el mercadeo experiencial y en segunda instancia la co-creación para hacer cajas que sean acordes a lo que el público necesita tener.

Estrategia del producto:

Caja de cartón para torta tipo maletín TM32 Libra
Caja de cartón para torta tipo maletín TM26 Media
Caja de cartón para torta tipo maletín TM22 Cuarto

El factor diferencial de la caja de cartón para torta es que cuenta con diseño exclusivo para cada panadería por medio de un estampado artesanal.

Estrategia de precio:

Tabla 4. *Precios del producto*

Producto	Costo	Precio
Caja de torta TM: 32	\$ 560	\$ 1,000
Caja de torta TM: 26	\$ 447	\$ 900
Caja de torta TM: 22	\$ 402	\$ 800

Fuente: (Propia E., Precio del producto, 2019)

La estrategia se basa en los precios de la competencia y el costo de producción más un margen de ganancia, los precios están acordes a los rangos que determinaron los clientes potenciales a través de las encuestas.

Estrategia de promoción

El cliente se ve involucrado de una forma directa, puesto que es el quien nos dará información detallada de sus preferencias en cuanto al diseño de la caja de cartón para torta.

Estrategia de Publicidad

- Crear un portafolio el cual se pueda compartir vía internet, con el objetivo que nuestros clientes puedan recomendar a sus amigos nuestro producto

haciendo que estos puedan tener toda nuestra información en cuanto al producto con tan solo dar un clic.

- Una idea practica de publicidad es hacer una torta gigante en un centro comercial, donde se van a ofrecer las cajas y dentro de la caja gigante estará un fotógrafo con una cámara escondida, se colocará un letrero que diga “sonríele al pastel y llévate un pequeño regalo”. Apenas sonría la persona el fotógrafo estará listo para tomarle una foto instantánea y le entregara su foto con la información de producto a vender.
- Hacer sondeo por medio de las redes sociales, con el fin de seleccionar la caja con más creatividad e innovación, debe de tener la mayor cantidad de like, el ganador se le obsequiara un detalle.

Estrategia de Plaza o distribución

La distribución de cajas de cartón para torta se realizará por medio de asesores externos, los cuales estarán encargados de tomar el pedido y posteriormente generar la remisión de entrega puesto que no se tendrá punto de venta, solo punto de operaciones.

4.9 PRESUPUESTO MEZCLA DEL MERCADO

Tabla 5. *Presupuesto mezcla*

Ítem	Cantidad	Valor	Total
Lanzamiento del producto	1	2.500.000	2.500.000
Portafolio del Producto	2	250.000	500.000
Publicidad	3	200.000	600.000
Materiales e insumos	1	50.000	50.000
Salidas de campo	5	100.000	500.000
Otros	1	50.000	50.000
Totales			4.200.000

Fuente: (Propia, Presupuesto Mezcla, 2019)

4.10 PROYECCION DE VENTAS

Tabla 6. *Proyección de ventas por unidad*

Producto	Mercado Potencial	Unidades vendidas primer año	Unidades vendidas mensuales	Unidades vendidas diarias
Caja de torta TM:32	410	99,343	8,278.59	318.41
Caja de torta TM:26	410	69,540	5,795.02	222.89
Caja de torta TM:22	410	19,869	1,655.72	63.68

Fuente: (Propia, Proyección de ventas por unidad, 2019)

Tabla 7. *Proyección de ventas Anual*

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja de torta TM:32	99.343	102323	105393	108555	111811
Caja de torta TM:26	69.540	71626	73775	75988	78268
Caja de torta TM:22	19.869	20465	21079	21711	22363
TOTAL	188.752	194.415	200.247	206.254	212.442

Fuente: (Propia, Proyección de ventas anual, 2019)

4.11 ANALISIS DE LA PROYECCION DE VENTAS

Anualmente se obtiene un incremento del 3% teniendo en cuenta el crecimiento del número de panaderías a nivel de la región.

CAPITULO 5: ESTUDIO TECNICO

En este capítulo se dará a conocer los procesos productivos necesarios para fabricar el producto como: materias primas, insumos, gastos requeridos y maquinaria necesaria para el desarrollo del este.

5.1 MERCADO META

Panaderías de los municipios de Popayán, Piendamó y Morales del departamento del Cauca.

5.2 MACRO LOCALIZACION

La microempresa desarrollará sus actividades en los Municipio de Popayán, Piendamó y Morales del departamento del Cauca, su sede principal estará en la ciudad de Popayán.

Mapa 1: Macro localización desarrollo actividades de la empresa



Fuente: (Viamichelin.es, 2018)

5.3 MICRO LOCALIZACION

La microempresa se encontrará ubicado en la ciudad de Popayán – Cauca, en la Carrera 11 #71 N42 Barrio el Placer.

5.4 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

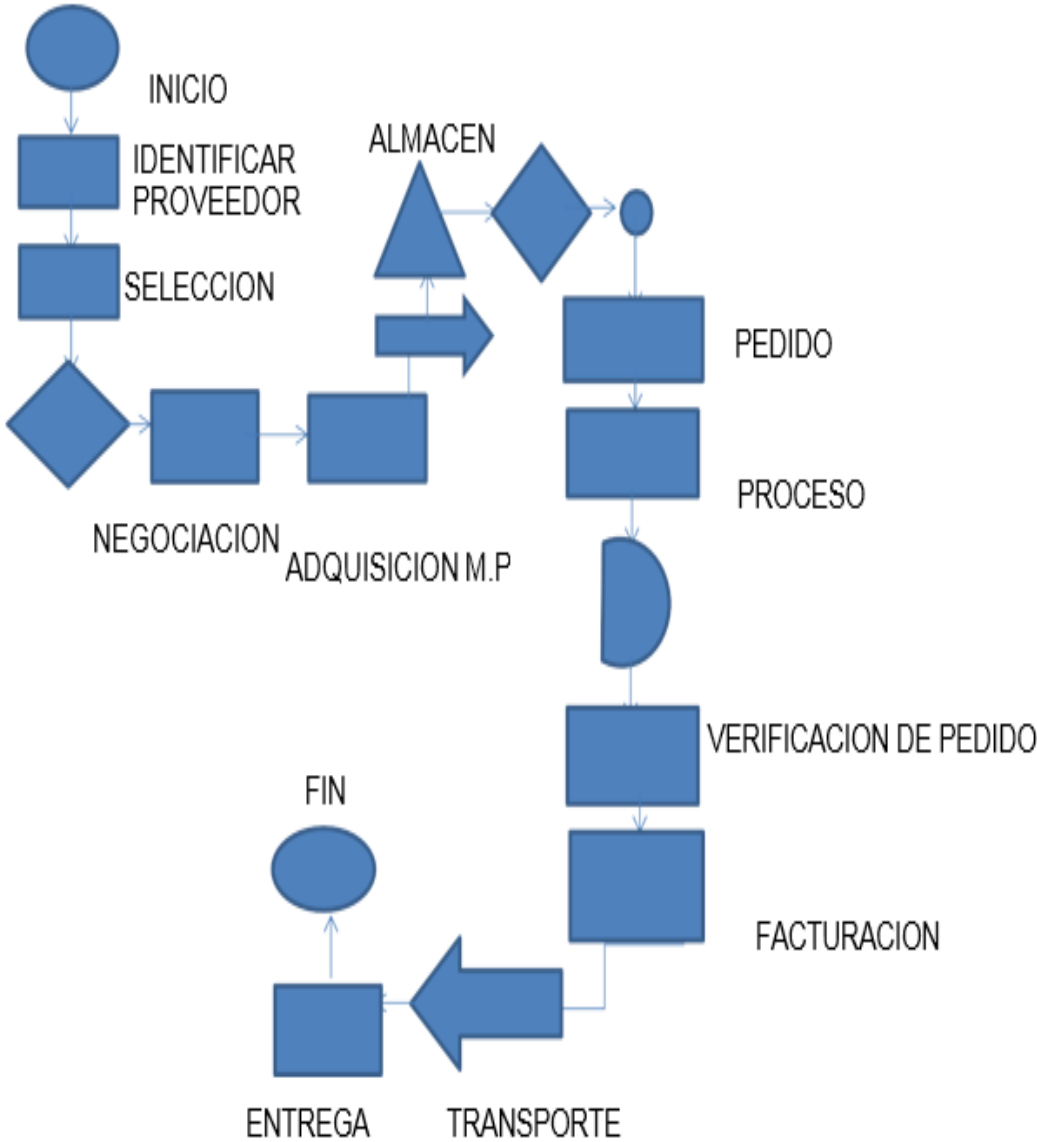
Nombre: Caja para torta	Referencia: caja TM: 32
Modelo: Caja de cartón para torta	Calidad: Cartón Biodegradable
Medidas: 31 x 31 x 12 Cm	
Descripción: Cajas de cartón para torta, en diferentes colores, diseños exclusivos e innovadores.	

Nombre: Caja para torta	Referencia: caja TM: 26
Modelo: Caja de cartón para torta	Calidad: Cartón Biodegradable
Medidas: 26.5 x 26.5 x 12 Cm	
Descripción: Cajas de cartón para torta, en diferentes colores, diseños exclusivos e innovadores.	

Nombre: Caja para torta	Referencia: caja TM: 22
Modelo: Caja de cartón para torta	Calidad: Cartón Biodegradable
Medidas: 22x 22 x 12 Cm	
Descripción: Cajas de cartón para torta, en diferentes colores, diseños exclusivos e innovadores.	




5.5 DIAGRAMA DE FLUJO







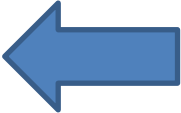

Ilustración 11. Diagrama de flujo



Fuente: Propia, Diagrama de flujo, 2019

5.6 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	SÍMBOLO DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD
IDENTIFICAR PROVEEDOR		<p>El administrador se dedica a identificar el mejor proveedor para la adquisición de la materia prima.</p> <p>El proceso se realizara mediante llamadas telefónicas y de forma presencial, dejando siempre evidencia de dichas cotizaciones y así formar un historial de proveedores.</p>
SELECCIÓN DE PROVEEDOR		<p>Al seleccionar el proveedor adecuado, se tendrá en cuenta la calidad, el precio que ofrecen y la entrega oportuna de la mercancía.</p>
NEGOCIACION		<p>El encargado realizara la negociación buscando un descuento por compras, que generalmente serán al por mayor y se tomara como aprobada dicha negociación mediante la firma de la persona encargada para esta función.</p>

ADQUISICION M.P		En la adquisición es necesario viajar de Piendamó a Cali y viceversa, con el fin de transportar la materia prima donde se realizara un control de materiales que será el soporte de la mercancía recibida, el encargado deberá verificar el estado de la m.p antes de realizar el despacho final.
ALMACEN		Al descargar la materia prima se realiza nuevamente una verificación de cantidades y estado de la materia prima para seguidamente hacer la respectiva selección por referencia.
PEDIDO		Se realiza la toma de pedido de los diferentes clientes y así lograr sacar el listado de pedido para el área de producción. El operador realizara el proceso de relevado del diseño de la organización en el marco de madera.
PROCESO		Después del revelado se debe de estampar de manera artesanal las cajas de cartón para las tortas con el respectivo diseño y color del ente económico y así lograr cumplir con el pedido asignado diariamente.
VERIFICACION DE PEDIDO		Se realiza el conteo de las cajas de los diferentes clientes y la verificación de la calidad del mismo.
FACTURACION		El auxiliar contable realizara la facturación de los pedidos de las cajas para tortas de los diferentes clientes.
TRANSPORTE		Después de alistado los pedidos se desplazan a los diferentes clientes.
ENTREGA		Se realiza la respectiva entrega de las cajas para las tortas a los clientes.

5.7 MATERIAS PRIMAS, INSUMOS, PRODUCTOS TERMINADOS

Tabla 8. Componentes caja TM32

Componente	Unidad	Cantidad	Valor	Total
Materia prima e insumos				560,26
Ref sku 83853 alaska varsol	ML	1	2	1,50
Marcos base revelado	Unidad	1	2	2,31
Caja de torta tm:32	Unidad	1	548	548,00
Base pintura screen	Unidad	1	2,5	2,45
Pintura screen	Unidad	1	1,0	1,00
Cinta streth	Unidad	1	5,0	5,00

Fuente: (Propia, Componentes caja TM32, 2019)

Tabla 9. Componentes caja TM26

Componente	Unidad	Cantidad	Valor	Total
Materia Prima e Insumos				447,26
Ref sku 83853 alaska varsol	ml	1	1,5	1,50
Marcos base revelado	unidad	1	2,3	2,31
Caja de torta tm:32	unidad	1	435,0	435,00
Base pintura screen	unidad	1	2,5	2,45
Pintura screen	unidad	1	1,0	1,00
Cinta streth	unidad	1,0	5,0	5,00

Fuente (Propia, Componentes caja TM26, 2019)

Tabla 10. Componentes caja tm22

Componente	unidad	cantidad	Valor	total
Materia prima e insumos				402,26
Ref sku 83853 alaska varsol	MI	1,0	1,5	1,50
Marcos base revelado	unidad	1,0	2,3	2,31
Caja de torta tm:32	unidad	1,0	390,0	390,00
Base pintura screen	unidad	1,0	2,5	2,45
Pintura screen	unidad	1,0	1,0	1,00
Cinta streth	unidad	1,0	5,0	5,00

Fuente: (Propia, Componentes caja TM22, 2019)

Tabla 11. *Materia prima*

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Unitario	Total	Imagen
Ref sku 83853 alaska varsol	ML	1	2	1,50	
Marcos base revelado	Unidad	1	2	2,31	
Caja de torta tm:32	Unidad	1	548	548,00	
Caja de torta tm:26	Unidad	1	435,0	435,00	
Base pintura screen	Unidad	1,0	2,5	2,45	
Pintura screen	Unidad	1,0	1,0	1,00	
Cinta streth	Unidad	1,0	5,0	5,00	

Fuente: (Propia, Materia prima, 2019)

5.8 GASTOS REQUERIDOS DE PRODUCCION

Tabla 12. *Gastos de administración*

Concepto	Cantidad	Valor mes	Valor anual
Publicidad	1	66,667	800,004
constitución	1		4,530,000
Pagos por arrendamientos	1	500,000	6,000,000
Suministros de oficina	1	70,500	846,000
Servicios públicos	1	138,200	1,658,400
Teléfono, internet, correo	1	212,000	2,544,000
Total, Gastos administración		987,367	16,378,408

Fuente: (Propia, Gastos de producción, 2019)

En la anterior tabla se reflejan los gastos administrativos como lo son publicidad, constitución, arrendamientos, servicios públicos entre otros los cuales equivalen a un valor mensual de \$987,367 y un valor anual de \$16,378,408.

5.9 PLAN DE PRODUCCION

Tabla 13. *Plan de producción en pesos*

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja de torta tm:32	99.343.000	106.927.838	115.091.778	123.879.036	133.337.200
Caja de torta tm:26	62.586.000	67.364.441	72.507.716	78.043.680	84.002.315
Caja de torta tm:22	15.895.200	17.108.799	18.415.055	19.821.045	21.334.382
total	177.824.200	191.401.078	206.014.550	221.743.761	238.673.897

Fuente: (Plan de producción, 2019)



5.10 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Tabla 14. *Maquinaria y equipo*

Inversión	Valor
Maquinaria, herramientas y equipos	515,000
Equipos de oficina	3,725,000
Adecuaciones locativas	3,000,000
Total inversión	7,240,000

Fuente: (Maquinaria y equipo, 2019)

Tabla 15. *Inversiones fijas y equipo de oficina*

Descripción	Valor total	Fondo emprendedor			
		cantidad	Vlr Unit	Val total	
inversiones fijas					
Maquinaria, equipos y herramientas					
Ref M-18610 Maquina serigrafía o revelado	505.000	1	505.000	505.000	
Espátula Goma	10.000	1	10.000	10.000	
Subtotal Maquinaria y Equipo	515.000			515.000	
Equipo de Oficina					



HP DESKJET GT 5810 Impresora	450.000	1	450.000	450.000	
Ref PC LENOVO 520- 221KU-INTEL CORE	2.100.000	1	2.100.000	2.100.000	
Tel Alámbrico TC- 50+Alambrico mas teléfono	300.000	1	300.000	300.000	
HUAWEI P20 Celular Smartphone	780.000	1	780.000	780.000	
Ref 3913 KW- Trio Guillotina	95.000	1	95.000	95.000	
Muebles y Enseres	0		1.700.000	0	
Subtotal Equipos de Oficina	3.725.000			3.725.000	

Fuente propia:(Inversiones fijas y equipo de oficina, 2019)

CAPITULO 6: ESTUDIO ADMINISTRATIVO

A continuación, se dará a conocer las estrategias para mitigar los diferentes impactos, el tipo de microempresa a constituir y la estructura organizacional

6.1 MATRIZ DOFA

ANALISIS INTERNO 	Listado de debilidades: D1: desmotivación por parte de los empleados en sus obligaciones. D2: que los empleados pongan en juego el buen nombre de la empresa, con sus malos actos. D3: que el empleado no haga buen uso de la maquinaria. D4: que no halla maquinaria disponible para cumplir con los servicios.	Listado de fortalezas: F1: contamos con un personal capacitado y certificado en el área de impresión, que conocen nuestro manual, políticas de la empresa, y están comprometidos con nuestra visión. F2: ser eficaces a la hora de brindar, un servicio generando confianza en nuestros clientes. F3: contar con la maquinaria necesaria y disponible. F4: buena imagen gracias a la eficiente prestación del servicio.
ANALISIS EXTERNO 		
Listado de oportunidades: O1: innovar en nuestro servicio. O2: acceder a los clientes potenciales de nuestra ciudad. O3: incluir novedosos servicios. O4: crecer como una empresa a nivel regional, municipal, departamental y nacional.	DO	FO Fortaleza para maximizar las fortalezas y oportunidades F1-O4 Realizar publicidad a través de ofertas novedosas en los diferentes lugares del país.
Listado de amenazas: A1: la competencia. A2: falta de demanda. A3: falta de personal capacitado. A4: que nuestros deudores no cumplan con las responsabilidades que tienen con nuestra empresa.	DA min D y min A Que el empleado no haga buen uso de la maquinaria vs. Capacitaciones he inducciones	FA maximizar las F y MIN A F4 VS A1 con el eficiente servicio prestado y con precios asequibles a nuestros clientes lograremos sobresalir contra la competencia.

6.2 TIPO DE EMPRESA A CONSTITUIR

6.2.1 PERSONA NATURAL

La persona natural sigue siendo la misma, simplemente adquiere la calidad de comerciante por desarrollar en forma profesional una actividad mercantil. La persona jurídica, una vez constituida, forma una persona diferente de las individuales que la conforman. (CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, 2018)

La empresa se constituye por una persona natural, María Alejandra Martínez Ipiá quien aporta \$39.539.964 (treinta y nueve millones quinientos treinta y nueve mil novecientos sesenta y cuatro pesos mcte) para el funcionamiento de esta, en cuanto al otro integrante del proyecto estará encargado de la parte administrativa.

6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En este ítem se presenta el modelo de organización de la microempresa donde se reflejan los niveles administrativos y de producción.

6.3.1 FICHA ADMINISTRATIVA

Logotipo y lema de la microempresa

Nombre	Logotipo	Lema
VME Representaciones		Ideas para Toda ocasión.

Fuente: (Propia., Logotipo y lema, 2019)

En esta tabla se observa el logotipo y lema de la empresa VME REPRESENTACIONES

6.3.2 ORGANIGRAMA



Ilustración 12. Organigrama

Fuente: Propia, Diagrama de flujo, 2019

6.3.1 PERFILES PARA LOS CARGOS DE LA EMPRESA

6.3.1.1 PERFIL ADMINISTRADOR

La persona encargada de realizar las actividades de administrador en la empresa **VME REPRESENTACIONES** debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Edad: de 30 a 40 años.
- Sexo: libre
- Estudios Profesionales: en Administración.
- experiencia en las actividades del puesto. mínimo 2 años.
- Con una especialización en mercadeo.
- debe tener buenas aptitudes de comunicación

ACTIVIDADES:

- Buen trabajo en equipo
- ser objetivo
- actitud de líder
- tener don de mando
- iniciativa propia
- capacidad de toma de decisiones
- asegurarse que el servicio sea llevado a cabo en el más alto nivel y administrar el departamento de manera rentable.

FUNCIONES

- planeamiento estratégico de actividades
- representación legal de la empresa
- dirigir las actividades generales de la empresa.
- contratación de personal administrativo.
- dirigir el desarrollo de las actividades de la empresa con las áreas encargadas.
- Selección de personal.
- autorizar órdenes de compra.
- dirigir a la empresa en la marcha del negocio.
- inteligencia para resolver problemas que se presenten.
- capacidad de comunicación.
- capacidad de escucha.
- espíritu de observación

- capacidad de trabajo
- espíritu de lucha
- perseverancia y constancia
- capacidad de liderazgo
- integridad moral y ética.

6.3.1.2 PERFIL IMPRESOR

El personal encargado de realizar las actividades de impresor en la empresa **VME REPRESENTACIONES** debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Edad: de 25 a 35 años
- Sexo: masculino
- Estudios: bachiller
- Experiencia: Un año mínimo en el manejo de estampado artesanal en screen
- Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata. Amabilidad y disposición.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para fomentar el orden, limpieza y organización.
- Contribuir a la comunicación asertiva.
- Optimizar y controlar los recursos materiales asignados.
- Ser idóneo y calificado, reuniendo las condiciones personales óptimas y características humanas sobresalientes, en cuanto a relaciones interpersonales, responsabilidad, honradez, honestidad, seriedad, presentación personal, capacidad de manejo, conocimiento y utilización de los elementos puestos a su servicio para la ejecución de su labor.

ACTIVIDADES:

- Realizar limpieza en el área asignada.
- Utilizar y controlar de manera eficaz los materiales de estampado.
- Mantener las herramientas y equipo de trabajo en óptimas condiciones.

- Reportar desperfectos y averías para su inmediata reparación.
- Manejar adecuadamente los residuos.

6.3.1.3 PERFIL DEL AUXILIA CONTABLE

El auxiliar contable que labore en la empresa **VME REPRESENTACIONES** debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Edad: de 22 a 35 años
- Sexo: Femenino – masculino.
- Estudios: tecnólogo en contabilidad y finanzas.
- Experiencia: 1 año mínimo.
- Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata.
Amabilidad y disposición.
- Capacidad para trabajar en equipo.

ACTIVIDADES:

- Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Archiva documentos contables para uso y control interno.
- Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias.
- Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.
- Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- Participa en la elaboración de inventarios.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

- Recepcinar los pedidos de clientes
- Emitir orden de pedido
- Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada.

6.3.1.4 PERFIL DEL AUXILIAR DE PLANTA

El auxiliar de planta la empresa **VME REPRESENTACIONES** debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Edad: de 25 a 35 años
- Sexo: masculino.
- Estudios: bachiller
- Experiencia: 1 año mínimo.
- Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata.
Amabilidad y disposición.
- Capacidad para trabajar en equipo.

ACTIVIDADES

- Identificar y clasificar el inventario de materia prima
- Alistar los pedidos emitidos por el auxiliar contable
- Despachar los pedidos solicitados
- Dar a conocer semanalmente las cantidades de materia prima existentes
- verificar que el producto este en buenas condiciones para el despacho

6.3.1.5 PERFIL DEL VENDEDOR

El vendedor **VME REPRESENTACIONES** debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Edad: de 25 a 40 años
- Sexo: masculino.- femenino
- Estudios: técnico o tecnólogo en ventas
- Experiencia: 1 año mínimo.

- Establecer relaciones interpersonales positivas con las personas que trata. Amabilidad y disposición.
- Capacidad para trabajar en equipo.

ACTIVIDADES

- Atención al cliente para decepcionar su pedido
- Impulsar a nuevos clientes nuestro producto con el fin de incrementar las ventas y el número de los mismos.

6.4 POLÍTICA LABORAL

- El horario laboral será de lunes a sábado de 8:00am a 12:00pm y de 2:00pm a 6:00pm
- No se permitirá el ingreso a la persona que estén en estado de embriaguez o haya consumido sustancias psicoactivas.
- Dar el debido uso a la dotación asignada.
- Cumplir con las actividades asignadas por sus superiores que estén dentro de su contrato laboral.
- Las ausencias de trabajo deberán ser sustentadas ante el área de TH y firmadas por su jefe inmediato
- Los activos fijos entregados a cada colaborador deberán recibir un buen uso.
- Los permisos serán admitidos solo y únicamente en casos de enfermedades sustentadas por el reporte médico, y casos de calamidad domestica siempre y cuando sea autorizado por su jefe inmediato.
- No se aceptan hombres con perforaciones en el rostro o cualquier sector del cuerpo, afectando la buena imagen y presentación de la empresa.

6.5 POLÍTICA DE PREVENCIÓN.

- No usar el nombre, propiedades y logo de la empresa para realización de campañas políticas.
- Las personas que realicen actos que afecten el buen nombre de la empresa y la operación eficaz de su funcionamiento, serán sancionadas según el criterio de evaluación por sus superiores.
- No se permitirá el ingreso de armas blancas, de fuego o materiales a las instalaciones que atenten contra la vida de los presentes.
- No se permitirá ningún tipo de acompañamiento familiar en su puesto laboral de personas que no son pertenecientes a la entidad

6.6 POLÍTICA SOCIALES O DE CONVIVENCIA

- Las actividades realizadas lúdicamente por la empresa, deberán participar por obligación los colaboradores ya que son en beneficio de ellos mismo.
- Si se presentan discusiones entre los trabajadores se realizará el siguiente procedimiento: serán llevados a comité para dar motivos y aclaraciones del problema de tal manera que se pueda dar a una cuya solución o una llamada de atención según el caso.
- Se deberá respetar las culturas, religiones, sociales, políticos entre cada uno de los trabajadores y sus clientes.
- No se admite relaciones sentimentales dentro de la organización o dentro de horarios de trabajo.
- No se permite mascotas en las instalaciones de la empresa, como también en zonas de trabajo.

- En caso de presentarse agresiones físicas dentro de las instalaciones de trabajo u horario laboral entre colaboradores, se dará por expulsión inmediata a los actores en dicho evento.
- Se permite la manipulación de celulares en caso de llamadas de emergencia o casos extremos, de lo contrario será motivo de llamado de atención

6.7 PROPOSITOS.

- Que los trabajadores se sientan bien en su puesto laboral o actividad de labor.
- Hacer cumplir los deberes y derechos de nuestros colaboradores conforme lo rige la ley.
- Mantener y satisfacer las necesidades principales de los clientes.
- Brindar oportunidad de empleo a personas que carecen de ello.
- Ofrecer un precio cómodo de adquisición del producto a los clientes.
- Obtener utilidades o ganancias.
- Innovar nuestro servicio en calidad, compromiso y precio para satisfacer al cliente.
- Aprovechar al máximo el capital que aportaron los socios al iniciar la empresa para generar ganancias.
- Realizar campañas para la presentación del servicio en distintos lugares del municipio de Popayán.
- Tener la empresa en constante supervisión y control de la realización de operaciones a sus colaboradores.
- Mantener la organización con los accionistas y en el mercado.

CAPITULO 7: ESTUDIO FINANCIERO

Mencionaremos los Salarios Mensuales de los Empleados, Gastos requeridos para la legalización del mismo, Monto de aportes, Balance General, Estado de Resultados, Flujo de Caja, Indicadores Financieros y la Tasa de rentabilidad

7.1 SALARIOS MENSUALES

Tabla 16. *Salarios mensuales*

CARGO	SALARIO	AUXILIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL
AUXILIAR CONTABLE	1.000.000,00	97.032,00	468.533,00
ADMINISTRADO	1.026.047,00	97.032,00	480.737,00
VENDEDOR AUXILIAR EN BODEGA	828.116,00	97.032,00	388.000,00
TOTAL		388.128,00	1.725.270,00

Fuente: (Propia, Salarios mensuales, 2019)

7.2 GASTOS DE LEGALIZACION

En la siguiente tabla se relacionan los gastos de legalización requeridos para la puesta en marcha de la microempresa.

Tabla 17 *Gastos de legalización*

Detalle	Costo
Estudio de pre factibilidad	\$1.000.000
Estudio de factibilidad	\$2.000.000
Escrituras y gastos notariales	\$200.000
Registro mercantil	\$250.000
Permisos y licencias	\$150.000
Total	\$3.600.000

Fuente: (Propia, Gastos de legalización, 2019)

En la anterior tabla se relaciona los gastos necesarios para la legalización de la microempresa.

7.3 MONTO DE APORTES

Quien aporta el capital es la señorita María Alejandra Martínez Ipia por un valor de \$59.334.689,00 (cincuenta y nueve millones trescientos treinta y cuatro mil seiscientos ochenta y nueve pesos mcte) siendo la inversión inicial del 70% para mantenerse durante los primeros seis meses y el 30% será solicitado por medio de crédito bancario por un valor de \$ 25.429.152 (veinticinco millones cuatrocientos veintinueve mil ciento cincuenta y dos pesos mcte)

Se estima una inversión inicial de \$84.763.841 que contempla el arrendamiento del local, los salarios del personal administrativo, materias primas y los gastos de administración a 6 meses, como un estimado para el arranque y puesta en marcha de la empresa en ese lapso de tiempo.

Si se proyecta que a partir de los 6 meses de funcionamiento y posicionamiento de la empresa, sus propios ingresos pueden cubrir los gastos anteriormente mencionados a partir del séptimo mes de funcionamiento.

7.4 ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA

7.4.1 ESTADO DE RESULTADOS

Estado de resultados

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	177,824,200	191,401,078	206,014,550	221,743,761	238,673,897
COSTO DE VENTAS	94,752,874	96,900,650	99,131,308	101,448,043	103,854,179

UTILIDAD BRUTA	83,071,326	94,500,427	106,883,242	120,295,717	134,819,718
GASTOS					
Mano de obra directa e indirecta	64,185,096	67,141,126	70,240,186	73,489,435	76,896,397
Servicios públicos	4,202,400	4,364,566	4,532,990	4,707,913	4,889,586
Arrendamiento	6,000,000	6,231,533	6,472,001	6,721,749	6,981,133
Otros gastos	846,000	955,146	992,004	1,030,285	1,070,042
Constitución	4,530,004				
Publicidad	800,004	830,875	862,938	896,238	930,822
Amortización	3,844,725	4,384,140	4,999,235	5,700,627	6,500,425
TOTAL GASTOS	84,408,229	83,907,386	88,099,354	92,546,246	97,268,406
UTILIDAD OPERACIONAL	(1,336,903)	10,593,041	18,783,889	27,749,471	37,551,312
Gastos financieros	3,129,845	2,590,430	1,975,335	1,273,942	474,144
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(4,466,747)	8,002,611	16,808,553	26,475,529	37,077,167
Provisión de impuestos 33%	(1,474,027)	2,640,862	5,546,823	8,736,925	12,235,465
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	(2,992,721)	5,361,750	11,261,731	17,738,604	24,841,702
UTILIDAD NETA (del ejercicio)	(2,992,721)	5,361,750	11,261,731	17,738,604	24,841,702
UTILIDADES RETENIDAS	(2,992,721)	5,361,750	11,261,731	17,738,604	24,841,702

7.4.2 FLUJO DE CAJA

Flujo de caja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ingresos totales por ventas	177,824,200	191,401,078	206,014,550	221,743,761	238,673,897
Costos	94,752,874	96,900,650	99,131,308	101,448,043	103,854,179

TOTAL INGRESOS	83,071,326	94,500,427	106,883,242	120,295,717	134,819,718
EGRESOS					
Inversion inicial					
Mano de obra directa e indirecta	64,185,096	67,141,126	70,240,186	73,489,435	76,896,397
Servicios publicos	4,202,400	4,364,566	4,532,990	4,707,913	4,889,586
Arrendamiento	6,000,000	6,231,533	6,472,001	6,721,749	6,981,133
Otros gastos	846,000	955,146	992,004	1,030,285	1,070,042
TOTAL EGRESOS	75,233,496	78,692,371	82,237,181	85,949,381	89,837,158
FLUJO ANTES DE IMPUESTOS	7,837,830	15,808,056	24,646,061	34,346,336	44,982,560
Impuestos (33%)	2,586,484	5,216,659	8,133,200	11,334,291	14,844,245
FLUJO NETO DEL PERIODO	5,251,346	10,591,398	16,512,861	23,012,045	30,138,315
Mas saldo inicial de caja	-	5,251,346	15,842,744	32,355,605	55,367,650
SALDO FINAL DE CAJA	5,251,346	15,842,744	32,355,605	55,367,650	85,505,965

7.5 INDICADORES FINANCIEROS

COSTO PONDERADO DE CAPITAL ANUAL(CPPC):	14%
VALOR PRESENTE NETO (VPN):	\$ 30.945.675,21
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):	23,74%

La tasa de costo ponderado de capital aplicada para determinar el valor presente neto es de 14 %, El valor presente neto (VPN) es de \$ 30.945,675,21 después de haber recuperado la inversión y la tasa interna de retorno (TIR) es del 23,74% la cual mide la rentabilidad del producto. Y sobrepasa el costo de oportunidad reflejado en la tasa de 14 %.

7.6 CAPITAL DE TRABAJO

Encontraremos las cuantías necesarias de materias primas, insumos, mano de obra, costos de producción y demás para la puesta en marcha

Tabla 18. *Capital de trabajo*

Concepto	Valor
Arriendo Local	6,000.000
Materia prima e insumos	94,752,874
Salario personal	35,003,112
Gastos administrativos	5.924.904
total Capital de Trabajo	141,680,889
Capital trabajo	70,840,445
Activos Fijos	4,240,000
Activos Diferidos	4,530,004
Capital trabajo 6 meses	79,610,449

Fuente: (Propia, Capital de trabajo, 2019)

7.7 MATERIA PRIMA E INSUMOS

Tabla 19. *Costo materia prima e insumos*

Costos materia prima	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja de torta TM:32	55,657,909	57,805,686	60,036,343	62,353,079	64,759,215
Caja de torta TM:26	31,102,460	31,102,460	31,102,460	31,102,460	31,102,460
Caja de torta TM:22	7,992,504	7,992,504	7,992,504	7,992,504	7,992,504
Total costos	94,752,874	96,900,650	99,131,308	101,448,043	103,854,179

Fuente: (Propia, Materia prima e insumos, 2019)

7.8 COSTO MANO DE OBRA

Tabla 20. *Mano de obra*

Costos mano de obra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	12,204,384	12,848,078	13,525,722	14,239,108	14,990,119
Auxiliar contable	12,491,943	13,844,415	13,844,415	14,574,609	15,343,315
Vendedor	10,306,785	10,850,394	11,422,675	12,025,139	12,659,379
Impresor	9,437,600	9,720,728	10,012,350	10,312,720	10,622,102
Impresor	9,437,600	9,720,728	10,012,350	10,312,720	10,622,102
Auxiliar de bodega	9,437,600	9,720,728	10,012,350	10,312,720	10,622,102
Total costos	63,315,912	66,705,071	68,829,862	71,777,016	74,859,119

Fuente: (Propia, Mano de obra, 2019)

7.10 COSTO DE PRODUCCION

Tabla 21. *Costos de producción*

Costos operación por productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja de torta TM:32	59,830,390	63,446,659	67,310,561	71,409,774	75,758,629
Caja de torta TM:26	34,023,232	36,095,247	38,293,448	40,625,518	43,099,613
Caja de torta TM:22	8,826,835	9,364,390	9,934,681	10,539,703	11,181,571
TOTAL COSTOS	102,680,458	108,906,296	115,538,689	122,574,995	130,039,812

Fuente: (Propia, Costos de producción, 2019)

7.11 OPERACIÓN

Relacionamos la asignación de actividades, recursos necesarios para el desarrollo y las metas sociales.

7.11.1 PLAN OPERATIVO

Tabla 22. *Plan operativo*

Concepto	Valor total	Valor mes
Legalización de la empresa	3.600.000,00	
Adecuaciones locativas	3.000.000,00	
Compra de activos fijos	4.240.000	
Compra de activos diferidos	4.530,004	
Compra de materia prima e insumos	94,752,874	7.896.073
Pago de mano de obra directa	18,875,200	1,572,934
Pago de gastos de personal administrativo	35,003,112	2.916.926
Pago de gastos administrativos	4,202,400	
Varios	416.981	
Total	168,620,571	

Fuente: (Propia, Plan operativo, 2019)

8. IMPACTOS SOCIALES, ECONOMICOS Y AMBIENTALES.

Se espera desarrollar este proyecto de emprendimiento como política para disminuir el desempleo en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales Cauca, brindando la oportunidad de emplear, en el primer año de funcionamiento a cinco personas, entre ellos madres cabeza de familia y desmovilizados, con el fin de mejorar el entorno social y cultural.

En lo económico se proyecta generar unos ingresos anuales por un valor de \$175.837.300 ciento setenta y cinco millones ochocientos treinta y siete mil trescientos pesos mcte, los cuales se gastan en la región fortaleciendo la economía local además en lo ambiental lo positivo del producto es que es biodegradable y reciclable.

Lo antes mencionado se desarrolla con el fin de aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Contaduría Pública y fomentar el emprendimiento.

9. RESULTADOS ALCANZADOS

Los resultados más importantes de cada uno de los estudios de mercado, técnico y financiero, realizados en el desarrollo y ejecución del proyecto cajas de cartón para tortas se pueden resumir, básicamente, en los siguientes puntos:

- nos muestra que el segmento va dirigido a la población de los municipios de Popayán, Piendamó, Morales-Cauca es escaso el número de proveedores de cajas de cartón para tortas.
- Según los resultados arrojados por el estudio de mercado se analiza por parte de los consumidores la necesidad en la innovación del producto para lo cual se tiene en cuenta un modelo exclusivo para cada organización.
- Se logró conocer los gustos de los propietarios, administradores y demás encargados de las panaderías, de los municipios de Popayán, Piendamó, Morales-Cauca, logrando la aceptación del producto.
- Al realizar el estudio técnico se encuentra un número representativo de demanda, en cuanto al consumo del producto. lo que nos permite obtener resultados positivos de viabilidad.
- Se identifica en el estudio financiero la viabilidad del proyecto, en el cual nos arroja el capital de trabajo necesario para su ejecución, siendo aceptable la inversión inicial. El aporte de persona natural será de \$55.727.314
- En el estudio financiero se concluye que no se encuentra ningún riesgo económico, lo cual nos permite recuperar la inversión en un tiempo corto plazo.

10. CONCLUSIONES

- En el desarrollo del proyecto se logra evidenciar que la idea de emprendimiento cuenta con una posible oportunidad en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales cauca para la puesta en marcha debido a que en la actualidad se encuentra un número representativo de panaderías de los municipios antes mencionados, quienes utilizan las cajas de cartón para tortas.
- Según los resultados obtenidos en el estudio se muestra que la idea de negocio de producción y comercialización de cajas de cartón para tortas es viable, ya que los clientes principales manifestaron en la encuesta, que el producto fuera innovador, exclusivo y a precio cómodo, lo cual VME REPRESENTACIONES cumple con las características solicitadas.
- En cuanto al costo de la maquinaria y producción a grandes rasgos es poco y no muy costosa la inversión, por lo cual nos muestra el estudio la viabilidad.
- Financieramente se puede decir que la idea de negocio es viable porque representa un aumento en cuanto a las ventas e ingresos año tras año, nos permite cumplir con los salarios, obligaciones y así lograr en el futuro una expansión.
- La idea de negocio con relación al impacto socio económico es que se va a emplear a madres cabezas de familia y desmovilizados con el fin de contribuir a mejorar el entorno económico de las familias y en lo ambiental se genera una idea que cuenta con responsabilidad con buenas practica de producción como es utilizar mano de obra de operador en el estampado artesanal en pintura de screen dejando de un lado la maquinaria, así contribuimos a cuidado del medio ambiente.

11. TRABAJOS FUTUROS

Se recomienda más innovación en el proceso de las cajas de cartón para tortas con mejores técnicas y lograr que el producto no sea de cartón si no en otro material que le permita ser resistente.

12. RECOMENDACIONES

- Evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto, tomando en consideración el comportamiento de los clientes en cuanto a la aceptación del mismo.
- Capacitar a los vendedores mediante un programa marketing digital para fortalecer la relación con clientes a futuro por medios virtuales.
- Realizar constantemente investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los cambios de las organizaciones y así brindar un servicio de acuerdo a la necesidad del cliente.
- Invertir en aspectos como la pertenencia y participación dentro de la organización, con el fin de contribuir al desarrollo y objetivos del ente.

13. BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, J. A. (17 de 03 de 2013). *Overblog*. Recuperado el 12 de 04 de 2019, de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precip-producto-plaza-y-promocion>
- Alcaldía Municipal de Popayán. (17 de 04 de 2019). *Alcaldía Municipal de Popayán*. Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/popayan/nuestra-geografia>
- Analítica de retail. (10 de 11 de 2018). *Analítica de retail*. Obtenido de <http://analiticaderetail.com/hacer-proyeccion-de-ventas/>
- CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. (10 de 12 de 2018). *CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-diferencias-hay-entre-una-persona-natural-y-una-juridica>
- Camara y Comercio del Cauca. (2019). *Cantidad de panaderías renovadas 2018 y 2019*. Popayán: camara y comerci del cauca.
- CCCAUCA. (07 de 11 de 2018). *CCCAUCA*. Obtenido de <https://www.cccaUCA.org.co/sites/default/files/imagenes/estudio-informales-popayan.pdf>
- ConceptoDefinicion.de. (05 de 11 de 2018). *ConceptoDefinicion.de*. Obtenido de <https://conceptoDefinicion.de/matriz-dofa/>
- Contabilidad puntual. (12 de 11 de 2017). *Contabilidad puntual*. Obtenido de <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>
- Dane.gov.co. (11 de 06 de 2017). *Dane.gov.co*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cauca/morales.pdf>
- De Dios, J. (24 de 01 de 2012). *macroymicrolocalizacin.blogspot.com*. Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>
- Definicion.de. (15 de 11 de 2014). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/estampado/>
- Definicion.de. (07 de 11 de 2018). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/costo-de-produccion/>
- Dinero.com. (25 de 11 de 2014). *Dinero.com*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/estudios-panaderia-pasteleria-colombia/204392>
- Duque Navarro, J. (09 de 13 de 2018). *ABCFINANZAS.COM*. Obtenido de <https://www.abcfinanzeas.com/administracion-financiera/que-es-la-mano-de-obra>
- Enciclopedia financiera. (18 de 07 de 2018). *Enciclopedia financiera*. Recuperado el 12 de 04 de 2019, de <https://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-financieros.htm>
- Espinosa, R. (16 de 01 de 2015). *Estrategias de marketing*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos>
- García, I. (08 de 01 de 2018). *Emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-mercado-meta.html>
- Google maps. (15 de 04 de 2019). *google maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/dir/Morales,+Cauca/Piendam%C3%B3,+Cauca/@2.6976145,-76.6514043,12z/data=!3m1!4b1!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x8e307272062426b3:0x91657325d2f15c54!2m2!1d-76.628114!2d2.753912!1m5!1m1!1s0x8e300be97d7937d3:0xe304b04212cf89c4!2m2!1d-76.53>
- Laura, S. (22 de 04 de 2010). *Emprendepyme.net*. Recuperado el 12 de 04 de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/balance-general.html>
- López, J. (15 de 07 de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

Marín Monteagudo, D. (24 de 01 de 2012). *Elaboracion de royectos educativos y sociales*. Obtenido de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>

Marketingdirecto.com. (05 de 05 de 2014). *Marketingdirecto.com*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/que-es-el-marketing-experencial>

Municipios de Colombia. (01 de 01 de 2018). *Municipios de Colombia*. Obtenido de <https://www.municipio.com.co/municipio-piendamo.html>

secretariassenado. (26 de 01 de 2006). *secretariassenado*. Obtenido de <http://www.secretariassenado.gov.co>

Significados.com. (09 de 10 de 2018). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/per-capita/>

Váquiros C., J. D. (19 de 12 de 2007). *Asesoría y Consultoría para PyMES*. Recuperado el 12 de 04 de 2019, de <https://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>

Viamichelin.es. (15 de 05 de 2018). *Viamichelin.es*. Obtenido de https://www.viamichelin.es/web/Mapas-Planos/Mapa_Plano-Piendamo_-_Cauca-Colombia

14. ANEXOS

14.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

La unidad económica productora y comercializadora de cajas de cartón para tortas en los municipios de Popayán, Piendamó y Morales cauca contempla en su plan estratégico de crecimiento generar un valor agregado mediante el manejo de una estrategia corporativa medida a largo plazo donde se tome en cuenta los elementos como: la misión, la visión, los valores, cuyo cuales proporcionarán vida en la medida que los clientes califiquen al producto y se pueda lograr una medición de aceptación.

14.2 MISIÓN

Satisfacer las necesidades del cliente en atención, comodidad, confiabilidad, exclusividad, con la producción y comercialización de cajas de cartón para tortas, con el fin de satisfacer las exigencias de nuestros clientes.

14.3 VISIÓN

La productora y comercializadora de cajas de cartón para tortas VME Representaciones, en los próximos diez años será una marca reconocida como productora en el departamento del cauca, logrando posicionarse en el mercado como un producto innovador.

14.4 VALORES

- **Responsabilidad.** Es adquirir conciencia de las decisiones que se toman durante la gestión empresarial. Esta responsabilidad es tanto interna como externa, hacia los propios trabajadores y hacia los clientes. Por ello se mantiene un comportamiento ético.
- **Trabajo en equipo.** Trabajar con mutua colaboración para el alcance de los objetivos organizacionales.
- **Honestidad.** Vivenciamos la honestidad cuando hablamos franqueza y en nuestro actuar proyectamos confianza.

- **Confianza.** Pensando en el bienestar y la satisfacción de nuestros clientes, por ello ofrecemos los mejores productos a un precio razonable.
- **Respeto.** Somos respetuosos reconociendo los derechos y la dignidad de las personas e instituciones.
- **Participación.** Somos un ente en el cual se practica la democracia, en donde cada uno de los integrantes de la empresa están en la capacidad de presentar sus objeciones y proponer medidas de mejoramiento para brindar excelentes resultados al final de cada proceso.
- **Mística.** La ejecución del trabajo se hace desde la convicción de entregar siempre lo mejor al cliente final

14.5 ENCUESTA

ENCUESTA PARA EL “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAJAS DE CARTON PARA TORTAS EN EL MUNICIPIO DE POPAYAN, PIENDAMO Y MORALES - CAUCA.”

Reciba usted un cordial saludo, de antemano agradecemos su colaboración en la diligencia de esta encuesta, pues nos es de gran ayuda para lograr conocer las preferencias en cuanto a las cajas para torta.

1. ¿Qué problemas de fabricación observa usted en las cajas para torta que se comercializan actualmente?
2. ¿Utiliza las cajas de cartón para empacar los productos de su negocio? Si responde SI continua la encuesta y si responde NO responda porqué y termine la encuesta.

SI _____ NO _____ Porque _____

3. ¿Cuáles de las siguientes líneas de cajas de cartón para torta le llama más la atención? Seleccione solo una opción.
 - cajas para torta con motivos infantiles
 - cajas para torta por colores como pastel, neón, oscuros y claros.
 - cajas para tortas con imagen de clientes organizacionales.

- cajas para torta con motivos de ocasiones especiales como primeras comuniones, matrimonios, cumpleaños, 15 años, bautizos, entro otros.
- Otra, cuál? _____

4. ¿A usted como dueño ó administrador del negocio le gustaría tener un diseño especial de caja de cartón para torta según la ocasión?

SI _____ NO _____

5. ¿con que frecuencia compra cajas de cartón para tortas?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

6. ¿Cuál es la cantidad de cajas de cartón para torta que compra en cada pedido?

Opciones: mínimo _____ máximo: _____

7. En el momento de adquirir las cajas de cartón para torta, ¿qué tiene usted en cuenta? Enumere de 1 a 5, donde 1 es más importante y 5 menos importante.

- Precio
- Calidad
- Exclusividad
- Cumplimiento
- Buen servicio

8. ¿Cuál es la referencia de caja de tortas, que maneja con mayor frecuencia?

- Caja TM 32
- Caja TM 26
- Caja TM 22
- No sabe

9. ¿Usted cuanto estaría dispuesto a pagar por las cajas de cartón para torta? Marque con una X sobre el valor que prefiera en los datos relacionados bajo cada tamaño de torta.

maños de cajas.	Caja TM 32	Caja TM 26	Caja TM 22
A	\$1.100	\$1.000	\$900
B	\$1.000	\$ 900	\$800
C	\$1.000	\$950	\$850

10. ¿Suponiendo que el precio de la caja de cartón para torta es el que usted concediera adecuada, que probabilidad hay de que las utilice?

- Lo utilizaría en cuanto estuviese en el mercado.
- Puede que lo utilice en un tiempo
- No creo que lo utilice

11. A través de que medio le gustaría recibir información de las cajas de cartón para tortas.

- Internet
- Voz a voz
- Volantes
- Correo
- Vía telefónica

12. ¿Tiene algún comentario o sugerencia para la fabricación y comercialización del producto cajas de cartón para torta?

DATOS	
NOMBRE DE LA EMPRESA	
OCUPACIÓN Ó CARGO	
UBICACIÓN DEL NEGOCIO (BARRIO O VEREDA)	
GENERO:	
NUMERO EMPLEADOS:	

