

**Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de ensaladas en la  
ciudad de Popayán**



Natalia Yasmin Salazar Pasaje

Corporación Universitaria Comfauca - Unicomfauca

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Contaduría Pública

Popayán-Cauca

2023.

**Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de ensaladas en la  
ciudad de Popayán**



Natalia Yasmin Salazar Pasaje.

Trabajo de Grado para Optar al Título profesional de  
Contaduría Pública de Unicomfauca.

Director:

Magister Yesika Paola Torregroza Burbano

Corporación Universitaria Comfauca - Unicomfauca

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Contaduría Pública

Popayán-Cauca

2023.

**NOTA DE ACEPTACION**

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

---

Jurado

---

Jurado

---

Magister Yesika Paola Torregroza Burbano

Director (a)

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo primero a Dios por darme la vida y las fuerzas necesarias para terminar el proyecto de grado y así poder terminar la carrera de Contaduría Pública, a la empresa “Vidrios El Sol” que me permitió aplicar mis conocimientos y a si mismo me brindo un empleo con el cual pude pagar mis estudios, a mi familia por su apoyo y amor.

**Natalia Salazar**

### **Agradecimientos**

Primero a Dios por darnos salud, vida, entendimiento y por guiarme a lo largo de mi camino y darme la fortaleza para no desfallecer y poder terminar mis estudios académicos y nuestro proyecto de grado.

Muchas gracias también a los docentes que hicieron parte de nuestra formación académica, y a mí misma por continuar a pesar de los obstáculos en el camino.

**Natalia Salazar**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>1. EL PROBLEMA</b> .....	<b>11</b>
1.1 Definición Del Problema.....	11
1.2 Formulación Del Problema.....	12
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>13</b>
2.1 Objetivo general. ....	13
2.2 Objetivos Específicos. ....	13
<b>3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>13</b>
<b>4. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	<b>15</b>
<b>5. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>17</b>
<b>5.1. Población Y Muestra para la realización de la encuesta</b> .....	<b>17</b>
5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	19
5.3. Procesamiento y análisis de datos.....	19
5.4. Metodología .....	20
<b>6. DESARROLLO DEL PROYECTO</b> .....	<b>20</b>
<b>6.1. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>21</b>
6.1.1. Objetivo General .....	21
6.1.2 Objetivos específicos .....	21
6.2. Análisis del mercado .....	21
6.2.1. Oferta.....	21
6.2.2. Demanda .....	23
6.1.3 Mezcla de mercado .....	29
6.3. Descripción del producto o servicio.....	32
6.3.1.1. Canales de distribución .....	34
6.3.1.2. Definición y análisis del precio: .....	35
6.3.1.3. Ventas y servicio al cliente:.....	35

<b>6.4. Estudio Técnico .....</b>	<b>38</b>
6.4.3. Micro localización .....	39
6.4.4. Descripción del proceso del producto .....	40
6.4.5. Relación de materias primas e insumos .....	42
6.4.6. Maquinaria y equipos.....	42
6.4.7. Mano de obra .....	43
6.4.8. Gastos de personal.....	44
6.4.9. Presupuestos para inicio de actividades.....	44
<b>7. Estudio organizacional .....</b>	<b>45</b>
7.1 Direccionamiento estratégico .....	45
7.2 Divisiones o áreas en la empresa .....	47
<b>8. Estudio Legal y Ambiental.....</b>	<b>49</b>
<b>8.1 Legislación vigente que regule la actividad económica .....</b>	<b>49</b>
8.2 Documentos necesarios para poner en marcha la empresa.....	50
8.3 Evalúe los riesgos posibles (Matriz de riesgos) .....	51
<b>9. Estudio Financiero.....</b>	<b>52</b>
<b>9.2 Inversión Del Proyecto .....</b>	<b>52</b>
9.2.1 inversiones fijas.....	52
9.2.2 Inversión Diferida .....	54
<b>9.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS .....</b>	<b>56</b>
9.3.1 Costos de producción .....	56
9.3.2 Gastos en administración .....	59
<b>9.4 PRESUPUESTOS.....</b>	<b>61</b>
<b>9.5 Ingresos .....</b>	<b>62</b>
<b>9.6 Flujo de fondos con financiamiento (proyecto e inversionista) .....</b>	<b>63</b>
<b>10. Evaluación social, económica y ambiental .....</b>	<b>65</b>
10.1 Evaluación social .....	65
10.2 Evaluación económica del proyecto .....	66
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>71</b>

**Lista de Tablas**

Tabla 1

Tabla 2

Tabla 3

Tabla 4

Tabla 5

Tabla 6

Tabla 7

Tabla 8

Tabla 9

Tabla 10

Tabla 11

Tabla 12

Tabla 13

Tabla 14

Tabla 15

Tabla 16

Tabla 17

Tabla 18

Tabla 19

Tabla 20

Tabla 21

Tabla 22

Tabla 23

Tabla 24

Tabla 25

Tabla 26

Tabla 27

Tabla 28

Tabla 29

Tabla 30

Tabla 31

Tabla 32

Tabla 33

Tabla 34

Tabla 35

Tabla 36

Tabla 37

Tabla 38

Tabla 39

Tabla 40

Tabla 41

### **Lista de Figuras**

Figura 1

Figura 2

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado en la modalidad proyecto de emprendimiento, es un estudio de factibilidad para una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ensaladas en la ciudad de Popayán, departamento del Cauca y se presenta para optar al título de Contador Público.

ENSALADA'S es el nombre de la propuesta y será una microempresa que brindará una amplia oferta a los clientes que deseen mejorar sus hábitos alimenticios, ofreciendo a los consumidores una experiencia que contribuirá a su salud y bienestar.

Dentro del estudio se identificó que hay pocos establecimientos que ofrecen alimentos saludables asequibles y que puedan ser consumidos rápidamente.

Para identificar las preferencias, se realizó una encuesta a una muestra de la población de los estratos 2,3,4,5 y 6 de la ciudad de Popayán con el propósito de obtener información y así hacer un análisis de la demanda. De igual manera, poder identificar la principal oferta en el mercado.

El acercamiento con las personas a través de la encuesta, permitió recopilar información importante, especialmente para establecer la participación del mercado.

El estudio de factibilidad contiene el estudio de mercado, técnico y financiero, que determinará viabilidad, rentabilidad y liquidez entre otros aspectos de la propuesta.

## **1. EL PROBLEMA**

### **1.1 Definición Del Problema.**

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), son muchas las personas que fallecen por temas relacionados con la mala alimentación. Aproximadamente 2,8 millones de personas mueren cada año por sobrepeso y obesidad.

El informe “Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe” de 2018 hace una afirmación interesante en relación a la alimentación, pues atribuye al desarrollo económico de los países de la región, la modificación del estilo de vida y por supuesto de los hábitos alimenticios de las personas.

Hace una reflexión y afirma que la oferta de alimentos con bajo valor nutricional versus los ingresos de las familias, hacen que estos prefieran por su estilo de vida agitado y poco tiempo, alimentos de fácil acceso que normalmente contienen un elevado número de grasas saturadas, sodio, ultra procesados y altos en calorías.

Portafolio en 2019 en su artículo “Más de la mitad de los colombianos poseen malos hábitos alimenticios” menciona que el asunto en el país es crítico, ya que más o menos el 60% de la población adulta no se alimenta adecuadamente porque no saben elegir una dieta saludable o desconocen completamente la importancia de comer bien y las propiedades nutricionales de los alimentos que consumen a diario.

No se encuentra comida rápida saludable. Este problema es relevante en muchas partes del mundo, especialmente en áreas urbanas, donde la comida rápida tradicional tiene gran relevancia, generando en el mediano y largo plazo problemas de salud como la obesidad, la diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares y otros trastornos relacionados con la alimentación.

Abordar este problema implica promover políticas y prácticas que fomenten la disponibilidad y accesibilidad de opciones de comida rápida saludable, educar a la población sobre las elecciones alimenticias adecuadas y fomentar una mayor conciencia sobre la importancia de una dieta equilibrada. Además, la industria de la comida rápida también puede desempeñar un papel importante al ofrecer opciones más saludables en sus menús y al reducir la cantidad de ingredientes perjudiciales en sus productos.

La idea original de este estudio de factibilidad se dio en un esfuerzo por atender esta situación, brindando a las personas una opción de alimentación tipo comida rápida saludable a un buen precio.

## **1.2 Formulación Del Problema**

¿Es viable desde el punto de vista de mercados, técnico, administrativo legal, y financiero la creación de una microempresa de ensaladas en la ciudad de Popayán?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general.**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de ensaladas en la ciudad de Popayán.

### **2.2 Objetivos Específicos.**

1. Realizar una investigación de mercado por medio de encuestas y hacer el análisis de estas, para determinar la demanda.
2. Realizar un estudio técnico para determinar los requerimientos de la puesta en marcha de la microempresa de ensaladas.
3. Realizar un estudio financiero para identificar la posible inversión y los flujos de caja de la microempresa.
4. Identificar los posibles impactos socio ambientales que podría generar la puesta en marcha de la microempresa de ensaladas en la ciudad.

## **3. JUSTIFICACIÓN**

A partir de la oportunidad que se identifica en el mercado de crear una propuesta diferente en el sector gastronómico, se decide formular un proyecto de emprendimiento para dar origen a una microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán.

Popayán es una ciudad con amplia oferta gastronómica; hay un gran número de restaurantes y cafeterías ubicados principalmente en el sector histórico (centro), plazas de mercado que comercializan comidas preparadas en el lugar y otros negocios similares en la ciudad que entregan diferentes opciones a las personas para satisfacer sus necesidades de alimentación, sin embargo, como se ha venido mencionando, son escasas las ofertas saludables y balanceadas, lo que hace que los interesados siempre acudan a los mismos lugares y adquieran y consuman desayunos, almuerzos y cenas sin estimar su valor nutricional y otros aspectos importantes relacionados.

Por otro lado, se encuentra la problemática de que un gran número de personas están sufriendo de diversas enfermedades como consecuencia de la ingesta de alimentos de poco valor, deteriorando significativamente su salud, por lo cual una opción como esta se convierte en una propuesta potencialmente atractiva.

La tendencia de comer cada vez más sano va en crecimiento. Muchos emprendedores y empresarios han fijado su atención en crear soluciones relacionadas con el bienestar de las personas.

Cada vez se ven más servicios destinados al cuidado del cuerpo, ferias y eventos de gran magnitud y convocatoria y negocios vinculados a la producción y comercialización de comida sana.

#### **4. MARCO CONCEPTUAL**

A continuación, se podrán encontrar los principales conceptos que dieron lugar al proyecto. Puntualizando, en el carácter técnico de la solución emprendida, y que, a la larga, es el mayor diferenciador con otras iniciativas.

##### **4.1. Normatividad Colombiana**

En Colombia se promueve desde hace muchos años el emprendimiento pues se concibe como una oportunidad que tienen los ciudadanos para generar ingresos, mejorar su calidad de vida, activar la economía y aportar al desarrollo y crecimiento de los territorios.

En el 2000 nace la Ley 590 cuyo objeto principal es promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideraciones a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos. Luego, el 2 de agosto de 2004 se expide la Ley 905 que modifica la Ley 590 y se dictan otras disposiciones.

En su momento, la ley 1014 de 2006 invitaba a los emprendedores a gestar iniciativas comerciales, a capacitarse y a realizar procesos de innovación.

Proponía el emprendimiento como una manera de pensar, razonar y actuar encaminada a la creación de riqueza.

En el 2021 a partir de la Ley 2069, se estableció un marco regulatorio que propicia el emprendimiento, el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

#### **4.2. Alimentación saludable**

Según el Ministerio de Salud (MinSalud, 2023) la alimentación saludable es aquella que proporciona los nutrientes que necesita el organismo para que tenga un óptimo funcionamiento, para que se minimice el riesgo de enfermedades, se garantice el crecimiento adecuado y también para que el cuerpo se conserve y pueda restablecer la salud.

Pese a que esto cada vez es más claro para todos, la vida agitada, las distancias y los múltiples compromisos, hacen que las personas elijan cualquier tipo de comida, más que por su bienestar y nutrición, por la rapidez en su preparación y entrega, tamaño de las porciones o fácil acceso (calle, negocios cercanos al trabajo o residencia).

Esto por supuesto ha traído consecuencias evidentes, que se han convertido en los principales motivos de consulta en los consultorios médicos, debido a esto y a otros factores relacionados, en Colombia se ha venido aumentando el consumo de alimentos saludables, el cambio de hábitos y la consciencia por el bienestar.

Es tal vez por esto que el sector empresarial e industrial ha empezado a generar nuevas ofertas relacionadas con productos enfocados al bienestar y salud especialmente por la nuevas tendencias y preferencias de los consumidores (Libos,M. & Melo, I., 2018).

Según Nielsen, “las tendencias del mercado y el consumo se mueven hacia categorías de alimentos y bebidas que tengan beneficios funcionales o representen un consumo mucho más light”.

En Colombia la categoría de alimentación saludable representa un 20% del gasto total de la canasta familiar, y crece aproximadamente un 10% cada año.

Las personas están teniendo una inclinación hacia un estilo de vida saludable en su alimentación y sus hábitos de consumo, motivados por conservar una buena salud, intolerancias o sensibilidad alimentaria, alergias, deseo de reducir de peso, o convicciones personales. (Nielsen, 2017).

Es por ello que, evidenciando esta realidad, se identifica una oportunidad para la creación de una microempresa que oferte opciones acordes a las necesidades de los consumidores

## **5. MARCO METODOLÓGICO**

### **5.1. Población Y Muestra para la realización de la encuesta**

De acuerdo al DANE (2021) la cantidad de habitantes de la ciudad de Popayán para el 2021 es de 254.966, de los cuales el 34,25% pertenecen a los estratos elegidos para realizar la encuesta (2,3,4,5 y 6 de la ciudad de Popayán).

Por lo tanto, el universo de estudio es de aproximadamente 87.326 habitantes.

Para determinar la muestra representativa del universo para aplicar la encuesta, se toma un nivel de confianza de 95% (1,96) y un margen de error de 5%, y se utiliza la fórmula estadística para universos finitos, la cual, se muestra a continuación:

$$n = \frac{N.K^2.P.Q}{e^2.(N-1) + K^2.P.Q}$$

Cada una de las variables está definida de la forma siguiente:

n = Muestra

N = Universo (87.326)

K<sup>2</sup> = Confianza (95% = 1,96)

e = Error máximo (0,05)

p = Probabilidad a favor (0,50)

q = Probabilidad en contra (0,50)

Al reemplazar los valores en la fórmula se efectúan los siguientes cálculos:

n = 87.326 (1,96)

Teniendo en cuenta este resultado, se debe aplicar 382 encuestas a la muestra elegida de residentes de los estratos 2, 3,4,5 y 6 de la ciudad de Popayán.

$$n = \frac{87.326 (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0,05)^2 (87.325) + (1,96)^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{83.867.8904}{218,3125 + 0,9604}$$

$$n = \frac{83.867.8904}{219,2729}$$

$$219,2729$$

$$n = 382,4817859 = 382 \text{ Encuestas}$$

Teniendo en cuenta este resultado, se deben realizar 382 encuestas a residentes, hombres y mujeres de los estratos 2, 3,4,5 y 6 de la ciudad de Popayán.

## **5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se obtendrá información de fuentes primarias y se establecerá una relación directa con el público objetivo a través de una encuesta con respuestas múltiples, aplicadas a 382 personas de diferentes estratos de la ciudad de Popayán.

También de fuentes secundarias pues se realizó una búsqueda de información y referencias en textos académicos, libros, guías, informes y trabajos de grado con temas similares.

## **5.3. Procesamiento y análisis de datos**

Luego de realizar las encuestas, la información fue procesada mediante tabulación en el programa Excel. Se determinaron los porcentajes por respuestas y los resultados obtenidos evidenciaron datos relevantes para la posterior interpretación y análisis.

#### 5.4. Metodología

La metodología para realizar el estudio de factibilidad se describe a continuación:

Objetivo	Actividad	Herramientas	Producto
Realizar el estudio de mercado de la microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán	Identificar las características de la oferta y demanda	Encuestas, información	
Realizar el estudio técnico necesario para realizar la creación de la microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán.	Determinar cuáles son los recursos técnicos y de personales necesarios para la puesta en marcha de la microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán	Tablas en Excel, información	Determinar la viabilidad en la creación de la microempresa dedicada a producción de ensaladas y otras comidas saludables en el municipio de Popayán, departamento del Cauca
Realizar el estudio financiero para establecer la viabilidad y factibilidad de la microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán	Estimar los recursos necesarios para crear el proyecto de ensaladas en el municipio de Popayán y sus respectivas proyecciones financieras.	Tablas en Excel, información	

### 6. DESARROLLO DEL PROYECTO

En el desarrollo del proyecto se estructurará el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto de ensaladas en el municipio de Popayán.

## **6.1. ESTUDIO DE MERCADO**

### **6.1.1. Objetivo General**

Determinar la demanda potencial para las ensaladas, bebidas y comidas saludables en el municipio de Popayán.

### **6.1.2 Objetivos específicos**

- Determinar las preferencias del consumidor en cuanto a la compra de ensaladas, bebidas y comidas saludables en el municipio de Popayán.
- Identificar la competencia directa e indirecta de la microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán.
- Establecer las estrategias de la mezcla de mercado de la microempresa de ensaladas.
- Determinar el nivel de aceptación del consumidor.

## **6.2. Análisis del mercado**

### **6.2.1. Oferta**

El mercado de las comidas rápidas saludables en Popayán está integrado por pocos negocios, algunas son marcas nacionales reconocidas con sede en la ciudad, aspecto que los posiciona como una fuerte competencia.

El más representativo es Cosechas, que desde el 2012 ha buscado generar bienestar ofertando bebidas y comidas rápidas saludables.

Por otro lado, hasta el 2020, habían un poco más de 10 negocios dedicados a las comidas saludables en Popayán, como Restaurante Carmina, La Casa del Té, Achiote café taller, Wok House Asian Fast Food, Green Food & Company, Comida sana, Pinemma café y jardín, Kaipoorra Bistro, pero luego de la pandemia por la Covid 19, muchos de ellos cerraron o cambiaron su modelo de negocio, generando una propuesta distinta.



Fuente: Imágenes/Fotos Google



Fuente: Imágenes/Fotos Google



Fuente: Imágenes/Fotos Google



Fuente: Imágenes/Fotos Google

Los precios al público que manejan estas empresas por producto están entre los \$6000 y \$20000 pesos; incluye algunos de sus combos oferta (comida y bebida).

Los principales productos que ofertan son comidas, en segundo lugar, bebidas y en tercer lugar los snacks.

Algunos operan en horarios a partir de las 9:00 a.m. hasta las 7:00 p.m. de lunes a sábado, otros de lunes a domingo y otros de martes a domingo.

Todos los productos que ofertan pueden servirse en el sitio o enviados a domicilio.

### 6.2.2. Demanda

El perfil de los clientes de la microempresa de ensaladas en la ciudad de Popayán, serán hombres y mujeres de estratos 2,3,4,5 y 6, mayores de edad, con ingresos superiores a un salario mínimo legal vigente.

Personas que deseen cuidar su salud porque ya han sido diagnosticados con alguna patología, adultos mayores y adultos jóvenes que lleven una vida saludable principalmente.

Para conocer sus preferencias y opiniones se realizó la siguiente encuesta:

***Encuesta al Mercado Objetivo de la ciudad de Popayán***

1. ¿Le gustan las ensaladas, jugos y comida gourmet?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

2. ¿Le gustan las bebidas elaboradas a base de pulpa de frutas?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida saludable y nutritiva?

- a) 6.000-8.000
- b) 8.000-10.000
- c) Más de 10.000

4. ¿Cuáles son las frutas o vegetales de su preferencia?

ABIERTA

5. ¿En qué horario normalmente le gusta consumir ensaladas, jugos o comidas saludables?

- a) Mañana
- b) Medio día
- c) Tarde
- d) Todo el día

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida refrescante y nutritiva?

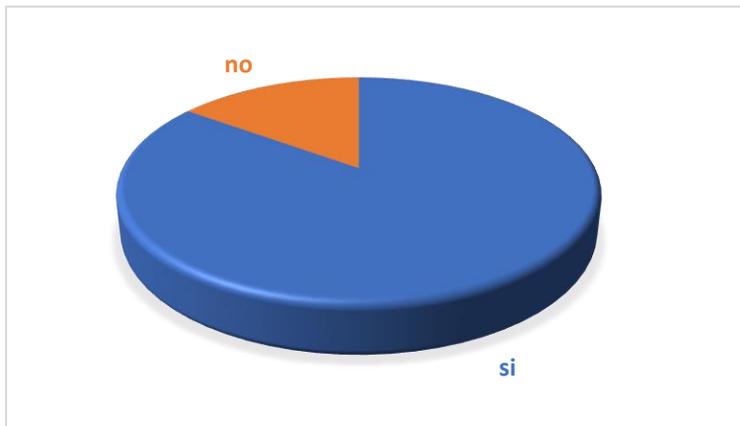
- a) 2.000-6.000
- b) 6.000-8.000
- c) 8.000-10.000

7. Si se alimenta fuera de casa ¿Qué medios de comunicación utiliza para solicitar su comida?

- a) WhatsApp o Rappi
- b) Teléfono fijo o celular

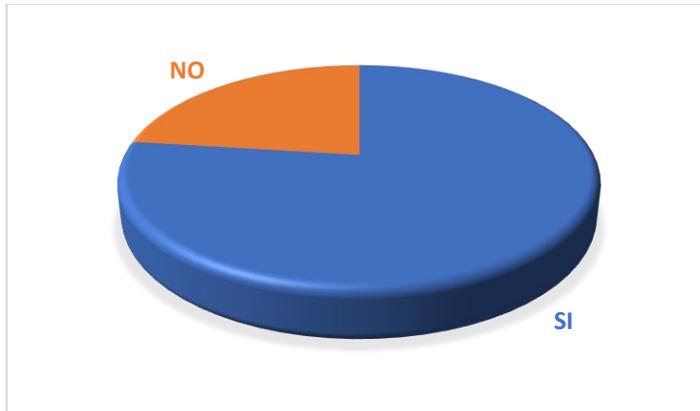
**Tabulación y análisis de la encuesta**

1. Le gustan las ensaladas, jugos y comida gourmet



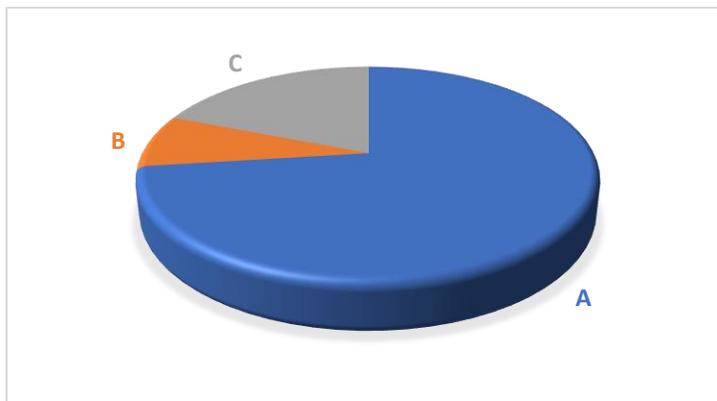
RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
SI	325	85%	85%
NO	57	15%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	

2. ¿Le gustan las bebidas elaboradas a base de pulpa de frutas?



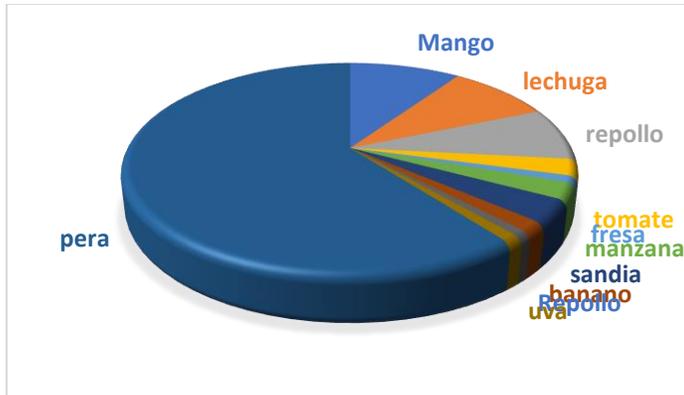
RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
SI	294	77%	77%
NO	88	23%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida saludable y nutritiva?



RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
A 6.000-8.000	73	19%	19%
B 8.000-10.000	279	73%	79%
C Más de 10.000	30	8%	8%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	

4. ¿Cuáles son las frutas o vegetales de su preferencia?

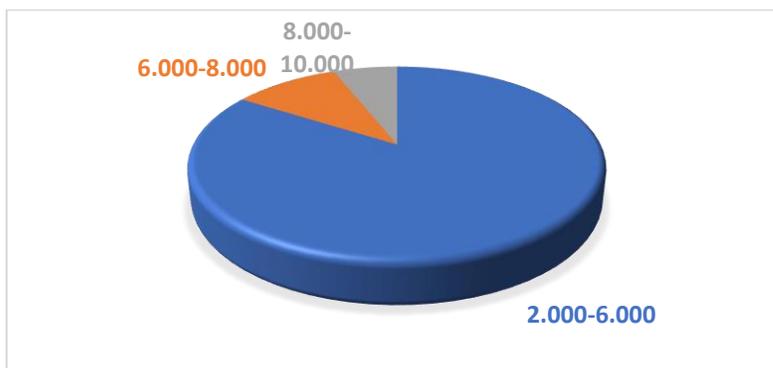


5. ¿En qué horario normalmente le gusta consumir ensaladas, jugos o comidas saludables?



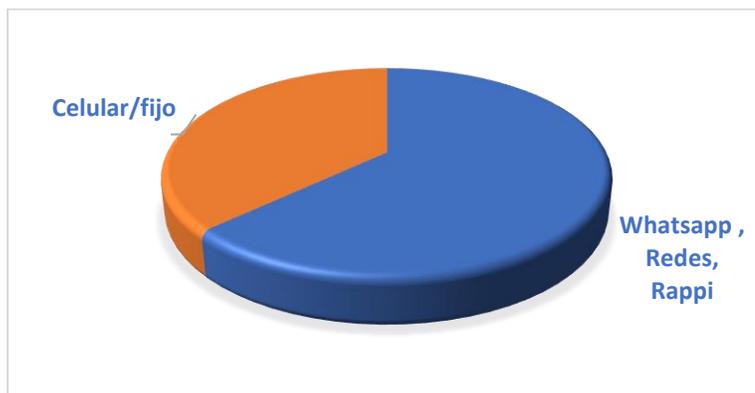
RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Mañana	19	5%	19%
Medio día	264	69%	69%
Tarde	46	12%	12%
<b>Todo el día</b>	<b>53</b>	<b>14%</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida refrescante y nutritiva?



RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
2.000-6.000	320	84%	84%
6.000-8000	38	10%	10%
8.000-10.000	24	6%	6%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	

7. ¿Si se alimenta fuera de casa ¿Qué medios de comunicación utiliza para solicitar su comida?



RESPUESTA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Teléfono celular/fijo	241	63%	63%
WP, redes sociales, Rappi	141	37%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	

De acuerdo a la información obtenida, se puede analizar que las personas están interesadas en adquirir y consumir productos saludables tipo ensaladas, bebidas y otras comidas con dichas características.

Por otro lado, hay un gran número de personas que prefiere los jugos hechos con fruta a las bebidas gaseosas u otro tipo de líquidos.

En relación a los precios de los productos, las personas manifiestan en un gran porcentaje que estarían dispuestos a pagar entre 8.000 y 10.000 pesos por comidas/bebidas.

Las personas también manifestaron que su hora preferida para consumir alimentos saludables es el medio día y entre la frutas y verduras que más gustan consumir están la pera, el repollo, la lechuga, la manzana, la sandía y el tomate.

### 6.1.3 Mezcla de mercado

Se trabajará la estrategia de las 4P (producto, precio, promoción y plaza).

El marketing mix es muy importante ya que permitirá identificar todas las acciones que se deben tener en cuenta y planificar en torno al producto/servicio, el precio, la promoción y la distribución del mismo.

La idea con esto es que se pueda tener muy claro qué se quiere ofrecer, a quién, cómo hacerlo y dónde.

Si bien la oferta se irá ampliando de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la demanda, la microempresa ofrecerá en principio dos líneas de producto.

- **Producto:** El primero es una ensalada gourmet con una proteína, esta puede ser carne o pollo, también tendrá vegetales, hortalizas y un aderezo de la casa; el segundo producto son las bebidas, estas serán 3 inicialmente: la primera será la bebida Verde (Hierbabuena, jengibre y piña), la segunda bebida será la de Frutos rojos (Fresas, arándanos y cereza) y la tercera se ha denominado Mix porque tiene combinación de frutas (Mango, piña y fresa) para hacer que la experiencia al consumirlos sea más agradable.

- **Precio:** El precio se establece de acuerdo al estudio de costos realizados y la utilidad que se desea obtener, sin embargo, se tendrá en cuenta los precios que maneja el mercado para promover la sana competencia.

Los precios estimados para los dos productos que ofrece ENSALADA'S son:

- Ensaladas Gourmet: \$ 8.500
- Bebidas refrescantes: \$ 3.500

- **Plaza:** Si bien se ha pensado en un dinámico servicio a domicilio, el punto de venta será en el barrio valencia. Este sector es central, con buen flujo de tráfico, buen acceso. También tiene una buena dinámica comercial y se encuentran varias oficinas y pequeños negocios.

- **Promoción:** Como se sabe, la promoción no solo está relacionada con la publicidad o las estrategias de comercialización como los descuentos, también están las ventas directas, el relacionamiento con el público, el manejo de las redes sociales, la imagen del producto en la publicidad y cualquier forma que se pueda utilizar para poder promover el producto, hacerlo conocer.

En ese sentido, se realizará la entrega de volantes en sector residencial en diferentes puntos de la ciudad y empresas, oficinas e instituciones para que las personas cuenten con información acerca de los productos, precios, dirección y números de contacto para hacer los

pedidos. También se harán promociones por medio de las redes sociales (Facebook, Tik Tok, Twitter y WhatsApp), a través de piezas gráficas, videos e historias.

Ocasionalmente se sacarán promociones de los productos que se harán conocer en redes sociales para ser más llamativos a los clientes y se incentivará a través del buen servicio el “voz a voz”.

#### **6.2.2.1. Estrategias de mezcla del mercado**

##### **Estrategias de producto:**

- Se utilizarán proveedores locales
- Se utilizarán productos frescos y de temporada
- Se ofrecerá el producto en empaques fáciles de llevar y en lo posible amigables con el medio ambiente.

##### **Estrategias de precio:**

- Se manejarán precios asequibles al cliente
- Se trabajará bajo la modalidad de productos básicos o con adiciones, es decir el cliente podrá solicitar mayor cantidad de producto, adición de alguna fruta o verdura. Esto permitirá que haya un precio estándar y que el cliente pueda hacer su pedido, de acuerdo a sus deseos y presupuesto.

##### **Estrategias de plaza:**

- Se tendrá un domiciliario exclusivo de la microempresa para que lleve los productos a diferentes puntos en la ciudad. También se harán alianzas estratégicas para trabajar con empresas de domicilios de la ciudad.
- Por otro lado, se atenderá en el punto de venta propio en el barrio valencia, donde se brindarán las mejores condiciones de comodidad al cliente.

##### **Estrategias de Promoción:**

- Se realizará un lanzamiento de la marca y del negocio donde se invitará a diferentes personas del sector y conocidos.
- Se realizarán las fotografías de producto y la construcción de piezas gráficas con expertos en el tema para que la publicidad que salga de la microempresa sea muy llamativa y conquiste el cliente.
- Se subirán historias en Instagram y Facebook diarias con el propósito de crear un buen tráfico.
- Se incentivará a los clientes que vayan al punto de venta a que inviten a sus amigos y familia al lugar.
- En la publicidad se insistirá mucho en el cuidado del cuerpo, en la alimentación saludable y en los beneficios que trae el consumo de comidas y bebidas sanas.

**Presupuesto:**

<b>Actividad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Lanzamiento del negocio	1 evento	\$3'000.000	\$3'000.000
Elaboración de publicidad impresa	5000 ejemplares	\$ 1.000	\$5'000.000
Publicidad paga en redes sociales	2 (pautas en Facebook e Instagram)	\$1'000.000	\$2'000.000
Fotografías de los productos	1 sesión de fotografía	\$ 300.000	\$ 300.000
Elaboración de las cartas y portafolio de servicios	1 paquete (10 cartas y 200 portafolios)	\$1'000.000	\$1'000.000
Materiales e insumos	N.A.	1'000.000	\$1'000.000
Visitas a clientes	10 por mes	\$ 30.000	\$ 300.000
Imprevistos	N.A.	\$1'000.000	\$1'000.000
<b>VALOR TOTAL</b>		<b>\$13'600.000</b>	

**6.3. Descripción del producto o servicio**

ENSALADA'S ofrece dos tipos de productos, una ensalada es una mezcla de ingredientes crudos o cocidos combinados con un aderezo. Este plato se suele servir frío o caliente (según la preferencia del cliente).

Los refrescos o bebidas de ENSALADA'S están elaborados con fruta 100% natural y/o celulosa, diseñados para ayudar a los consumidores a hidratarse y mejorar la función corporal.

Las especificaciones o características de los productos que ofrece ENSALADA'S son:

- Ensaladas gourmet: Es un plato frío que contiene diferentes vegetales u hortalizas como zanahoria, lechuga cressa, espinaca, tomate chonto, tomate Cherry, pepino cohombro, que para el caso de esta empresa contará con dos tipos de proteína animal, carne o pollo, además proteína como el queso campesino y diferentes aderezos (vinagretas, salsas para ensaladas, maní, etc.) que tendrán la función de un sustituir un almuerzo corriente, por uno mucho más saludable con la misma satisfacción para continuar con su jornada laboral de una mejor manera.
- Bebidas refrescantes: Son bebidas hechas a base de pulpa de fruta de tres diferentes mezclas con el fin de ayudar con diferentes funciones en el cuerpo, como Frutos rojos que contiene arándanos, cerezas y fresas; Bebida Verde que está compuesta por Hierbabuena, Jengibre y piña y Mix que contiene Mango, piña y fresa.

### **6.3.1.1. Canales de distribución**

- a. Especificar las alternativas comercialización.

Los productos ofrecidos por Ensalada's serán distribuidos inicialmente a las afueras del sector Barrio valencia avenida principal de la siguiente forma:

- En un carro alquilado donde se iniciará la venta persona a persona, el cual, solamente cobrará el valor de la gasolina diaria alrededor de \$ 10.000, para un total mensual de \$ 200.000

- Además, se iniciará con un grupo en redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram para que las personas inicien con la solicitud de pedidos por estos medios.

- b. Distribución local

ENSALADA'S inicialmente distribuirá sus productos en el sector del Barrio valencia, la visión de la empresa es constituirse de tal forma que se pueda realizar una en otros sectores de la ciudad de Popayán.

Se establecerá un rubro mensual para el pago del domiciliario y se destina principalmente al consumo de gasolina del vehículo.

### **6.3.1.2. Definición y análisis del precio:**

El precio de los productos que ofrece la microempresa de ensaladas equivale al valor monetario que se le ha asignado en relación a lo que representa, es decir lo que se entiende como “utilidad percibida por el usuario” y el costo de producción.

Para determinar el costo de producción, se tuvo en cuenta todo lo utilizado en la creación de los diferentes productos, los costos logísticos, operativos, de entrega y de marketing, también se hizo un análisis de los precios en el mercado y la información que suministraron los clientes en las encuestas realizadas donde manifestaron cuáles eran los valores que ellos creían justos a pagar por cada producto (comidas y bebidas).

El precio de lanzamiento de las dos líneas de productos ofrecidas por ENSALADA'S estará en concordancia con el estudio financiero y los otros aspectos ya mencionados.

- Ensaladas gourmet: \$ 8.500
- Bebidas refrescantes: \$ 3.500

### **6.3.1.3. Ventas y servicio al cliente:**

La proyección de ventas de la empresa Ensalada's se hace a partir del mes de agosto de 2024, en el cual trimestralmente se proyecta un crecimiento de las mismas del 20 %.

En el primer año se espera vender \$6'069.000, con su mayor venta en el mes diez.

En conclusión, se determina que si se realiza una labor de promoción y la microempresa sale rápidamente de inexistencia, las ventas pueden incluso ser superiores.

Otro aspecto que se estima es que se pueda operar todo el día, incluidas las noches pues eso contribuiría para el crecimiento en ventas.

Para el aprovisionamiento de la empresa ENSALADA'S, se establece implementar cuando se aumente la capacidad de ventas e inventarios, un sistema basado en un lote económico que es la cantidad exacta de materia prima que se debe considerar al realizar un pedido, para no incurrir en un costo elevado de inventario y evitar demora en la entrega de pedidos al cliente. Cabe anotar que teniendo en cuenta que se están ofreciendo alimentos perecederos y que siempre deben estar frescos para el consumo de los clientes, una opción de inicio es la metodología de justo a tiempo, que tiene las siguientes ventajas:

- Reducción del desperdicio
- Calidad de los productos o servicio
- Mayor productividad, menores costos, calidad, mayor satisfacción del cliente,

mayores ventas y muy probablemente mayores utilidades.

Para utilizar esta metodología de justo a tiempo, se realizará semanalmente las compras en la central de abastos de la ciudad de Popayán, donde se adquirirán los productos necesarios para esa semana de trabajo y ventas.

Al realizar los pagos de contado, en cuanto la empresa no crezca, no se obtendrán descuentos por pronto pago o créditos.

### Proyección en ventas

Producto	Mercado Potencial	Unidades vendidas primer año	Unidades vendidas mensuales	Unidades vendidas diarias
Ensalada tipo 1	410	99,343	8,278.59	318.41
Ensalada tipo 2	410	69,540	5,795.02	222.89
Bebida refrescante	410	19,869	1,655.72	63.68

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ensalada tipo 1	99.343	102323	105393	108555	111811
Ensalada tipo 2	69.540	71626	73775	75988	78268
Bebida refrescante	19.869	20465	21079	21711	22363
<b>TOTAL</b>	<b>188.752</b>	<b>194.415</b>	<b>200.247</b>	<b>206.254</b>	<b>212.442</b>

Con la proyección se busca predecir los futuros ingresos por concepto de las ventas de los productos de la microempresa de ensaladas en el municipio de Popayán. Como no se cuenta con información base o previa, pues la microempresa aún no está en funcionamiento, se pretende pronosticar el número de unidades de producto o productos que se podrían vender para lograr punto de equilibrio, recuperación de la inversión y utilidades.

En relación al servicio al cliente, en el punto se hará atención personalizada, de calidad, con entera amabilidad, poniendo a disposición la carta de productos, con la mayor responsabilidad e higiene en la presentación tanto de las comidas como de las bebidas.

Se aclararán las dudas que el cliente tenga en relación a las preparaciones y se buscará que los visitantes se sientan a gusto y viviendo la mejor experiencia gastronómica.

En relación a los domicilios, se atenderán las llamadas de manera oportuna al igual que los mensajes que lleguen por redes sociales, WhatsApp y otros medios dispuestos. Se establecerán tiempo de entrega y se contará con el apoyo de un domiciliario de la empresa para llevar los pedidos.

Cuando haya mucha congestión de solicitudes, la empresa se apoyará de otros servicios de domicilios en la ciudad en acuerdo con el cliente.

#### **6.4. Estudio Técnico**

En el estudio técnico se establecerán los procesos productivos necesarios para fabricar el producto como: materias primas, insumos y maquinaria necesaria para la producción entre otros aspectos.

##### **6.4.1. MERCADO META**

Hombres y mujeres de estratos 2,3,4,5 y 6 del sector urbano del municipio de Popayán, mayores de edad, con ingresos superiores a un salario mínimo legal vigente.

Personas que deseen cuidar su salud porque ya han sido diagnosticados con alguna patología, adultos mayores y adultos jóvenes que lleven una vida saludable principalmente.

### 6.4.2. Macro localización

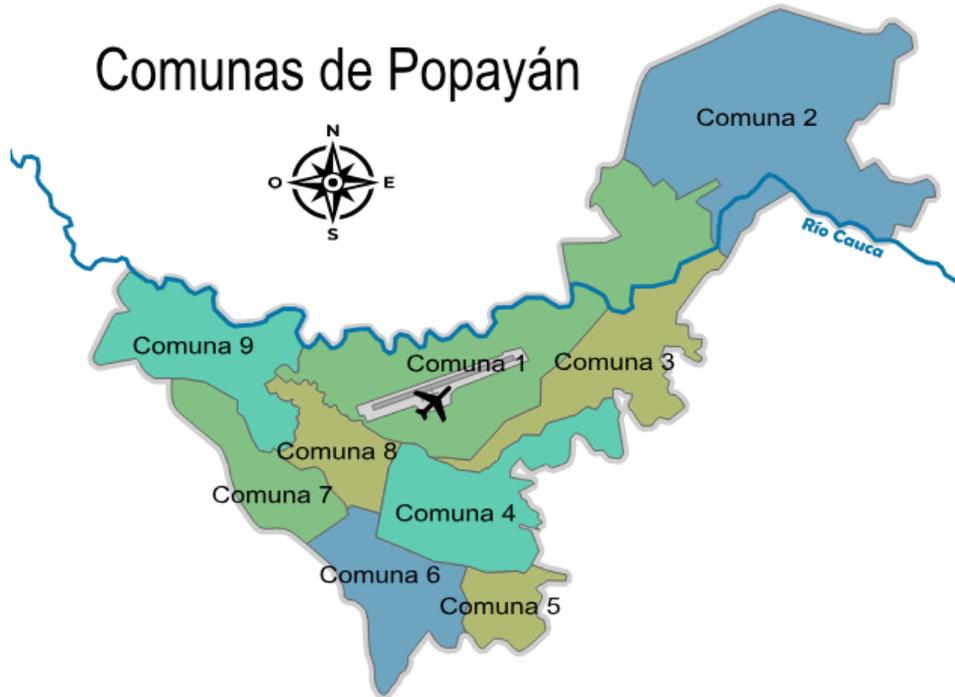
La microempresa desarrollará sus actividades en el municipio de Popayán, departamento del Cauca.



Fuente: [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Popayan-Mapa\\_Rural.svg](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Popayan-Mapa_Rural.svg)

### 6.4.3. Micro localización

La sede principal de la microempresa de ensaladas tendrá su sede principal el barrio Valencia, comuna 4.



Fuente: [https://www.google.com/search?q=mapa+comunas+popayan&rlz=1C1CHBD\\_esCO1073CO1073&oq=mapa+comunas+pop&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUqBwgAEAAyBwgAEAAyBwgAEAAyBggBEEUYOTIICAIQABgWGB4yCAGDEAAyFhgeqAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8#vhid=Ax\\_uG2hkP\\_G7kM&vssid=l](https://www.google.com/search?q=mapa+comunas+popayan&rlz=1C1CHBD_esCO1073CO1073&oq=mapa+comunas+pop&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBwgAEAAyBwgAEAAyBwgAEAAyBggBEEUYOTIICAIQABgWGB4yCAGDEAAyFhgeqAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8#vhid=Ax_uG2hkP_G7kM&vssid=l)

#### 6.4.4. Descripción del proceso del producto

El proceso se realiza en una casa con los elementos y materia prima requerida para las preparaciones.

Los alimentos se encuentran debidamente guardados, porcionados y refrigerados.

A continuación, se mencionan los pasos para la preparación de las ensaladas Gourmet:

- **Paso No. 1:** Cuando ya se tienen los ingredientes que se utilizarán para el día, se toman de cada uno de ellos, por ejemplo, si es una ensalada con salsa chipotle, se inicia lavando todos y cada uno de los vegetales y hortalizas que se utilizan.

- **Paso No. 2:** Luego se pone a cocinar con algo de cebolla, ajo en pasta y sal la pechuga de pollo.

- **Paso No. 3:** Se cortan los tomates y cebolla en pequeños trozos y se unen con un poco de cilantro para realizar el pico de gallo.

- **Paso no. 4:** Se corta en julianas el repollo morado.

- **Paso No. 5:** Se pica en trozos pequeños el queso cheddar y el aguacate.

- **Paso No. 6:** Se pica en trozos pequeño la pechuga de pollo.

- **Paso No. 7:** Por último, en un bowl se unen todos los ingredientes junto con la salsa chipotle y se revuelve hasta conseguir una mezcla consistente.

- **Paso No. 8:** Por último, se lleva la ensalada al recipiente en el cual va a ser entregado al cliente.

Para la preparación de las bebidas refrescantes se realiza:

- **Paso No. 1:** Cuando ya se tienen las frutas que se utilizarán para realizar las diferentes bebidas sea Verde, frutos rojos o mix, se inicia lavando todos y cada una de estas para garantizar que se encuentren frescas y limpias.

- **Paso No. 2:** Luego se ingresan los ingredientes que se vayan a utilizar en la bebida a la licuadora para proceder a su mezcla.

- **Paso No. 3:** Cuando ya se ha licuado, se procede a colar en algunas cosas, dependiendo si el cliente así lo desea.

- **Paso no. 4:** Se sirve en el vaso plástico de 12 onzas y se coloca la tapa.

Teniendo en cuenta, que se desea ofrecer alimentos perecederos, pero que se encuentran en excelente estado de salubridad, se utilizará la herramienta de justo a tiempo semanal, para adquirir los productos y obtener un inventario adecuado.

#### 6.4.5. Relación de materias primas e insumos

Los insumos requeridos para el proceso de producción de las dos líneas de productos propuestas por Ensalada´s son:

Para las ensaladas gourmet:	Para las bebidas refrescantes:
Cebolla Cabezona: \$ 2.000 Kilo	Mango: \$ 909 Kilo
Tomate Chonto: \$ 1.800 Kilo	Fresa: \$ 3.500 Kilo
Tomate Cherry: \$ 2.000 Kilo	Piña: \$ 700 Unidad
Queso parmesano: \$ 8.000 Kilo	Hierbabuena: \$ 800 Atado
Queso Cheddar: \$ 8.000 Kilo	Jengibre en polvo: \$ 2.500
Lechuga crespita: \$ 818 Kilo	Arándanos: \$ 13.000 Kilo
Espinaca: \$ 1.400 Atado	Pollo: \$ 8.000 Kilo
Repollo morado: \$ 460 Kilo	Aderezos
Repollo blanco: \$ 460 Kilo	Bowl desechable: \$ 5.500 paquete por 15
Cilantro: \$ 1.000 Atado	Tenedores plásticos:
Aguacate: \$ 2.000 Kilo	Cuchillos
Carne: \$ 11.000 Kilo	Servilletas: \$ 800 paquete de 200
	Cereza: \$ 14.000 Kilo
	Vasos plásticos de 12 onzas con tapa: \$ 5.000 paquete por 50

#### 6.4.6. Maquinaria y equipos

En la siguiente tabla, se muestra una pequeña ficha técnica de las diferentes herramientas que van a ser utilizadas en el proceso de producción de las dos líneas de producto.

Hay que tener en cuenta que ya se cuenta con algunas de ellas como lo es la licuadora, estufa, nevera, batería de ollas y algunas jarras. Esta descripción se realiza básicamente con el objetivo de dar a conocer algunas especificaciones de las herramientas y para garantizar que la persona que va a realizar la línea de producción de los mismos, se sienta cómoda con los instrumentos de trabajo y generar confianza para realizar los productos con excelente calidad.

LICUADORA	ESTUFA
Licuadora Oster de 16 Velocidades	piso a gas de 50 cms, Mesa en acero inoxidable
Potente motor de 450 watts	perillas ergonómicas
16 velocidades: 8 altas y 8 bajas	quemadores en aluminio de diferentes tamaños
Panel de control de teclas con pulso y auto limpieza	encendido eléctrico en la Mesa.
Sistema de impulsión totalmente metálico All-Metal Drive®	
Vaso de vidrio refractario resistente al calor de 1,25 litros (5 tazas)	
Pulveriza hielo con la cuchilla trituradora de hielo	
Consumo de energía (Wh/Día): 13.83	
Consumo de energía en espera (Wh/Día): 0.1	
NEVERA	BATERÍA DE OLLAS
Capacidad Neta. 278 Litros.	Sartén de 20cm con Tapa de Vidrio
Color: Silver.	Olla con mango de 20cm con Tapa de
Dimensiones (Alto x Ancho x Prof): 165,7 x 61,1 x 69,5 cm	Vidrio Cacerola de 20cm con Tapa de Vidrio
Consumo de energía: 38,7 kWh/mes.	Cacerola de 24cm con Tapa de Vidrio. En acero inoxidable.
CUCHILLOS DE PORCELANA	TABLA DE PICADO
Tamaño: 120 mm. Material Hoja: Circonio.	Utensilio de cocina, tabla de picar,
	con manija para colgar,
	resiste temperaturas entre 30-90 grados centígrados.
	Material Poliestireno
RECIPIENTES PARA MEZCLA	COLADOR
Tamaño: Bowl acero inoxidable 17 – 20.5 – 24 – 29 y 33 cm.	Diámetro: 25 cm.
Empaque / Embalaje: Bolsa x unidad y caja x 96 unidades.	Material: Acero inoxidable.
Colores: Plateado.	Largo: 56 cm. Color mango: Cromado.
PIEZAS PARA SERVIR LAS ENSALADAS	JARRAS
Pinza para ensalada fabricada en acero inoxidable color plateada su diseño permite servir fácilmente los vegetales y verduras	Diámetro: 13 cms Colores: Fluorescentes
	Ficha Técnica: Alto: 23 cms

#### 6.4.7. Mano de obra

La mano de obra requerida para la operatividad de la empresa:

- Empleado 1: será la socia capitalista del negocio, quién hará las labores de preparación y distribución de los productos de Ensalada's, quien cobrará \$ 1.000 de mano obra

por producto realizado en cuanto a las ensaladas gourmet y por las bebidas refrescantes cobrará \$ 700 correspondiente a la mano de obra. Esto se pagará dentro del sueldo mensual asignado a la colaboradora cada mes durante el primer año y depende de la proyección de ventas que se tenga durante este año.

#### **6.4.8. Gastos de personal**

Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año.

En la empresa Ensalada's, se realizará el pago a 1 persona con un sueldo de medio salario mínimo al inicio por valor de \$ 1.160.000 durante el primer año prestación de servicios. Se pagará de manera mensual, que se encuentran registrados en el presupuesto de la mano de obra fija sin carga prestacional en el inicio.

- Empleado 1: Su sueldo será de \$ 1.160.000

#### **6.4.9. Presupuestos para inicio de actividades**

El presupuesto de arranque y operación para Ensalada's, es de \$ 4'000.000, dinero con el cual Ensalada's adquirirá, todos los activos necesarios para iniciar su operación. Con este dinero Ensalada's pagará lo que necesita para la operación diaria de la empresa desde su inicio como son:

Rallador	\$25.000
Set de cuchillos antiadherentes	\$82.900
Colador	\$22.000
Pinzas para ensaladas (2)	\$59.554
Pago honorarios personal primer mes	\$1'160.000
Servicios públicos	\$150.000
Presupuesto de medios de comunicación	\$100.000

## 7. Estudio organizacional

### 7.1 Direccionamiento estratégico

Definir propuesta de valor, misión, visión, principios corporativos.

- Misión: Ensalada's es una empresa que ofrece a sus clientes una alimentación saludable por medio de sus dos líneas de producto que son las ensaladas gourmet y bebidas refrescantes, comprometida con cambiar los hábitos alimenticios de sus clientes, que trabaja con gran honestidad, armonía y respeto por la vida de los demás.

- Visión: Para el año 2028 Ensalada's será reconocida a nivel nacional por la calidad de sus productos y bajos precios, no solamente en sus dos líneas de producto sino también con otra línea de productos para ofrecer a sus clientes como lo es los productos empacados al vacío, que buscarán cada vez más dar un valor agregado a la salud de los colombianos.

- Valores:

Ensalada's identifica sus valores con la palabra CHERRI:

- Compromiso: Con las personas a las que se le ofrece los productos puesto que se da la mejor calidad a un precio al alcance de sus manos y trabajo.

- Honestidad: Es un valor que nos da coherencia, paz y tranquilidad ante nuestros clientes.

- Ética: Es la característica moral que ofrece Ensalada's a sus clientes, con la cual pueden tener la garantía de que compran productos de la más alta calidad.

- Responsabilidad: Es el compromiso que tiene Ensalada's con buscar la satisfacción de sus clientes y a cumplir con los principios de la empresa.

- Respeto: La característica particular con la que se identifica Ensalada's, con la cual se logran todos los objetivos de la empresa.

- Idoneidad: Cualidad con la que cuentan todas las personas que hacen parte de la empresa, para realizar y cumplir con todos los objetivos de la misma.

- Principios corporativos: Ensalada's cuenta con 4 principios empresariales:

- Nutrición, salud y bienestar: Ensalada's quiere optimizar la calidad de vida de las personas, ofreciendo alimentos de buena calidad y deliciosos, ofreciendo alimentos y bebidas que fomentan un estilo de vida saludable.

- Desarrollo rural: Ensalada's, contribuye al mejoramiento de las ventas de productos agrícolas, puesto que promueve su consumo y, por ende, una producción mayor de estos mismos, garantizando una mejora en la economía actual del país.

- Liderazgo: En Ensalada's, lo más importante son las personas por lo que tanto para las personas que se trabaja como sus clientes, sin ninguna clase de discriminación, que proveerá oportunidades de desarrollo para todos.

- Responsabilidad social empresarial: Ensalada's, cambiará el estilo de vida de las personas que consumen sus productos y así lograr que tengan una vejez digna.

## **7.2 Divisiones o áreas en la empresa**

a. Definir la estructura organizacional de la empresa.

La estructura organizacional de la empresa, está conformada inicialmente por 1 persona que se encargará de realizar los productos y ofrecerlos para la venta en el sector escogido:

- Empleado 1

Cabe anotar, que, a medida del incremento de la capacidad y ventas de la empresa, tendrá que aumentar la estructura organizacional de la misma para cumplir con los objetivos planteados por Ensalada's. Inicialmente se decide tener esta estructura, teniendo en cuenta los gastos de personal,

ya que inicialmente la empresa no está en capacidad para contar con una persona adicional para su operación.

Se definió el mapa de procesos de la empresa, el cual está compuesto por 3 procesos primordiales, como lo son:

- Procesos estratégicos: En el cual, se inicia con la planificación estratégica que es un proceso muy importante para que el cumplimiento de los objetivos planteados por Ensalada's, en el transcurso del tiempo con esta planeación estratégica.

- Procesos operacionales: Dentro de los procesos operacionales planteados para la empresa, la planificación gastronómica es uno de los procesos más importantes en el momento de la operatividad, teniendo en cuenta que con él se determinan los tipos de ensaladas y bebidas que se van a ofrecer y que día sea van a ofrecer. Además, la satisfacción del cliente es el otro proceso importante, que Ensalada's quiere lograr teniendo en cuenta, que sus clientes son su razón de ser más importante.

- Procesos de apoyo: El proceso de apoyo es vital para lograr el objetivo de ventas de la empresa, puesto todos los actores, cumplen funciones específicas que ayudan al cumplimiento de las misma.

El logo de Ensalada's, fue diseñado de esta forma con el fin de mostrar la frescura que quiere ofrecer la empresa a sus clientes, de una forma sencilla pero agradable a la vista de todos.



## 8. Estudio Legal y Ambiental

### 8.1 Legislación vigente que regule la actividad económica

- Norma tributaria:

Matricula mercantil ante la Cámara de Comercio:

Documentos:

- Original del documento de identidad.
  - Formulario del Registro Único Tributario (RUT)
  - Formulario del al RIT Registro de información tributaria Bogotá
  - Formularios de inscripción a la cámara de comercio
- 
- Norma de protección intelectual y ambiental Regulación para la comercialización de los Productos o Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

Ensalada´s, se registrá bajo el decreto 3075 de 1997, el cual regula las actividades de operación de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

## **8.2 Documentos necesarios para poner en marcha la empresa.**

Se entiende por Establecimiento de Comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona natural o jurídica podrá tener varios establecimientos de comercio, estos podrán pertenecer a uno o varios propietarios y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

A. Documentos necesarios para registrarse como establecimiento de comercio ante la CCB:

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES)
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural).
- Formulario de Registro con otras entidades. Cámara de Comercio del Cauca

### 8.3 Evalúe los riesgos posibles (Matriz de riesgos)

Los riesgos encontrados en la evaluación de los mismos en la implementación de la empresa son los siguientes:

RIESGO	CALIFICACION		EVALUACION DEL RIESGO	CONTROLES
	Probabilidad	impacto		
<b>Riesgo Financiero, por ejecución presupuestal</b>	4	5	E	La no planeación adecuada para el presupuesto anual o mensual, puede causar un riesgo financiero
<b>Riesgo de imagen</b>	3	4	A	Garantizar la calidad de los productos, teniendo en cuenta, que la inadecuada imagen ante los clientes, puede causar
<b>Incumplimiento de la Ley antitabaco</b>	4	4	A	Verificar que las personas que fuman, no lo hagan cerca al lugar donde Ensalada's este establecido, con el fin de garantizar la sanidad y los alimentos sanos
<b>Incumplimiento a las normas de manipulación de alimentos</b>	4	5	E	Se debe realizar capacitación periódica a las personas que se encargan de realizar los alimentos con el fin de evitar inconvenientes con entidades como el Ministerio de Salud.

**Matriz de riesgos. Fuente: Elaboración propia**

## **9. Estudio Financiero**

En este capítulo se analizarán los valores obtenidos, y de esta forma se afirmará la factibilidad del plan de negocios; para este análisis se tendrá en cuenta las inversiones, los costos y gastos apropiados para el buen funcionamiento de la empresa ENSALADA'S los resultados arrojados servirán de referencia para el comportamiento financiero de la asociación en los próximos cinco años, como también para las decisiones que se deben tomar desde su inicio (inversión neta), hasta el punto de madurez de esta.

### **9.2 Inversión Del Proyecto**

Para el desarrollo del proyecto es necesario establecer la información para cada uno de los rubros contables para llevar mejor los procesos tales como inversiones, presupuestos de materia prima, mano de obra, directa e indirecta, ventas, administrativos e ingresos todo esto contribuirá a que la empresa ENSALADA'S establezca sus necesidades, utilidades y responsabilidades.

#### **9.2.1 inversiones fijas**

El lugar donde funcionara La microempresa de ensaladas no es de propiedad de los inversionistas se cancelará un arriendo de \$400.000, por lo tanto, se realizará solo adecuaciones.

Dentro del plan de negocio desde el inicio se ha estimado las siguientes inversiones

- **Inversiones en maquinarias y equipos**

Tabla 6. Costos en Maquinaria y Equipos a Utilizar

MAQUINARIA Y EQUIPOS	CANT.	COSTO UNITARIO Miles de \$	COSTO TOTAL Miles de \$	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL Miles de \$
Licadora industrial	1	350.000	350.000	5	70.000
Estufa	2	450.000	900.000	5	90.000
Batería de ollas	2	526.489	1.052.978	5	105.298
Nevera	2	850.000	1.700.000	5	170.000
Set de cuchillos antiadherentes	1	320.000	320.000	5	64.000
Pinzas para servir ensaladas	1	130.000	130.000	5	26.000
Recipiente para mezcla	1	60.540	60.540	2	30.270
Colador	1	22.000	22.000	2	11.000
Implementos de buffe	1	240.000	240.000	2	120.000
<b>TOTAL</b>			<b>4.775.518</b>		<b>686.568</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

- **Inversiones en Muebles y enseres**

Para la puesta en marcha del proyecto se hace necesario la consecución de los siguientes muebles y enseres

Tabla 7. Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	2	250.000	500.000
Sillas giratorias	2	85.000	170.000
Computador	1	1.500.000	1.500.000
Tablero en acrílico	1	138.000	138.000
Accesorios de oficina	1	80.000	80.000
<b>TOTAL</b>			<b>2.703.000</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

- **Costos depreciación en activos fijos**

**Tabla 8 Costos por Depreciación de Muebles y Enseres**

DETALLE	COSTO	Vida Útil	AÑOS					Valor Residual miles de \$
			1	2	3	4	5	
Muebles y enseres	2.703.000,0	10	270.300,0	270.300,0	270.300,0	270.300,0	270.300,0	1.351.500,0
<b>TOTAL</b>			<b>350.000,0</b>	<b>350.000,0</b>	<b>350.000,0</b>	<b>350.000,0</b>	<b>350.000,0</b>	<b>1.750.000,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

El cálculo de las depreciaciones se utilizó el método de línea recta.

El valor residual corresponde al valor de rescate de cada activo al finalizar los cinco años considerados en el periodo de evaluación del proyecto.

### 9.2.2 Inversión Diferida

La Inversión diferida son los gastos de organización, inauguración y licencias indispensables para la constitución, montaje y funcionamiento del salón de eventos

**Tabla 9. Presupuesto de inversión diferida**

DETALLE	COSTO
Estudio. Pre y factibilidad	0,0
Gastos de organización	250.000,0
Patentes y licencias	350.000,0
Puesta en marcha	340.000,0
Imprevistos	700.000,0
<b>Total</b>	<b>1.640.000,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

- **Amortización de la inversión diferida**

**Tabla 10. Amortizaciones**

AMORTIZACIONES	TOTAL	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Gastos preoperativos	376.000	287.200	287.200	287.200	287.200	287.200

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

- **Inversiones requeridas año cero**

**Tabla 11. Inversión fija requeridas año cero**

DETALLE	COSTO
Maquinaria y equipo	4.775.518,0
Muebles y enseres	2.703.000,0
Instalación de equipos	950.000,0
Const. O. F. Y Acond.	2.500.000,0
Subtotal Act. Fijos Tang	10.928.518,0
Act. Fijos diferidos	1.640.000,0
Imprevistos 6% de total inv. Fija	1.409.822,2
<b>Total, inversión fija</b>	<b>13.978.340,2</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

### 9.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

#### 9.3.1 Costos de producción

- Costos directos insumos y materia prima

**Tabla 12. Costos de Insumos para la elaboración de ensaladas Gourmet**

MATERIAL	UNIDA D	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	COSTO DIARIO
A. Materiales Directos				
Cebolla Cabezona	Kilos	8	2.000	16000
Tomate Chonto	Kilos	5	1.800	9000
Tomate Cherry	Kilos	3	2.000	6000
Queso parmesano	Unidad	2	7.000	14000
Queso Cheddar	Unidad	4	8.000	32000
Espinaca	Kilos	3	1.400	4200
Repollo morado	Kilos	4	4600	18400
Repollo Blanco	Kilos	7	1000	7000
Cilantro	Atado	7	3000	21000
Aguacate	kilos	6	5000	30000
Carne	Libras	6	18000	108000
<b>TOTAL</b>				<b>265.600</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 13. Costos de Insumos para la elaboración de bebidas refrescantes**

MATERIAL	UNIDAD	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR DIARIO
A. Materiales Directos				
Mangos	Kilos	4	3500	14000
Fresa	Kilos	5	4660	23300
Piña	Kilos	6	7700	46200
Hierbabuena	Atado	2	4000	8000
Jengibre en polvo	Unidad	2	7500	15000
Arándanos	Kilos	3	8000	24000
Pollo	Kilos	4	17800	71200
Aderezos	Unidad	2	4000	8000
Cereza	Frasco	2	4800	9600
Bowl desechable	Paquete	2	5500	11000
Tenedores plásticos	Paquete	1	1200	1200
Servilletas	Paquete	1	1700	1700
Cuchillos	Paquete	1	1200	1200
<b>TOTAL</b>				<b>234400</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 14 Costo de materias primas y otros**

MATERIAL	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL (295 días)
Materia prima	500.000,0	12.291.666,7	147.500.000,0
Empaque	7.500,0	184.375,0	2.212.500,0
Combustible	15.000,0	368.750,0	4.425.000,0
<b>TOTAL</b>	<b>522.500,0</b>	<b>12.844.791,7</b>	<b>154.137.500,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

- **Materiales de aseo**

**Tabla 15. Material de aseo**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Utensilios de aseo	15	5.000	75.000
Bolsas de basura	6	7.800	46.800
Canecas para la basura	2	20.000	40.000
Detergente	5	12.800	64.000
<b>TOTAL</b>			<b>225.800</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

- **Costos directo de mano de obra**

Corresponde a los costos por concepto de sueldos y prestaciones sociales (Pago directo y/o indirecto por el empleador), en este caso parte de la planta operativa y administrativa se realizará directamente por los asociados teniendo en cuenta que la planta de personal es muy pequeña.

**Tabla 1 Costo de Mano de obra directa (Mensual y anual)**

**Tabla 16 Costo de Mano de obra directa (Mensual y anual)**

CARGO	REMUNERAC. MENSUAL	REMUNERAC. ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES (mes)	PRESTACIONES SOCIALES (año)	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
<b>A. Mano de obra directa</b>						
1 Jefe de planta	1.000.000,0	12.000.000,0	450.000,0	5.400.000,0	1.450.000,0	17.400.000,0
2 Operario	664.000,0	7.968.000,0	305.440,0	3.665.280,0	969.440,0	11.633.280,0
<b>Subtotal</b>	<b>1.664.000,0</b>	<b>19.968.000,0</b>	<b>755.440,0</b>	<b>9.065.280,0</b>	<b>2.419.440,0</b>	<b>29.033.280,0</b>
<b>B. Mano de obra indirecta</b>						
Aseadora	332.000,0	3.984.000,0	152.720,0	1.832.640,0	484.720,0	5.816.640,0
<b>Subtotal</b>	<b>332.000,0</b>	<b>3.984.000,0</b>	<b>152.720,0</b>	<b>1.832.640,0</b>	<b>484.720,0</b>	<b>5.816.640,0</b>
<b>costo total mano de obra</b>	<b>1.996.000,0</b>	<b>23.952.000,0</b>	<b>908.160,0</b>	<b>10.897.920,0</b>	<b>2.904.160,0</b>	<b>34.849.920,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 17. Costos servicios públicos**

DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD (Mensual)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MES	COSTO TOTAL AÑO
Energía eléctrica	Kw/hora	1.000,0	247,0	247.000,0	2.964.000,0
Agua potable	Mt3	150,0	900,0	135.000,0	1.620.000,0
Telefonía	Marcaciones	1.500,0	35,84	53.760,0	645.120,0
Aseo y alcantarillado	Mes			11.900,0	142.800,0
<b>TOTAL</b>				<b>447.660,0</b>	<b>5.371.920,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 18 Resumen general de costos de producción**

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>A. Costos directos</b>		
Materia prima	12.291.666,7	147.500.000,0
Empaque	184.375,0	2.212.500,0
Combustible	368.750,0	4.425.000,0
Depreciación Maquinaria y equipo	121.791,7	1.461.500,0
Mano de obra directa	2.419.440,0	29.033.280,0
<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>15.386.023,3</b>	<b>184.632.280,0</b>
<b>B. Gastos generales de fabricación</b>		
Mano de obra indirecta	484.720,0	5.816.640,0
Arrendamiento	400.000,0	4.800.000,0
Material de aseo	60.000,0	720.000,0
Servicios	447.660,0	5.371.920,0
<b>TOTAL GASTOS GRAL FABRIC.</b>	<b>1.392.380,0</b>	<b>16.708.560,0</b>
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>16.778.403,3</b>	<b>201.340.840,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

### 9.3.2 Gastos en administración

- Sueldos administración

**Tabla 19. Sueldo parte Administrativa**

CARGO	REMUNERAC. MENSUAL	REMUNERAC. ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES (mes)	PRESTACIONES SOCIALES (año)	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Administrador-contable	1.200.000,0	14.400.000,0	540.000,0	6.480.000,0	1.740.000,0	20.880.000,0
Secretaria aux. contable	400.000,0	4.800.000,0	184.000,0	2.208.000,0	584.000,0	7.008.000,0
<b>TOTAL</b>	<b>1.600.000,0</b>	<b>19.200.000,0</b>	<b>724.000,0</b>	<b>8.688.000,0</b>	<b>2.324.000,0</b>	<b>27.888.000,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 20. Otros gastos administrativos**

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Papelería y útiles de trabajo.	120.000,0	1.440.000,0
<b>TOTAL</b>	<b>120.000,0</b>	<b>1.440.000,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

### 9.3.3 Gastos de ventas

**Tabla 21 Sueldos de vendedores**

**Tabla 21 Sueldos de vendedores**

CARGO	REMUNERAC. MENSUAL	REMUNERAC. ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES (mes)	PRESTACIONES SOCIALES (año)	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Vendedor interno	332.000,0	3.984.000,0	152.720,0	1.832.640,0	484.720,0	5.816.640,0
Vendedor exterior	400.000,0	4.800.000,0	184.000,0	2.208.000,0	584.000,0	7.008.000,0
Comisiones vendedoras					110.000,0	1.320.000,0
<b>TOTAL</b>	<b>732.000,0</b>	<b>8.784.000,0</b>	<b>336.720,0</b>	<b>4.040.640,0</b>	<b>1.178.720,0</b>	<b>14.144.640,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 22. Otros gastos de ventas**

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Embalaje y transporte	250.000,0	3.000.000,0
Publicidad (10% de ctos ventas)	142.872,0	1.714.464,0
<b>TOTAL</b>	<b>392.872,0</b>	<b>4.714.464,0</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

La producción se aumentará en 600 unidades por año y los costos totales se incrementarán en un 8%

## 9.4 PRESUPUESTOS

**Tabla 24. Presupuestos de costos de producción por año**

DESCRIPCION	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
<b>A. Costos directos</b>					
Materia prima	26.970.250,0	29.446.119,0	32.149.272,7	35.100.575,9	38.322.808,8
Empaque	1.890.000,0	2.063.502,0	2.252.931,5	2.459.750,6	2.685.555,7
Combustible	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Depreciación Maquinaria y equipo	764.866,7	834.400,0	834.400,0	834.400,0	834.400,0
Mano de obra directa	17.018.862,1	18.581.193,6	20.286.947,2	22.149.288,9	24.182.593,7
<b>TOTAL, COSTOS DIRECTOS</b>	<b>46.643.978,7</b>	<b>50.925.214,6</b>	<b>55.523.551,3</b>	<b>60.544.015,4</b>	<b>66.025.358,1</b>
<b>B. Gastos generales de fabricación</b>					
Mano de obra indirecta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Arrendamiento	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Material de aseo	225.800,0	246.528,4	269.159,8	293.868,6	320.845,8
Servicios	1.536.000,0	1.677.004,8	1.830.953,8	1.999.035,4	2.182.546,9
<b>TOTAL, GASTOS GRAL FABRIC.</b>	<b>1.761.800,0</b>	<b>1.923.533,2</b>	<b>2.100.113,6</b>	<b>2.292.904,0</b>	<b>2.503.392,6</b>
<b>TOTAL, COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>48.405.778,7</b>	<b>52.848.747,8</b>	<b>57.623.664,9</b>	<b>62.836.919,5</b>	<b>68.528.750,7</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

\* En la tabla aparece los costos del primer año.  $(147.5000.000,0/88500) * 98100 * 1,08 = 176.580.000,0$

Teniendo en cuenta que: La producción se aumentará en 600 unidades por año y los costos totales se incrementarán en un 8%

**Tabla 25 Presupuesto de gastos administrativos**

DESCRIPCION	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
Sueldos administrativos	8.509.431,0	9.019.996,9	9.561.196,7	10.134.868,5	10.742.960,6
Papelería y útiles de trabajo	114.600,0	121.476,0	128.764,6	136.490,4	144.679,9
Depreciación de muebles y enseres	495.550,0	540.600,0	540.600,0	540.600,0	540.600,0
<b>TOTAL</b>	<b>9.119.581,0</b>	<b>9.682.072,9</b>	<b>10.230.561,3</b>	<b>10.811.959,0</b>	<b>11.428.240,5</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

**Tabla 26. Presupuesto de gastos de venta**

DESCRIPCION	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
Sueldo de vendedores	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Comisiones	2.040.000,0	2.227.272,0	2.429.114,8	2.647.160,5	2.882.626,9
Embalaje y transporte		0,0	0,0	0,0	0,0
Publicidad (3% de ctos ventas)	1.010.000,0	1.102.718,0	1.202.650,0	1.310.604,0	1.427.182,9
<b>TOTAL</b>	<b>3.050.000,0</b>	<b>3.329.990,0</b>	<b>3.631.764,7</b>	<b>3.957.764,5</b>	<b>4.309.809,8</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

## 9.5 Ingresos

La inversión del capital de trabajo o proyección es desde el primer mes, ya que, el proyecto es bastante anhelante porque comienza recibiendo los ingresos, por tanto, el ejercicio del incremento, se dará a través que la demanda se vaya incrementando. La capacidad necesaria para satisfacer el primer año es de 3% a la instalada.

**Tabla 27 Presupuesto de ingresos**

	UNIDADES MES	UNIDADES AÑO	PRECIO POR UNIDAD	INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
AÑO 1	10.135	121620	700	7094500	85134000
AÑO 2	10.439	125269	749	7818848	93826181
AÑO 3	10.752	128888	801	8607866	103294389
AÑO 4	11.075	132507	858	9469033	113628398
AÑO 5	11.407	136126	918	10.408.585	124903.025

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación. Se consideran los ingresos por ventas. Incremento en unidad por año 3%

### 9.6 Flujo de fondos con financiamiento (proyecto e inversionista)

Teniendo en cuenta los datos obtenidos se procede a realizar el flujo de fondos teniendo en cuenta el financiamiento que se hará al proyecto, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

FINANCIAMIENTO: se realiza el ejercicio tomando como base \$10,000,000. Interés anual del 28,36%		
A=Cuota anual	24,36%efectivo anual + 4 puntos	
P= valor del préstamo	$A = P \cdot i(1+i)^n$	
i= interés anual	$(1+i)^n - 1$	
n=No. De años para amortizar crédito.	$A = 10,000,000 \cdot 0,2836 \cdot (1+0,2836)^n$	
	$(1+0,2836)^n - 1$	
	A=	3.977.447,40

**Tabla 28 Financiamiento del proyecto**

PERIODO	CUOTA	INTERESES SOBRE SALDO	VALOR POR AMORTIZAR	SALDO
Valor Inicial del crédito				10.000.000,0
AÑO 1	3.977.447,40	2.836.000,0	1.141.447,4	8.858.552,6
AÑO 2	3.977.447,40	2.512.285,5	1.465.161,9	7.393.390,7
AÑO 3	3.977.447,40	2.096.765,6	1.880.681,8	5.512.708,9
AÑO 4	3.977.447,40	1.563.404,3	2.414.043,1	3.098.665,8
AÑO 5	3.977.447,40	878.781,6	3.098.665,8	0,0

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

Tasa del inversionista=20%. Interés corriente= (Tasa real\*tasa de inflación) -1=1,2\*1,10 -

1=1,32-1=0,32

El costo después de impuestos se calcula:

$$C=K[1-t+(i/K)] = 0,2836[(1-0,3)+0,3(0,1/0,2836)]=0,304$$

C= Costo de la deuda después de impuestos

K= Costo de la deuda antes de impuestos = 28,36%

t= Tasa de tributación = 30%

i= Tasa de inflación = 10%

**Tabla 29. Flujo de fondos sin financiamiento (proyecto e inversionista)**

	INVERSION AÑO 0	OPERACIÓN AÑOS				
		1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	-7.020.000,0					
+ Activos diferidos	-1.438.000,0					
+ Imprevistos (6%)	-507.380,0					
+ Capital de trabajo	-5.507.315,9	-819.022,3	-688.600,4	-765.999,1	-852.097,4	
= Inversión total	-14.470.675,9	-819.022,3	-688.600,4	-765.999,1	-852.097,4	0,0
<b>PRESTAMOS</b>						
- Inversión en activos fijos						
= Inversión neta	-14.470.675,9	-819.022,3	-688.600,4	-765.999,1	-852.097,4	0,0
- Amortización créditos						
Valor residual capital de trabajo						8.433.035,1
valor residual activos fijos						299.917,0
<b>FLUJO NETO DE INVERSIONES (1)</b>	<b>-14.470.675,9</b>	<b>-619.022,3</b>	<b>-688.600,4</b>	<b>-765.999,1</b>	<b>-852.097,4</b>	<b>8.732.952,1</b>
<b>OPERACIÓN</b>						
<b>Ingresos</b>						
Ventas		85.134.000,0	93.828.181,4	103.294.389,3	113.628.397,9	124.903.025,3
Otros						
Total, ingresos (2)		85.134.000,0	93.828.181,4	103.294.389,3	113.628.397,9	124.903.025,3
<b>Costos</b>						
Costos de producción		48.405.778,7	52.848.747,8	57.623.664,9	62.836.919,5	68.528.750,7
+ Gastos de administración		8.624.031,0	9.682.072,9	10.230.561,3	10.811.959,0	11.428.240,5
+ Gastos de ventas		3.050.000,0	3.329.990,0	3.631.784,7	3.957.784,5	4.309.809,8
Total gastos operacionales (3)		60.079.809,8	65.860.810,7	71.485.991,0	77.606.642,9	84.266.801,1
Utilidad operacional (2 - 3)		25.054.190,2	27.965.370,7	31.808.398,3	36.021.755,1	40.636.224,3
- Gastos financ. (intereses)						
= Utilidad o Ingresos gravables		25.054.190,2	27.965.370,7	31.808.398,3	36.021.755,1	40.636.224,3
- Impuestos (30%)		7.516.257,1	8.389.611,2	9.542.519,5	10.806.526,5	12.190.867,3
<b>Utilidad neta</b>		<b>17.537.933,1</b>	<b>19.575.759,5</b>	<b>22.265.878,8</b>	<b>25.215.228,5</b>	<b>28.445.357,0</b>
+ depreciación		1.260.416,7	1.375.000,0	1.375.000,0	1.375.000,0	1.375.000,0
+ Amortización diferidos		287.200,0	287.200,0	287.200,0	287.200,0	287.200,0
= <b>FLUJO NETO DE OPERACION (4)</b>		<b>19.085.549,8</b>	<b>21.237.959,5</b>	<b>23.928.078,8</b>	<b>26.877.428,5</b>	<b>30.107.557,0</b>
<b>FLUJO DE FONDOS PROYECTO (4 + 1)</b>	<b>-14.470.675,9</b>	<b>18.466.527,5</b>	<b>20.549.359,1</b>	<b>23.162.079,7</b>	<b>26.025.331,1</b>	<b>38.840.509,1</b>

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

## 10. Evaluación social, económica y ambiental

### 10.1 Evaluación social

A través de esta evaluación se establece el aporte del proyecto al desarrollo social de la región de influencia. Así mismo, se cuantifican y analizan los costos y beneficios, distribución de los recursos disponibles en cuanto a variables como empleo, ingreso e inversión.

Al respecto, es importante considerar que el beneficio directo del proyecto es que Ensaladas realizará procesos ecoeficientes, es decir, amigables con el ambiente, tratando de adoptar medidas para la reducción de contaminación con materiales biodegradables para no contribuir al cambio climático y el calentamiento global.

Así, se busca no solo proteger el medio ambiente sino lograr utilidad para la microempresa que permita el cumplimiento de los objetivos financieros del proyecto.

Un aspecto a resaltar en de este proyecto es la promoción de una alimentación saludable; Las ensaladas suelen ser una opción de comida saludable, rica en vitaminas, minerales, fibras y otros nutrientes esenciales. Al promover la alimentación saludable, un negocio de ensaladas puede contribuir a reducir los problemas de salud relacionados con la dieta, como la obesidad, la diabetes y enfermedades cardiovasculares.

## **10.2 Evaluación económica del proyecto**

Esta evaluación determina la contribución del proyecto a los propósitos económicos de la nación respecto al Producto Bruto, Creación de puestos de trabajo, Ahorro de divisas, Producción, entre otros.

Para realizar la evaluación financiera se considera la información financiera, principalmente el Flujo Neto de Efectivo, del cual, se extraen las transferencias intersectoriales, y

se ponderan los demás valores a través de los precios cuenta o sombra para calcular el Flujo de caja económico que sirve como base para obtener el VPN y la TIR.

**Tabla 41.**

Medidas de manejo ambiental

<b>ELEMENTO CONTAMINANTE</b>	<b>MEDIDAS DE MANEJO AMBIENTAL</b>
<b>Residuos contaminantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar un sistema de reciclaje y compostaje para minimizar la cantidad de desechos que van a vertederos</li> <li>• utilizar envases y utensilios biodegradables o reciclables.</li> <li>• Evitar el desperdicio de alimentos: Planeando cuidadosamente las cantidades de ingredientes necesarios para minimizar el desperdicio de alimentos.</li> <li>• Menos envases y plástico: Minimizar el uso de envases de plástico de un solo optar por alternativas más sostenibles, como envases de papel, cartón o vidrio. Animando a los clientes a traer sus propios recipientes reutilizables.</li> </ul>
<b>Consumo excesivo de energía eléctrica</b>	<p>Adquirir maquinaria, equipos y herramientas de bajo consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de equipos de bajo consumo como neveras Nevera WHIRLPOOL No Frost Congelador Superior 263 Litros.</li> <li>• Usar bombillos y lámparas LED de bajo consumo en las diferentes áreas de la empresa.</li> <li>• Instalar sistemas de apagado / encendido inteligente.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un programa de eficiencia energética.</li> </ul>
<b>Consumo excesivo de agua</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir el consumo de agua en el proceso de elaboración de las ensaladas.</li> <li>• Instalar sistemas de ahorro de agua en baños.</li> <li>• Programar la limpieza de las diferentes áreas de la empresa.</li> <li>• Usar recolectores de agua lluvia para utilizarla en la realización de algunos procesos de operación y limpieza.</li> </ul>
<b>Desperdicio de alimentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar prácticas de gestión de residuos, como el compostaje de los restos de alimentos, para reducir la cantidad de desperdicio enviado a vertederos.</li> <li>• Planificar cuidadosamente las cantidades de ingredientes para minimizar el desperdicio</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

## CONCLUSIONES

Es importante considerar que el beneficio directo del proyecto en la economía local es que, al atraer a clientes locales y visitantes, aumentara la actividad económica en la zona, beneficiando a otros negocios locales como tiendas de comestibles, panaderías, y proveedores de servicios, también La compra de ingredientes frescos y saludables para las ensaladas apoya a los agricultores y proveedores locales, impulsando la demanda de productos regionales.

El aporte del proyecto al desarrollo social de la región es muy importante, ya que la microempresa de ensaladas contribuye a la promoción de una alimentación saludable en la comunidad al ofrecer opciones frescas y equilibradas haciendo así que esta se posicione como un punto de referencia para la educación sobre la importancia de las ensaladas y una dieta equilibrada en la salud de las personas.

El proyecto incide de forma positiva al medio ambiente ya que la elección de ingredientes frescos y locales reduce la huella de carbono de la empresa al disminuir la distancia de transporte de los productos y apoyar prácticas agrícolas más sostenibles; La preparación de ensaladas frescas fomenta la minimización de desperdicios al utilizar ingredientes en su mejor estado y gestionar de manera eficiente los excedentes de alimentos.

Es importante señalar que los beneficios concretos en estos aspectos se dan por la buena gestión y las prácticas específicas de la microempresa desarrolla, así como de su compromiso que se adquiere con la sostenibilidad y la salud de sus clientes. La colaboración con proveedores locales, la adopción de prácticas ecológicas y la promoción activa de una alimentación saludable maximizan el impacto positivo en la economía local, el medio ambiente y la salud.

Se puede concluir el negocio de ensaladas es viable en el mercado objetivo, considerando la demanda, la competencia y las proyecciones financieras.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaldía de Popayán. (2019). Información socioeconómica. Secretaria de Planeación municipal.

Asociación Colombiana de ciencia y tecnología de alimentos (ACTA). (2020). El impacto de la comida chatarra (renovado). Bogotá: Coordinación Técnica.

Bohórquez, C. y Cortés, D. (2021). Propuesta de negocio de una estrategia alterna para el manejo de emprendimientos (ripio)

Córdoba, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá D.C.: ECOE Ediciones.

Congreso. (2000). Ley 590 del 2000. Función pública.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Congreso. (2021). *Ley 2069 de 2021*. Mipymes.

<https://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes#:~:text=Ley%20905%20del%202020de,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.%22>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2021). Proyección Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda en Popayán, Cauca. Bogotá.

Guerra, Y. (2017).

Libos, M. & Melo, I. (2018). Oportunidad de desarrollo de los productos saludables en Colombia. <http://hdl.handle.net/10726/2115>.

Minsalud. (2023). ¿Qué es la alimentación saludable?  
<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion->

saludable.aspx#:~:text=Generalizando%2C%20se%20puede%20decir%20que,%2C%20gestaci  
%C3%B3n%2C%20lactancia%2C%20desarrollo%20y

Miranda, J. (2003). Gestión de proyectos (Identificación – Formulación – Evaluación  
Financiera, Económica, Social y Ambiental). Bogotá: MM Editores.

Nielsen. (2017). La Revolución de los Alimentos en América Latina: La Salud es una  
Prioridad para el Consumidor. [http://www.nielsen.com/ar/es/insights/reports/2017/La-  
revolucion-de-los-alimentos-enAmerica-Latina-la-salud-es-una-prioridad-para-el-  
consumidor.html](http://www.nielsen.com/ar/es/insights/reports/2017/La-revolucion-de-los-alimentos-enAmerica-Latina-la-salud-es-una-prioridad-para-el-consumidor.html)