

Plan de negocio para la producción y comercialización de muffins de sal en la ciudad de Bucaramanga.

por Giovanni Alejandro Monsalve Ardila

Fecha de entrega: 11-may-2023 08:52p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2090911391

Nombre del archivo: TRABAJO_DE_GRADO_1_MUFINS_11_de_mayo_de_2023.docx (1.3M)

Total de palabras: 11989

Total de caracteres: 63318



Plan de negocio ¹¹ para la producción y comercialización de muffins de sal en la ciudad de Bucaramanga.

Modalidad: emprendimiento

Giovanny Alejandro Monsalve Ardila
CC 1005149737

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER

Facultad de Ciencias Naturales e Ingenierías
Tecnología en Producción Industrial
Bucaramanga (28/01/2023)



11 Plan de negocio para la producción y comercialización de muffins de sal en la ciudad de Bucaramanga.

Modalidad: emprendimiento

Giovanny Alejandro Monsalve Ardila
CC 1005149737

3 Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en Producción Industrial

DIRECTOR

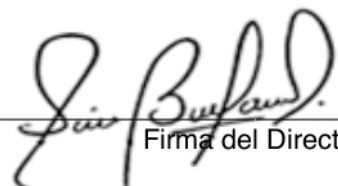
Ricardo Fernando Burbano Delgado

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER

Facultad de Ciencias Naturales e Ingenierías
Tecnología en Producción Industrial
Bucaramanga (28/01/2023)

Nota de Aceptación

Firma del Evaluador



Firma del Director

DEDICATORIA

1 Dedico este proyecto principalmente a Dios que me permitió llegar a este lugar y darme todas y cada una de las bendiciones que tengo hoy, a mi familia por su apoyo en mi proyecto de vida, quienes me apoyaron y fueron mi guía en esta gran meta profesional, a mi trabajo que me aportó habilidades y destrezas para llevar a cabo este propósito y a todas a aquellas personas que de una u otra manera me acompañaron en este camino.

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a mis compañeros de trabajo que me ayudaron con ideas y la estructura de este proyecto, a mi familia y especialmente a Dios por permitirme llegar hasta este lugar, las experiencias y aprendizajes obtenidos en el transcurso de la realización de este proyecto me permitieron generar nuevos conocimientos para el desarrollo de las diferentes metodologías.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	12
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2 JUSTIFICACIÓN	12
1.3 OBJETIVOS	13
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	13
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
2. MARCO REFERENCIAL	14
2.1 MARCO CONCEPTUAL	14
2.2 MARCO TEÓRICO	14
2.3 MARCO LEGAL	15
4. RESULTADOS	19
4.1 ESTUDIO DE MERCADOS	19
4.1.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADOS	19
4.1.2 ALCANCE DEL ESTUDIO	19
4.1.3 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	19
4.1.4 PRODUCTOS O SERVICIO	19
4.1.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO	22
4.1.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA OFERTA	23
4.1.7 RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA Y SUS RESPECTIVOS ANÁLISIS	25
4.1.8 PRONÓSTICO DE VENTAS	30
4.1.9 ESTRATEGIAS DE MERCADEO A IMPLEMENTAR	31
4.2 ESTUDIO TÉCNICO	31
4.2.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO	31
4.2.2 ALCANCE DEL ESTUDIO	31
4.2.3 LUGAR DE DESARROLLO DEL PROYECTO	32
4.2.4 COSTOS DEL LOCAL	33
4.2.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	33
4.2.6 TÉRMINOS BAJO LOS CUALES SERÁ UBICADO EL NEGOCIO	34
4.2.7 SECTOR POR ANALIZAR	34
4.2.8 ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURA	36
4.2.9 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	36
4.2.10 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	36

1	CHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	42
	4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	43
	4.3.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO.....	43
	4.3.2 ALCANCE DEL ESTUDIO.....	43
	4.3.3 MISIÓN.....	43
	4.3.4 VISIÓN.....	44
	4.3.5 POLÍTICA DE CALIDAD.....	44
	4.3.6 PLAN ESTRATÉGICO.....	44
	4.3.7 ORGANIGRAMA.....	44
	4.3.8 NÓMINA.....	45
2	4.3.9 MANUAL DE FUNCIONES.....	47
	4.3.10 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....	47
	4.3.11 REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.....	47
	4.4 ESTUDIO AMBIENTAL.....	47
	4.4.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO.....	47
	4.4.2 ALCANCE DEL ESTUDIO.....	47
	4.4.3 ACCIONES PRELIMINARES.....	48
	4.4.4 PLAN DE MITIGACIÓN.....	48
	4.5 ESTUDIO FINANCIERO.....	50
	4.5.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO.....	50
	4.5.2 ALCANCE DEL ESTUDIO.....	50
	4.5.3 PLANTEAMIENTO DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	50
	4.5.4 ANÁLISIS DE COSTOS DE INVERSIÓN.....	51
	4.5.4 PROYECCIONES ECONÓMICAS.....	53
	4.5.5 APLICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	54
	4.5.6 ANÁLISIS DE RIESGO E INCERTIDUMBRE.....	55
50	5. CONCLUSIONES.....	56
	6. RECOMENDACIONES.....	57
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Ventas de alimentos y bebidas en Colombia	12
Figura 2. Trámites requeridos para la creación de una empresa en Colombia	16
Figura 23. ¿Con que frecuencia consume muffins?	25
Figura 4. ¿En cuál de los siguientes lugares consume muffins?	25
Figura 5. ¿Qué es lo que le llama la atención de un muffin?	26
Figura 6. ¿De las siguientes características, selecciones la más importante para usted al momento de escoger un muffin?	26
Figura 7. ¿Ha probado alguna vez un muffin de sal (pollo, carne, maíz, queso)?	27
Figura 8. ¿Entre estos sabores cual prefiere para un muffin?	27
Figura 9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un muffin?	28
Figura 10. ¿Ha probado alguna vez alimentos comprados por medio de páginas web?	28
Figura 24. ¿Ha comprado productos por medios domiciliarios?	29
Figura 12. ¿A través de qué medio de comunicación se informa o busca usted acerca de promociones, lanzamientos de nuevos productos, publicidad?	29
Figura 13. Ubicación del local, barrio la Universidad	32
Figura 14. Local ubicación de la empresa.	35
Figura 15. Distribución de planta.....	37
Figura 16. Infraestructura de planta	38
Figura 17. Diagrama proceso elaboración Muffins.....	40
Figura 18. Organigrama	45

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Fases del proyecto	17
Tabla 2. Análisis de la demanda y la oferta	23
Tabla 3. Pronóstico de ventas	30
Tabla 4. Tiempos de preparación y cocción Muffins	38
Tabla 5. Tiempos de preparación y cocción Bebidas	39
Tabla 6. Costos de ingredientes para cupcakes y bebidas	41
Tabla 7. Factores a considerar	42
Tabla 8. Nomina administrativa	45
Tabla 9. Nómina de producción	45
Tabla 10. Nómina de ventas	46
Tabla 11. Aportes parafiscales nomina administrativa	46
Tabla 12. Aportes parafiscales nomina producción	46
Tabla 13. Aportes parafiscales nomina ventas	46
Tabla 14. Uso de luz.	49
Tabla 15. Matriz de impacto ambiental	49
Tabla 16. Costos de inversión	51
Tabla 17. Insumos	51
Tabla 18. Flujos de caja	52
Tabla 19. Estado de resultados	52
Tabla 20. Proyecciones económicas	53
Tabla 21. Punto de equilibrio	54
Tabla 22. Periodo de recuperación del capital	54
Tabla 23. Criterios de evaluación	54

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto GANKYS “muffins de sal”, consiste en unos pastelitos que van rellenos de carne, pollo, BBQ y vegetarianos; se crea para generar una nueva opción de alimento a los consumidores, ya que se evidencia una monotonía en el consumo de otros tipos de alimentos, **50** que busca este producto es ofertar una nueva alternativa saludable e inteligente **en el mercado actual. Por tal motivo, se** crea este proyecto para conocer la factibilidad y aceptación que tendrá el producto, la empresa estará ubicada en Bucaramanga (Santander), dedicada a la producción, comercialización y distribución de muffins de sal dentro de una propuesta innovadora que brindará mayores beneficios a los consumidores y cambiara el esquema tradicional utilizado en la industria de panadería y **22**stelería. La creación de esta empresa se encuentra dentro del sector de panadería y pastelería en Colombia, el cual **ha tomado un fuerte impulso a raíz del auge gastronómico que se** ha vivido en los últimos años, lo que lo ha convertido en el más contribuyente en la economía del país en materia de Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas). También propone ideas no convencionales dentro del mercado de los muffins existentes basadas en propuestas innovadoras que incluyen un concepto nuevo del producto, del proceso de elaboración de este, aplicación del mercadeo y servicio. Con lo anterior dicho se busca generar una nueva alternativa a la hora de alimentarse, generando nuevas experiencias a través de la alimentación y la buena nutrición del ser humano.

PALABRAS CLAVE: microempresa, condiciones socioeconómicas, muffins, etnia

INTRODUCCIÓN

La problemática de un mercado alimenticio saturado que tiene una gran variedad de productos pero de deficiente valor nutricional se ha querido solventar esta misma dando un énfasis en crear diferencia entorno a la carta que se ofrece y aún más a los gustos de los consumidores, dando de la misma manera un perfil nutricional que genere beneficios en el ser humano y de la misma manera dando su auge quiere crear nuevos gustos fundamentado en la cultura de una sociedad de consumismo que busca diversidad en los sabores.

Según (CCCE, 2020) en Colombia se presenta un acelerado crecimiento de las nuevas tecnologías. Con la pandemia de covid19 se impulsó aún más el comercio electrónico logrando registrar un crecimiento en ventas de aproximadamente el 31% con respecto al año 2019.

La inclusión en los sabores busca que las familias tengan experiencias en conjunto con la promesa de una buena atención y el fiel progreso a el servicio más humano y perseverante en el cambio. Este valor agregado que se quiere experimentar debe ir comprometido a la posibilidad de llegar a todos los lugares que sean posibles generando valores tanto en los trabajadores como en la sociedad.

La presente investigación tiene como fin dar a conocer la viabilidad de un producto llamado Muffins de sal, el cual es muy famoso en países como Estados Unidos, donde allí nació, y gracias a las innovaciones que con el tiempo se han adquirido hacia dicho producto, se ha logrado implementar en varias ocasiones los muffins como un reemplazo del pastel tradicional, logrando decoraciones y sabores distintos hacia el mismo, y logrando abarcar gran parte del mercado de la gastronomía y repostería.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

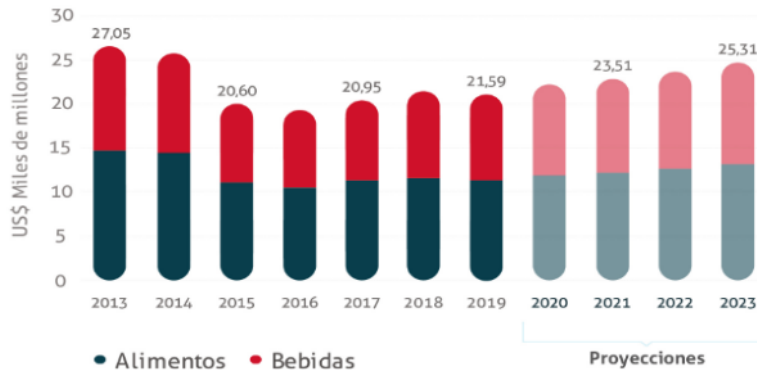
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según la fuente investinbogota.org (2021, enero) ¹⁰ Se estima que el sector de alimentos y bebidas tendrá ventas anuales por más de USD 26.500 millones en 2024. Por su parte, la demanda de la industria crecerá un 4% anual en los próximos 5 años, como se observa en el anterior este fuerte impulso a raíz del auge gastronómico que se ha vivido en los últimos años, lo que lo ⁶⁷ ha convertido en el más contribuyente en la economía del país en materia de MiPymes (micro, pequeñas y medianas empresas), por otra parte el proyecto GANKYS propone ideas no convencionales dentro del mercado, promoviendo de esta manera un concepto nuevo dentro de la variedad de productos ofertados por en el sector alimentario. Adicionalmente se plantea una nueva alternativa a la hora de alimentarnos, contando con valores nutricionales que aporten al bienestar del consumidor.

El proyecto GANKYS “muffins de sal”, consiste en unos pastelitos que van rellenos de carne, pollo, BBQ y vegetarianos; se crea para generar una nueva opción de alimento a los consumidores, ya que se evidencia una monotonía en el consumo de otros tipos de alimentos, Lo que busca este producto es ofertar una nueva alternativa saludable e inteligente en el mercado actual.

La empresa estará ubicada en Bucaramanga, Santander dedicada a la producción, comercialización y distribución de muffins de sal dentro de una propuesta innovadora que brindará mayores beneficios a los consumidores y cambiará el esquema tradicional utilizado en la industria de panadería y pastelería.

Figura 1. Ventas de alimentos y bebidas en Colombia



Fuente: Recuperado de investinbogota.org, 2022

1.2 JUSTIFICACIÓN

18

El objetivo de desarrollar una empresa dedicada a la producción de muffins de sal nace a partir de la apertura de nuevos segmentos de mercados en una economía en constante cambio, hoy en día se evidencia este factor implícito en cada producto nuevo que se ofrece en el mercado, debido a ello se implementa la idea de un muffin de sal, capaz de satisfacer una necesidad en el público generando experiencias, sabores y expectativas; siendo conscientes que nos enfrentamos a un mercado exigente que está creando tendencias a través de las experiencias y que exige la implementación de nuevas ideas de mercado interactivas para satisfacer y cubrir la demanda.

El cambio en la gastronomía de la ciudad de Bucaramanga⁴⁶ en sus últimos 10 años ha sido de gran ayuda para el crecimiento de la economía, según el último informe de la cámara de comercio de Bucaramanga existen 4.920 empresas activas en la ciudad y su área metropolitana, entorno al sector de restaurantes; cuenta con un impacto del 99,2% en las microempresas CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. (2018, Junio).¹³; adicional a esto la industria pastelera en la región promete una amplia demanda que ha abarcado un gran auge gastronómico que se vive desde hace varios años. Con lo anterior se logra desarrollar un nuevo concepto de alimentación a través de un producto que combine distintas cualidades

2

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la producción y comercialización de muffins de sal en la ciudad de Bucaramanga mediante un estudio técnico, con el fin de analizar la factibilidad e influencia en el mercado actual.

4

1.3.2 Objetivos Específicos

- Ejecutar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y aceptación de estos productos.
- Realizar un estudio técnico que permita establecer los procesos necesarios para la inversión y materialización de los insumos en productos.
- Analizar un estudio administrativo para determinar la estructura y control organizacional de la empresa.
- Evaluar económica y financieramente el plan de negocio para determinar la viabilidad y funcionamiento del mismo

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO CONCEPTUAL

5

AUGE: Período o momento de mayor elevación o intensidad de un proceso o estado de cosas.

16

CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS: Por nivel socioeconómico se entiende la capacidad económica y social de un individuo, una familia o un país.

41

ETNIA: Comunidad humana definida por afinidades raciales, lingüísticas, culturales, etc.

INTRÍNSECOS: Íntimo, esencial.

18

MICROEMPRESAS: una microempresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño.

MUFFINS: Se trata de una pequeña torta individual cuyo horneado se realiza en un molde con un papel.

2.2 MARCO TEÓRICO

En épocas antiguas la palabra "repostera" se refería a una "despensa", o un lugar designado para el almacenamiento de suministros y donde se producían diversos productos, incluidos dulces, pastas y embutidos. El "repostero mayor" de un palacio era el encargado de velar por todo lo concerniente a las necesidades domésticas. Con el paso del tiempo, este cargo evolucionó hasta convertirse en un título honorífico reservado a los miembros de las familias de la alta nobleza.

Antecedentes en Colombia

22

Debido al reciente boom gastronómico, la industria de la repostería y la repostería en Colombia ha tenido un fuerte auge. Expertos y especialistas coinciden, sin embargo, en que se trata de una industria en desarrollo que aún necesita algunos componentes clave para destacarse y ser reconocida tanto a nivel nacional y en toda Latinoamérica.

No existen datos completos que permitan conocer con precisión el comportamiento del mercado de embargos y pastelería en el país, muchos de los actores que se dedican al negocio coinciden en que la tendencia es a la baja. El mercado siempre ha existido y es probable que continúe existiendo mientras haya niños, celebraciones y comidas en el mundo. Mercado claramente definido en Colombia, la industria del repostaje y la pastelería se está impulsando como una opción viable para iniciar un negocio.

Según un informe del Centro Nacional de Hotelaría, Turismo y Alimentación, ⁵³ se ha producido una notable mejora en la importación de bienes para la elaboración de repostería en los últimos años, al punto que ahora es posible encontrar productos artesanales comparables a los que se venden en los países industrializados.

Según estadísticas del DANE, existen en el país 4.301 ⁶⁶ empresas que se especializan en la elaboración de repostería. Estas empresas mantienen altos estándares de calidad y emplean tecnología de punta en su producción, lo que las hace altamente competitivas en el mercado latinoamericano e internacional.

Sector Pastelero en Colombia

Según un artículo reciente en la revista "La Barra" sobre la pastelería moderna, esta industria ha visto un crecimiento y rentabilidad significativos en los últimos años en la industria alimenticia. Cada vez son más las empresas que ⁵⁶ dedican únicamente a la elaboración de bollería y bollería que están teniendo éxito en el mercado, tanto a nivel local como internacional. las escuelas culinarias de la nación. Con el crecimiento de esta industria, los pasteleros han adquirido las habilidades necesarias para ser altamente reconocidos a nivel internacional y para utilizar las técnicas y recetas de cocina más recientes.

Aunque existe ¹⁷ una amplia gama de productos de repostería que permiten la creación de numerosos platos, los expertos coinciden en que no existen empresas que se especialicen en producir o importar ingredientes exóticos y específicos para la creación de platos menos conocidos, posiblemente por sus altos costos y baja demanda.

2.3 MARCO LEGAL

En Colombia para constituir una empresa, se requiere de una serie de procedimientos diferentes que se dividen en tres categorías: procedimientos de registro, específicos y de laboratorio, deben completarse para establecer legalmente una empresa, la presentación de documentos que dejen en claro las acciones de la empresa constituye los requisitos de registro las rutas específicas se refieren a la ubicación física de la empresa y la actividad económica que se realizará, pero no menos importante, la contratación de personal está relacionada con los convenios laborales.

35

Figura 2. Trámites requeridos para la creación de una empresa en Colombia

TRÁMITES REGISTRALES		TRÁMITES ESPECÍFICOS		TRÁMITES LABORALES	
Trámites hasta el registro correspondiente	Código	Trámites relacionados según la ubicación de la empresa	Código	Trámites relacionados con la vinculación de personal	Código
Certificado de homonimia	TR1	Certificado del uso del suelo	TRE1	Aportes parafiscales	
Escritura pública	TR2	Paz y Salvo y/o recibo de pago de Impuesto de Industria y Comercio	TRE2	Afiliación en la Caja de Compensación Familiar	TRL1
Inscripción ante la Cámara de Comercio	TR3	Certificado de Condiciones de Sanidad	TRE3	Afiliación en la EPS	TRL2
Registro mercantil	TR4	Certificado de Seguridad y Prevención	TRE4	Afiliación en las Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP	TRL3
Matrícula mercantil	TR5	Certificado de Condiciones ambientales	TRE5	Registro de los contratos laborales	TRL4
Certificado de Existencia y Representación Legal	TR6	Certificado de Sayco y ACIM-PRO	TRE6		
Registro Único Tributario, RUT	TR7				
Otros Trámites para iniciar la actividad					
Apertura de cuenta corriente	TR8				
Registro de libros de comercio	TR9				
Registro único de proponentes	TR10				

21

Fuente: Trámites requeridos para la creación de una empresa en Colombia

33

Decreto 3075 del 23 de diciembre de 1997. Buenas prácticas de manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son un conjunto de medidas preventivas y procedimientos destinados a garantizar la sanidad e inocuidad de los alimentos, evitando su contaminación, deterioro o adulteración. Las BPM abarcan todos los procesos necesarios para asegurar la seguridad y calidad de los alimentos, y su correcta manipulación en cada una de las etapas de producción.

14

El Decreto establece regulaciones en cuanto a la ubicación, diseño, construcción, abastecimiento de agua, disposición de residuos sólidos y líquidos, instalaciones sanitarias y áreas de elaboración. Es fundamental tener en cuenta todas estas normativas al formular un proyecto y cumplir con las Buenas Prácticas de Manufactura necesarias para llevar a cabo una actividad industrial exitosa en el sector alimentario.

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

En este capítulo, se describen las fases del trabajo a desarrollar a lo largo de la ejecución del mismo, con el fin de dar cumplimiento al objetivo general y objetivos específicos establecidos.

Tabla 1. Fases del proyecto

Fase	Objetivo Específico	Actividades	Producto
27 Ejecutar un estudio de mercado para determinar la demanda	17 Ejecutar un estudio de mercado que permita determinar la demanda y aceptación de estos productos.	Estudio de mercados Determinación de productos Segmentar el mercado Analizar la demanda y la oferta Analizar los resultados de la encuesta Pronosticar las ventas	Estudio de mercado para determinar la demanda de los productos
Realizar un estudio técnico para establecer los procesos necesarios	2 Realizar un estudio técnico que permita establecer los procesos necesarios para la inversión y materialización de los insumos en productos.	Localización del proyecto Ubicación geográfica Cronograma de actividades Términos del negocio Ficha técnica	Estudio técnico
3 Analizar un estudio administrativo para determinar la estructura organizacional	3 Analizar un estudio administrativo para determinar la estructura y control organizacional de la empresa	Caracterizar la empresa Proponer el plan estratégico Proponer el organigrama Hacer la nómina Realizar el reglamento de trabajo Realizar el estudio ambiental	Estructura organizacional de la empresa
4 Evaluar económica y financieramente el plan de negocio para determinar su viabilidad	4 Evaluar económica y financieramente el plan de negocio para determinar la viabilidad y funcionamiento del mismo	Plantear los criterios de evaluación Analizar los costos de inversión Establecer los insumos Analizar el estado de resultados Realizar Proyecciones económicas Proponer los criterios de evaluación	Plan de negocio evaluado económica y financieramente

28

Fase 1: Ejecutar un estudio de mercado para determinar la demanda

Esta fase del estudio de mercados deberá centrarse en la definición de los objetivos específicos del proyecto, mismos que nos permitan identificar las necesidades del consumidor, sus gustos y preferencias a la hora de comprar lo que nos permitirá desarrollar un producto de calidad y unas estrategias de Marketing eficaces con una ventaja mayor respecto a los productos de la competencia

Fase 2: Realizar un estudio técnico para establecer los procesos necesarios

En esta fase se establecerán una serie de factores que están transmitidos en una inversión base del proyecto entorno a la maquinaria, logística, diseño, planeación y el tiempo de producción desde su ingreso como materia prima hasta lograr llegar al consumidor final. Se proyectará la infraestructura física, las ventajas y desventajas que conlleva localizar la empresa en dicho sector, tener en cuenta el POT (Plan de Ordenamiento Territorial) para saber si está legalmente permitido situar la empresa y allí, entre otros. Otro elemento que se tiene que conocer son el tipo de maquinaria que ayudará lograr ese producto final, en el caso de GANKYS, serían los utensilios como el horno, batidora, etc.

3

Fase 3: Analizar un estudio administrativo para determinar la estructura organizacional

En esta fase se desarrollará una estructura organizacional, la cual nos permitirá establecer las directrices de la organización partiendo de la misión, visión y valores definidos, donde se desea mantener un proceso de mejora y actualización de los servicios con el fin de satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, se busca brindar un servicio con todos los estándares de calidad y que haya un buen clima organizacional dentro de la compañía ya que es importante que los empleados estén satisfechos y se refleje en la atención de los clientes que son lo más importante para a organización

48

Fase 4: Evaluar económica y financieramente el plan de negocio para determinar su viabilidad

En esta fase se evaluará la inversión y retorno que el proyecto resultante por un estudio intensivo en todos los ámbitos administrativos, legales y demás, generando beneficios tanto en la sociedad como internamente, este es evaluado por medios de dirección contable que efectúen la certificación de la información reflejada en el presente documento, dando con veracidad el alcance y una respuesta a la demanda del mismo estudio, en la generación de la misma se debe establecer un parámetro o indicador que ayude a la viabilidad de los logros proyectados en el estudio siendo fieles testigos de la realización del mismo.

4. RESULTADOS

4.1 ESTUDIO DE MERCADOS

4.1.1 Descripción del estudio de mercados

El análisis efectivo de un mercado entorno a un proyecto tiene como vital relevancia el estudio e investigación de los factores intrínsecos que este conlleva en su labor como lo es, el comportamiento de la curva de la oferta y la demanda, así como también el comportamiento de su competencia directo o indirecta, que influyen en la realización de un proceso organizacional tanto interno como externo, de esta manera se da vitalidad a este análisis y aún más la relevancia que tiene en el proceso el consumidor tras una implementación de un proyecto productivo dirigido a el mismo, generando de la misma forma una relación mutua entre las variables precio, plaza, producto y promoción que dan con certeza el análisis del mismo.

4.1.2 Alcance del estudio

Desde el punto de vista de GANKYS, el alcance del estudio de mercados deberá centrarse en la definición de los objetivos específicos del proyecto, mismos que nos permitan identificar las necesidades del consumidor, sus gustos y preferencias a la hora de comprar lo que nos permitirá desarrollar un producto de calidad y unas estrategias de Marketing eficaces con una ventaja mayor respecto a los productos de la competencia.

4.1.3 Descripción de la idea de negocio

GANKYS, es una idea innovadora, que consiste en unos deliciosos muffins de sal, manejando diferentes productos para el gusto de los diferentes consumidores. El producto estrella llamado muffin SALTY, tiene una similitud con los muffin dulces tradicionales no obstante se diferencia porque implementa sabores innovadores que den a el paladar de los clientes un motivo más por preferir GANKYS.

4.1.4 Productos o servicio

Muffin de BBQ
Muffin de BBQ



FUENTE: Elaboración propia.

Muffin de pollo
Muffin de pollo



FUENTE: Autores del presente estudio.
Muffin Vegetariano

Muffin vegetariano



FUENTE: Autores del presente estudio.
Muffin de carne
Muffin de carne



FUENTE: Autores del presente estudio.

4.1.5 Segmentación de mercado

Se ha tomado la postura de segmentar el mercado mencionado en base a una muestra de naturaleza probabilístico, que dé con mucha más certeza la posible ejecución del plan mencionado.

El método usado en este estudio de mercado va a ser la encuesta en base a unas características cuantificables que den respuesta a la ejecución del problema de investigación de mercado que en este caso es poder identificar la aceptación del muffin de sal en el segmento objetivo.

Teniendo en cuenta que GANKYS será una empresa productora, distribuidora y comercializadora su población objetiva será el área metropolitana de Bucaramanga. Según lo anterior mencionado se ha tomado la postura de definir todas y cada una de las características demográficas, económicas y sociales para su análisis de su mercado objetivo.

Características demográficas: Población que reside en el área metropolitana de Bucaramanga con capacidad de movilidad
Transporte y tiempos de traslado intensivo
Comercio extensivo

Características económicas

Población con niveles económicos entre ½ a un salario mínimo legal vigente
Capacidad de compra

Características sociales

Población con niveles educativos indiferente
Reducción en los tiempos de espera del producto
Monotonía y tiempos cortos

Entorno a lo anterior mencionado se ha decidido segmentar el mercado potencial entre las características antes mencionadas, buscando abarcar un recurso de ventas y de población considerable y que de la misma manera se logre satisfacer con los valores nutricionales que ofrece el producto, en síntesis, se puede observar que la población es: personas de diferentes géneros, edades, nivele escolar y niveles económicos indiferentes que tengan la capacidad de compra del producto.

29

4.1.6 Análisis de la demanda y la oferta

En la siguiente tabla se presenta el análisis estructural de todos y cada uno de los meses del año proyectados a una estrategia de demanda y oferta resuelta a continuación.

2

Tabla 2. Análisis de la demanda y la oferta.

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA	
PERIODO	ANÁLISIS
Enero	Se puede observar que la relación de este mes con los demás se ve en una reducción en la cantidad de unidades proyectadas, pese a su nivel de demanda que se proyecta a causa de temporadas como el regreso a clases que conlleva a una regresión de la demanda y por tanto un aumento de la oferta por parte de las industrias, en este caso se decide aplicar alternativas para la captación de público, y también se reduce el nivel de cantidades demandadas.
Febrero	Las unidades proyectadas en este periodo tienen una proyección en aumento en relación al mes inmediatamente anterior como consecuencia de un aumento en la demanda, reflejado con la normalización de las actividades de comercio por parte de los meses anteriores, se analiza que se debe establecer una estrategia de oferta para aumentar la proyección en ventas.
Marzo	En este mes se observa el aumento en la proyección en ventas debido a la temporada del día de la mujer, este mes es de mucha demanda en torno a los productos, se pronostica una cantidad considerable para las ventas por tanto se debe aumentar las unidades a vender.
Abril	En esta temporada se pronostica una regresión en ventas en una cantidad de 50 unidades debido al alcance de ventas, en este periodo podemos ver la semana santa, tiempo en el cual las peregrinaciones aumentan y por tanto el nivel de potenciales clientes, se mantiene el nivel de demanda con la reducción antes mencionada.
Mayo	En este periodo se observa el nivel de ventas más alto en el año debido a la celebración por el día de la madre, se genera una alta demanda en ventas ya que los consumidores

ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA	
PERIODO	ANÁLISIS
	buscan cosas especiales para obsequiar y por tanto el producto a ofrecer debe ser promocionado con tal fin.
Junio	En este mes se genera una reducción significativa entorno a la demanda, se puede evidenciar que en este mes se celebra el día del padre pese a esto se refleja un comportamiento indiferente entorno al interés en productos alimenticios, se decide aumentar la oferta y la promoción del producto para la festividad.
Julio	En este periodo la festividad principal que se halla es el día de la independencia que se realiza todos los 20 de julio de cada año, se observa que especialmente ese día aumenta la demanda alimenticia por el turismo y diversidad de clientes en este día, se opta por aumentar la promoción por todo el mes para usar esta oportunidad para dar a conocer el producto y por tanto el aumento en ventas.
Agosto	Se pronostica para este periodo un comportamiento constante entorno al mes anterior a causa de la temporada de cometas que ayuda a la realización de una campaña de promoción para la generación de nuevos clientes.
Septiembre	En el periodo de septiembre se observa la temporada de amor y amistad que una de tantas festividades típicas en la región, entorno a la demanda se obtiene una reducción y por lo contrario un aumento en la oferta por parte del producto.
Octubre	Se halla un aumento en la demanda tomando como base el mes inmediatamente anterior a causa de la festividad del día de los niños, típica que ayuda a el aumento de la demanda y la oferta significativamente.
Noviembre	en esta temporada se observa una regresión de la demanda y un aumento de la oferta debido a que en este periodo no se encuentran celebraciones significativas en la región, se toma la postura de promocionar el producto con las estrategias de marketing
Diciembre	en este periodo se encuentran una serie de factores importantes que ayudan en el aumento de la demanda como lo es la temporada de navidad, temporada que conlleva a un aumento significativo de la demanda y oferta que por consiguiente refleja estadísticas positivas en relación a ingresos por ventas.

Fuente: Elaboración propia

Muestreo

La encuesta que ha sido diseñada para solucionar el problema de investigación ha sido enfocada a la solución de los siguientes ítems en específico:

- Edades
- Frecuencia de compra
- Sabores
- Capacidad adquisitiva

Buscando solventar las incógnitas anteriores se refiere a el procedimiento de identificación de tamaño de la muestra para poder definir cuantas encuestas se debe aplicar.

En relación con lo posterior mencionado se debió hacer el cálculo a través de ²⁷ la siguiente formula:

$$N = \frac{Z^2 * P * Q}{D^2}$$

En donde:

N= Tamaño de la población es indefinida

Z= Nivel de confianza que ente caso corresponde a u 95% de seguridad es decir 1.96

P= Proporción esperada. Se estimará un 50% es decir un 0.05

Q= Proporción de fracaso para el cálculo se estimó (1-p), es decir un 0.95

D= Precisión (estándar de error en termino de precisión) en este caso un 5% es decir un 0.05

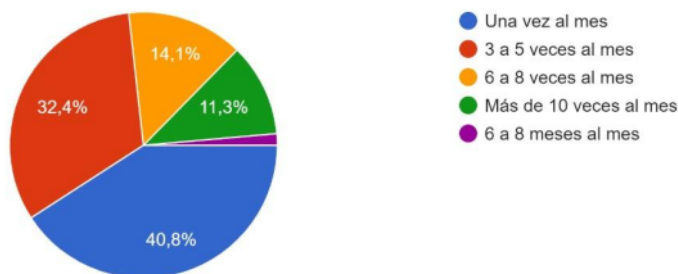
Dicho esto, se reemplazan los valores:

$$N = \frac{1,96^2 * 0,05 * (1 - 0,05)}{0,05^2} = 73$$

Una vez se aplica el instrumento de medición a los encuestados correspondientes ⁶⁵ respecto al número maestral que se deben aplicar en este caso son 73 en total. Se llevará a cabo en el barrio de la Universidad, ubicada en Bucaramanga.

¹⁴ 4.1.7 Resultados obtenidos en la encuesta y sus respectivos análisis

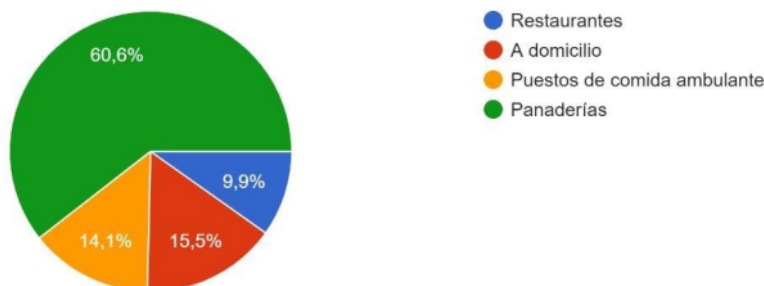
Figura 3. ¿Con que frecuencia consume muffins?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 3; el 40% de personas encuestadas consumen una vez al mes, aunque el 32.9% consume de 3 a 5 veces al mes lo que le indica a GANKYS que debe hacer estrategias para subir en nivel de consumo en el público objetivo, la posibilidad de un mercado nuevo se ve reflejado en este 32.9% mejorando las condiciones de compra entorno a sus promociones

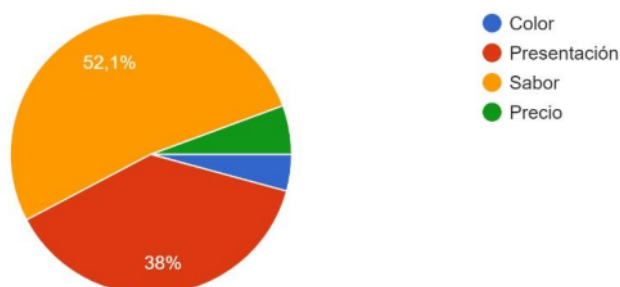
²³ Figura 4. ¿En cuál de los siguientes lugares consume muffins?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 4, el 60% de las personas encuestadas afirmaron que, en panaderías, lo cual refleja que la mejor opción de distribución de GANKYS serán las panaderías, de tal manera que se deben establecer alianzas con las mismas dando un alcance del producto aun mayor, generando así un progreso entre las partes involucradas en este caso GANKYS y sus clientes potenciales.

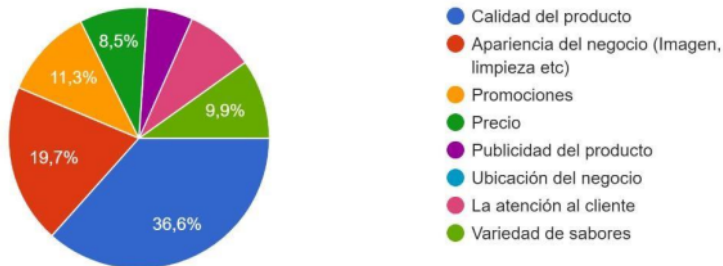
Figura 5. ¿Qué es lo que le llama la atención de un muffin?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 5, el 52.9% de las personas encuestadas afirmaron que es el sabor, así que esa será una ventaja competitiva para GANKYS ya que los sabores son únicos y deliciosos, para ello a través de las estrategias que se mencionaran más adelante se apertura el manejo de estas experiencias a través de los sabores, además de esto también encontramos con un gran porcentaje el aspecto de presentación, podemos ver que el segmento de muestra nos corrobora un alcance de la expectativa del producto por medio de su aspecto.

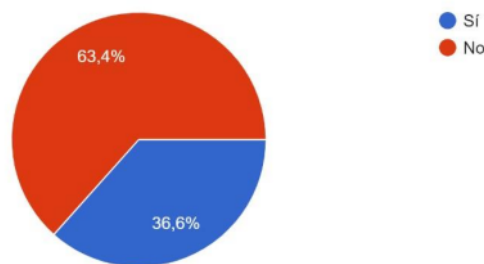
Figura 6. ⁸ ¿De las siguientes características, selecciones la más importante para usted al momento de escoger un muffin?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 6, el 36.6% de las personas encuestas aseguró que la calidad de los productos es lo más importante, por lo que GANKYS manejará unos indicadores de gestión para asegurarse de vender productos de calidad y promover el uso de las PQRS ya que con las recomendaciones de los clientes se puede llegar a un alto estándar de calidad, también a través de la estandarización de los procesos se lograra este propósito generando resultados significativos que alcancen las expectativas tanto de la empresa como del consumidor.

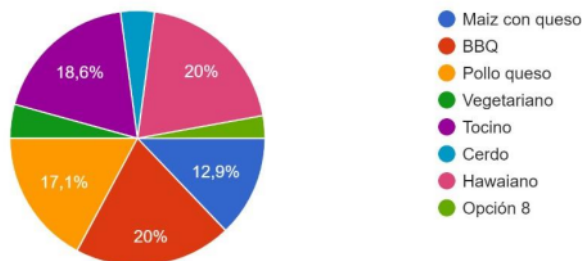
Figura 7. ¿Ha probado alguna vez un muffin de sal (pollo, carne, maíz, queso)?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 7, el 63.4% de las personas encuestadas respondieron que no, lo cual es una gran ventaja ya que se llevará al consumidor un producto innovador, esto refleja que la población no tiene conocimiento del producto con certeza generando un terreno puro que puede generar reacciones al producto, dando de cierta forma un voz a voz para la expansión del producto.

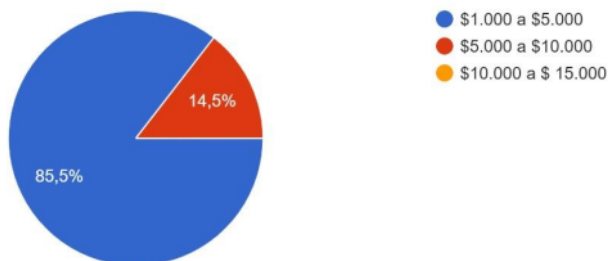
Figura 8. ¿Entre estos sabores cual prefiere para un muffin?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 8, el 40% de las personas encuestadas prefieren sabores entre BBQ y hawaiano, lo cual refleja un perfil del consumidor bastante amplio generando de esta manera una campaña de expectativa la cual apertura poco a poco el producto, también se puede ver que un 18.8% de la población encuestada conto con el sabor tocino el cual nos evidencia un porcentaje significativo de que la población meta busca sabores exóticos o no comunes en el contexto alimenticio, dando de cierta forma la idea de un consumo que busca tener diferencias.

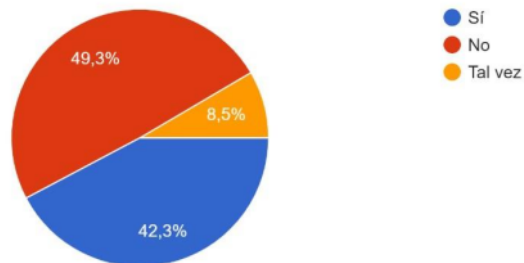
Figura 9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un muffin?



3
Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 9, el 85,5% de las personas encuestadas decidieron que pagarían menos de \$5.000 por un muffin, por lo tanto es muy satisfactorio ya que el producto no sobrepasa y se adecua a ese precio, según este estudio se alcanza un parámetro de precios que se adecua a los gustos del consumidor en relevancia al precio y de la misma forma una adecuación en los precios que según la población maestra evidencia con la respuesta en relación al precio.

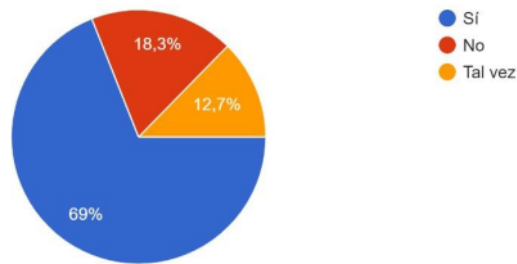
Figura 10. ¿Ha probado alguna vez alimentos comprados por medio de páginas web?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 10, el 49,3% dijo que no, con esto debemos tener un plan de aceptación hacia el producto para que los clientes tengan confianza con GANKYS y así poder adquirir los productos por medio de las páginas, también se puede notar que un 42,3% de la población muestral ha usado este medio para compras de alimentos lo cual proyecta una población dividida que posiblemente con una implantación del producto genere nuevos mercados por los cuales comercializar, de modo que la población se afiance por medio de una campaña a comprar los productos por este medio.

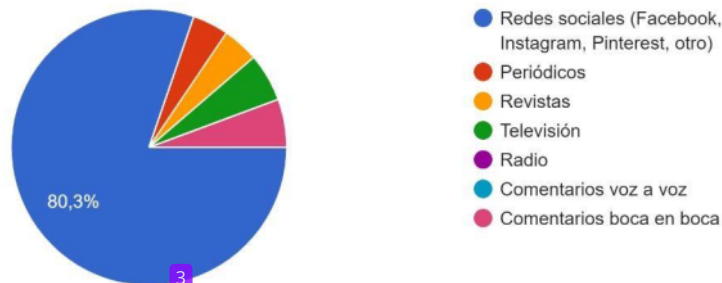
Figura 11. ¿Ha comprado productos por medios domiciliarios?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 11, el 69% de las personas encuestadas respondieron que sí habían comprado productos por domicilio, lo que significa que el producto tiene campo para su implementación por este medio, para ello se deberá hacer una alianza que colabore con la expansión del producto hacia los lugares del área metropolitana de Bucaramanga, promoviendo así el empleo y la generación de experiencias por medio del producto.

Figura 12. ¿A través de qué medio de comunicación se informa o busca usted acerca de promociones, lanzamientos de nuevos productos, publicidad?



Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 12, el 80,3% de las personas encuestadas respondieron las redes sociales, lo que evidencia un perfil de ganancia al proyecto ya que la promoción del producto va a ser un poco más sencilla garantizando la expansión de la información a todos los potenciales clientes generando de esta forma una curiosidad en el consumidor para así conocer el producto.

1.8 Pronóstico de ventas

En la siguiente tabla se presenta el pronóstico de ventas en el periodo de un año:

Tabla 3. Pronóstico de ventas

PRECIO	UNIDADES	PERIODO	TOTAL
\$ 4.000	1550	1	\$ 6.200.000
\$ 4.000	1650	2	\$ 6.600.000
\$ 4.000	1700	3	\$ 6.800.000
\$ 4.000	1650	4	\$ 6.600.000
\$ 4.000	2400	5	\$ 9.600.000
\$ 4.000	1750	6	\$ 7.000.000
\$ 4.000	1800	7	\$ 7.200.000
\$ 4.000	1800	8	\$ 7.200.000
\$ 4.000	1700	9	\$ 6.800.000
\$ 4.000	1850	10	\$ 7.400.000
\$ 4.000	1400	11	\$ 5.600.000
\$ 4.000	2000	12	\$ 8.000.000
			\$ 85.000.000

Fuente: Elaboración propia.

GANKYS tendrá un flujo de ventas en un promedio de 2400 a 1400 unidades vendidas al mes, al año se venderán 21250 unidades. El mes de marzo las ventas incrementan 1700 unidades puesto que es un mes de festividad ya que se celebra el día de la mujer, en el mes de mayo es un mes de festividad orientado a las madres por este motivo las

ventas incrementan a 2400 unidades y ⁵⁹ en el mes de diciembre que se celebra la Navidad y año nuevo suben las ventas a 2000 unidades.

En ese orden de ideas se identifica un gran incremento en las ventas en los meses cuyos tienen una festividad y para GANKYS es muy importante celebrar cada momento de una manera grata con sus clientes.

4.1.9 Estrategias de mercadeo a implementar

Para esta fase del estudio de mercados la idea de negocio GANKYS diseñara una serie de estrategias direccionadas a su mercado potencial en este ¹⁸ so el área metropolitana de Bucaramanga por esto a continuación se presentarán las estrategias de precio, producto, plaza y promoción:

- Campaña de apertura y concientización del producto a través de promociones enfocadas a una paga dos y lleva tres.
- La distribución será directa con el cliente y una distribución intensiva buscando abarcar una gran parte de Bucaramanga y su área metropolitana, por medio de alianzas estratégicas.
- Constante movimiento en las redes sociales con el fin de dar a conocer los productos y atraer nuevos clientes.
- Implementar una base de datos con el fin de efectuar descuentos a los clientes fieles en el día de su cumpleaños.

¹⁶

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Descripción del estudio

La importancia de realizar un estudio técnico aplicado a una empresa, es velar por la implementación de una serie de factores, que ayudarán en la creación de un modelo interno y externo, en base a una inversión que retornara a futuro generando utilidad, de la misma manera se ve reflejada en el ejercicio total de la planeación locativa, que este conlleva y aún más en el ámbito económico; tomando varios factores como el diseño del producto, logística de la maquinaria e implementos para su ejecución, se lograra el objetivo primordial que el proyecto visualiza.

A su vez, ayudará a la optimización de los recursos internos generando una estandarización en los procesos operativos, que la razón social de la empresa transmite.

²⁶ 2.2 Alcance del estudio

El presente estudio tiene como finalidad dar a conocer una serie de factores que están transmitidos en una inversión base del proyecto entorno a la maquinaria, logística, diseño, planeación y el tiempo de producción desde su ingreso como materia prima hasta lograr llegar al consumidor final.

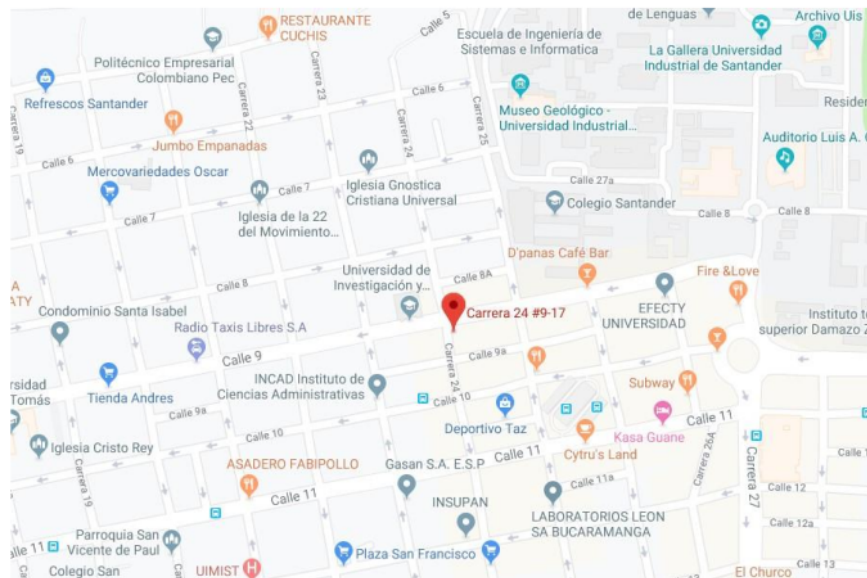
Para la elaboración de este, se tiene que conocer los diferentes elementos que ayudara al producto o servicio convertirse en el producto final. Para eso, se tiene que conocer en donde estará situada la empresa; conocer cómo será su infraestructura física, las ventajas y desventajas que conlleva localizar la empresa en dicho sector, **tener en cuenta el POT (Plan de Ordenamiento Territorial)** para saber si está legalmente permitido situar la empresa y allí, entre otros. Otro elemento que se tiene que conocer son el tipo de maquinaria que ayudará lograr ese producto final, en el caso de GANKYS, serían los utensilios como el horno, batidora, etc.

4.2.3 Lugar de desarrollo del proyecto

Localización. Según investigaciones basadas en el POT se encontró que en el área locativa que se busca implementar el plan de negocio (barrio la universidad) según esto es una zona residencial y comercial.

Disponibilidad de local. El local estará ubicado en el sector de la universidad, en la dirección, Cra. 24 # 9-17, Bucaramanga, Santander. El cual constara con un baño, piso en baldosa, ventilación natural, un área de 51.00 m².

Figura 13. Ubicación del local, barrio la Universidad



Fuente: Google Maps, ubicación del local.

4.2.4 Costos del local

El local tendrá un costo de \$727.000 de arriendo mensual, se acordó con el propietario del inmueble en establecer un medio de pago mensual en los primeros 5 días de cada mes, acordando las sociedades legales ante una notaría el contrato de arrendamiento el cual consta con dos testigos por parte del arrendatario y dos testigos en la parte interesada por el inmueble en este caso GANKYS.

4.2.5 Cronograma de actividades

El cronograma de actividades de GANKYS consta de seis meses en los que se integrará las actividades previas al inicio de las operaciones de la empresa. A continuación, se presentará el orden cronológico de cada una de las actividades a realizar con su respectivo tiempo.

Actividad (Semanal)	Fase 1				Fase 2					Fase 3				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Realización de estudios de entorno (pre- factibilidad)	■	■	■											
Generación y diseño de estudios de factibilidad (técnico, administrativo, marketing, financiero)				■	■	■	■	■						
Revisión y correcciones de trabajo de factibilidad									■	■				
Entrega del documento Final para evaluación											■	■		
Sustentación del trabajo de grado													■	■

La forma cómo se logrará:

Incentivando la innovación en cada uno de los sabores diferenciadores con un estándar de calidad que nos va a permitir integrar más a los clientes, conseguir futuros clientes potenciales y de igual manera ayudar cada vez más a la expansión de la empresa GANKYS.

Cada producto que sale de las manos de GANKYS es un producto hecho 100% con amor, libre de conservantes y grasas trans perjudiciales para la salud, con el que se quiere abarcar gran población de Bucaramanga y su área metropolitana. De igual manera, estar presente en la alimentación de los santandereanos.

Con qué se cuenta para desarrollar el proyecto:

El modo de financiamiento del proyecto estará ligado con un capital personal (inversionistas) y externos (entidades financieras) con el fin de aportar en el desarrollo del proyecto generando una amortización a largo plazo por parte de GANKYS en el cual

ayudará a la expansión del proyecto en otros espacios generando más oportunidades de trabajo para todos los bumangueses y sus alrededores.

4.2.6 Términos bajos los cuales será ubicado el negocio

Aceptación social

El Barrio La Universidad es la comuna número 3 de la ciudad de Bucaramanga, es un barrio con un gran flujo de Universitarios, cuenta con muchas vías de fácil acceso que permitirán a las personas trasladarse fácilmente, adicional a esto, cuenta con diferentes medios de rutas de transporte público uno de esos el Metro línea. Está alrededor de diferentes universidades como son: el SENA, UIS, UDI, UTS, colegios como Instituto Tecnológico Dámaso Zapata, entre otros. Existe un gran flujo de personas en esa comunidad, por estar situada en un lugar donde hay gran parte de población estudiantil y de igual manera gente hogareña.

Acceso a información

La idea de negocio contará con diferentes páginas web en donde se estará dando a conocer el producto y de igual manera, se estará posteando continuamente los productos que la empresa ofrece, descuentos, innovaciones, sabores nuevos, e incluso se contará con una página que tendrá uso exclusivo para las PQRS (Peticiónes, Quejas, Reclamos y Sugerencias). Lo que GANKYS quiere es estar cada vez más cerca de sus clientes; para eso, las páginas web como Instagram, Facebook, Pinterest (entre otras) se estará Publicando encuestas y preguntas de lo que los clientes nuevos y permanentes quieren ver en la tienda, pudiendo así tener un contacto más presencial con todos los clientes de la empresa.

Aspectos legales (Ver anexo)

Dentro del presente se establece la normatividad legal vigente bajo la cual la empresa establece las relaciones político, económico, ambiental y social que comparte con todas las partes interesadas, dentro de las mismas se puede resaltar la norma para la manipulación de alimentos, las certificaciones correspondientes dadas por Invima para la fabricación y comercialización de alimentos y la regulación ante Superintendencia de Industria y Comercio.

4.2.7 Sector por analizar

Bucaramanga. Barrio la Universidad. Población de diferentes sociedades en el cual se desempeña una constante en crecimiento del consumo de productos de comidas rápidas y repostería basadas en la tendencia de las redes sociales y las nuevas modas que la sociedad ha inculcado en estos tiempos.

Características de comportamiento:

Consumo de alimentos de repostería rápidas

Costumbres de alimentación tradicionales

Competencia saturada

Características psico-gráficas:

Población de estratos sociales medios
Tiempos en los estudiantes reducidos
Fieles a las tendencias del mercado

Características demográficas:

La edad en esta población es entre los 16 y 30 años (universitarios)
El género de esta población es indiferente ya que tanto hombres como mujeres pueden adquirir este producto.

Características geográficas:

Segmento de mercado basado en el principal factor analizado en este caso la población universitaria por ello se escoge el sector de más concurrencia de esta población barrio "la universidad" ubicado en el nororiente bumangués.

Figura 14. Local ubicación de la empresa.



Fuente: Google Maps, local ubicado en el barrio la universidad.

4.2.8 Análisis de infraestructura

42

Entorno a los recursos, GANKYS ha estandarizado los recursos necesarios para el posible funcionamiento de las actividades tanto productivas como administrativas y de ventas que tienen funcionalidad al crecimiento de la idea por ello se ha querido subdividir en los siguientes recursos:

Maquinaria.
Utensilios para preparación.
Equipos de oficina.
Bienes inmuebles.

4.2.9 Ficha técnica del producto

Maquinaria. La maquinaria requerida en la producción de los muffins de sal que anteriormente se han planteado son: horno industrial, nevera, estufa industrial, entre otros, (Ver anexo)

Utensilios para preparación. Los utensilios requeridos en la producción de los muffins de sal que anteriormente se han planteado los cuales en gran medida se establecen bajo moldería para muffins, tablas de picado, sartenes, set de cuchillos entre otros (Ver anexo)

Equipos de oficina. Los equipos de oficina requeridos en el área administrativa y de ventas como lo son las cajas registradoras, computador, registro de factura entre otros (Ver anexo)

Bienes inmuebles. Los bienes inmuebles requeridos para la venta de los muffins entorno al espacio de atención son: mesas, sillas, set de letreros y señalización (Ver anexo)

Elementos de protección individual. Dentro de los elementos de protección individual se pueden resaltar las botas antideslizantes, cofia, tapabocas, guantes entre otros (Ver anexo)

Transporte. En el análisis del proceso logístico para la distribución de los productos se requiere un Staff para el envío de los productos que los clientes requieran. La única condición del envío es que el mismo cliente costea el traslado del producto.

4.2.10 Distribución de planta

Infraestructura. En esta etapa del estudio se busca optimizar de la mejor manera las áreas disponibles para la fabricación, atención y almacenamiento de todas las actividades relacionadas con el fin del negocio (producción y comercialización de muffins de sal).

Con relación a lo anterior dicho se ha querido subdividir las áreas locativas con las cuales dispone la empresa las cuales son:

Infraestructura física. En esta área se ha querido fabricar el diseño metodológico con el cual el proyecto encontraría en inicios, en otra palabra el local como se quiere que se encuentre, para ello se ha diseñado el plano que se ve a continuación velando por encontrar el espacio óptimo para su implementación.

Figura 15. Distribución de planta



³ Fuente: Autores del presente estudio.

Según la figura 16, se busca un establecimiento que tenga la capacidad de dos áreas principales: el área de ventas y el área de cocina, principalmente el proyecto comienza buscando un espacio que tenga básicamente estas cualidades contando también con los servicios públicos necesarios para la ejecución del plan.

Infraestructura de planta. En relación con la figura 22 este proyecto direccionará la optimización del espacio de la siguiente manera tomando en cuenta los siguientes estándares de gestión:

- Reducción de tiempos de espera.
- Implementación de un proceso de estandarización productivo.
- Fortalecimiento entorno a la reducción de riesgos de producción.
- Atención eficaz.

En base a la información anterior se ha diseñado el siguiente plano el cual busca de una u otra manera cubrir total o parcialmente estas problemáticas planteadas:

Figura 16. Infraestructura de planta



Fuente: Autores del presente estudio.

Tabla 4. Tiempos de preparación y cocción Muffins

PREPARACIÓN	TIEMPO UNIDAD	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Precalear el horno a 180°. Engrasar 10 bandejas de cupcakes x 24 unidades con capacillos de papel.	10 min	Horno	1
Mezclar los huevos con especias en un tazón y dejarlos reposar.	5 min	cocinero	1

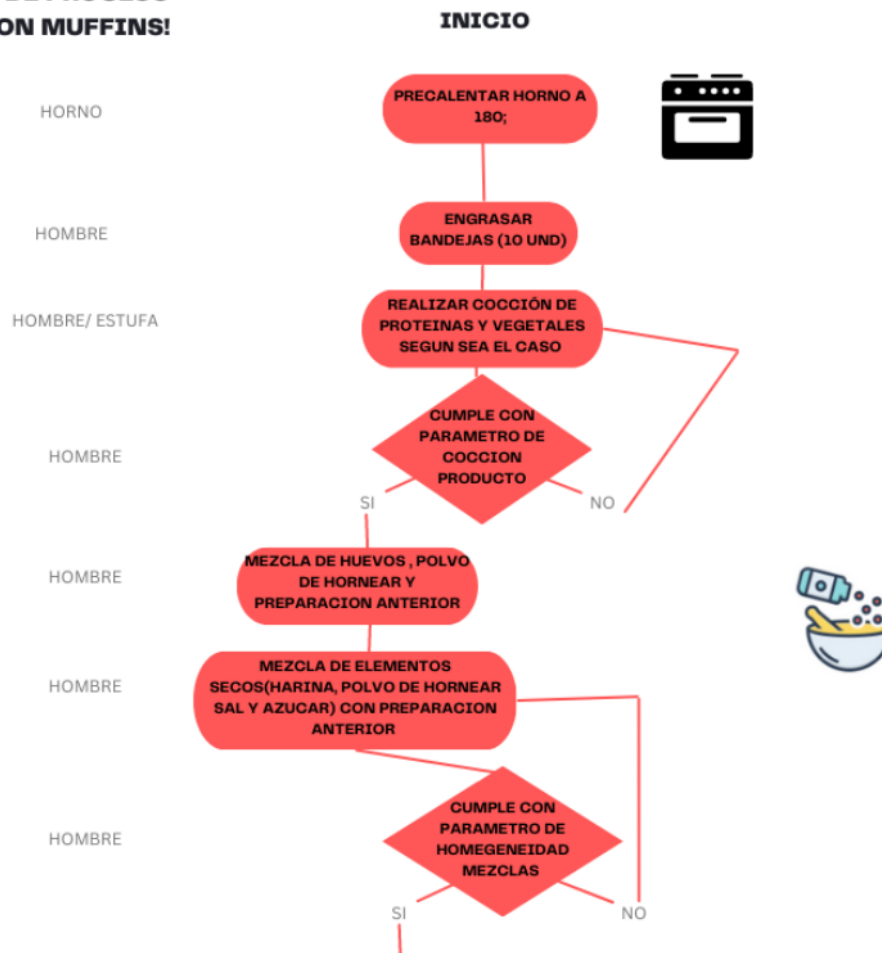
PREPARACIÓN	TIEMPO UNIDAD	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Cocinar la proteína (con sus complementos) que el cliente haya escogido.	30 min	Cocinero	1
Agregar en el tazón de los huevos la proteína y mezclar muy bien.	6 min	Cocinero	1
Añadir el toque final a la masa (ya sea crema de leche, leche, queso, entre otras) y mezclar muy bien hasta conseguir una masa consistente.	5 min	Cocinero	1
Vertir la masa en la bandeja, llenándolos hasta tres cuartas partes de su capacidad. Hornea hasta que se sientan esponjosos.	30 min	Cocinero	1
Luego, retirarlo del horno y dejarlo enfriar aproximadamente por 10 minutos.	11 min	Cocinero	1
Decora.	15 min	Cocinero	1
TIEMPO TOTAL DE PREPARACIÓN	01:52 min		

Tabla 5. Tiempos de preparación y cocción Bebidas

PREPARACIÓN	TIEMPO UNIDAD	MANO DE OBRA	CANTIDAD
Echar la fruta congelada en el tazón de la licuadora	2 min	Cocinero	1
Aplicar el líquido según receta en prescripción	3 min	Cocinero	1
Aplicar azúcar o demás endulzantes según la ficha técnica	3 min	Cocinero	1
Licuar los ingredientes	5 min	Cocinero	1
Servir en vaso de vidrio y decorarlo según lo elegido por el cliente	5min	Cocinero	1
TIEMPO TOTAL DE PREPARACIÓN	18 min		

Figura 17. Diagrama proceso elaboración Muffins

**¡DIAGRAMA DE PROCESO
ELABORACION MUFFINS!**



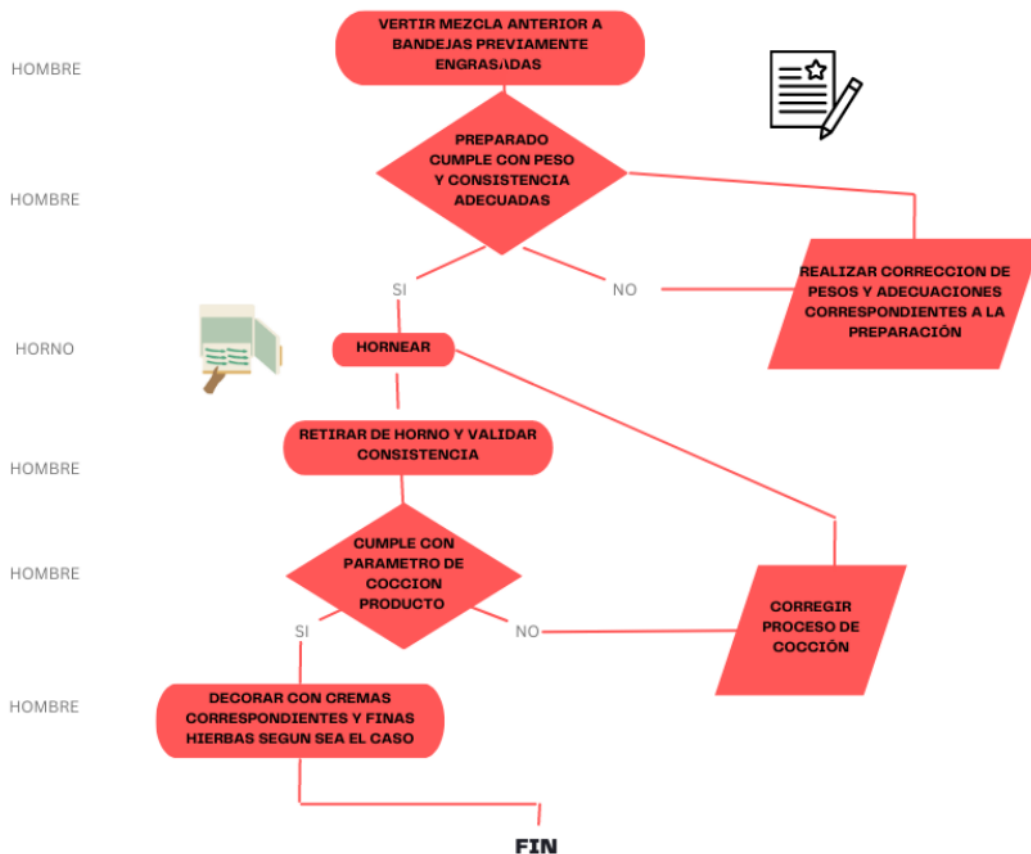


Tabla 6. Costos de ingredientes para cupcakes y bebidas

INGREDIENTES	COSTO POR MAYORISTA (gr o ml)	COSTO POR GR
Aceite vegetal	2790 pesos por 500 ml	ml por 5.58.
Agua	2550 pesos por 6000 ml	ml por 0.43.
Azúcar	2790 pesos por 1000 gr	gr por 2.79.
Brócoli	4389 pesos por 500 gr	gr por 8.78.
Carne	7200 pesos por 500 gr	gr por 14.4
Cebolla cabezona	526 por 500 gr	gr por 1.1.
Cervezas coronas	3000 pesos unidad.	3000 pesos unidad.
Chamoy	14000 pesos por 50 onzas.	1 onza por 240 pesos.
Comino	2350 pesos por 55 gr	gr por 42.73.
Diente de ajo	50 pesos unidad.	50 pesos unidad.
Fresas	4000 pesos por 500 gr	gr por 8.
Harina de trigo	2200 pesos por 1000 gr	gr por 2.2.

INGREDIENTES	COSTO POR MAYORISTA (gr o ml)	COSTO POR GR
Hielo	1000 pesos	1000 pesos
Hierba buena	1000 por 500 gr	Gr por 2
Hojas de mentas	1000 por 12 unidades	83.33 pesos unidad.
Huevo	10800 cartón de 30 huevos.	360 pesos unidad.
Leche de soya	18000 pesos por 750 gr	gr por 24.
Limonas	150 pesos unidad	150 pesos unidad
Lulo	2690 pesos por 500 gr	gr por 5.38.
Maracuyá	3179 pesos por 500 gr	gr por 6.36.
Mango	2574 pesos por 500 gr	gr por 5.15.
Mantequilla	1.523 pesos por 125gr	gr por 15.18.
Manzana roja	6000 pesos por 6 unidades,	unidad por 1000.
Mora	2000 pesos por 500 gr.	Gr por 4.
Mostaza	1350 pesos por 200 gr	gr por 6.75.
Pechuga	7200 pesos por 1000 gr	gr por 7.2.
Pimentón	2500 pesos por 1000 gr	gr por 2.5.
Polvo para hornear	3390 pesos por 80 gr	gr por 42.
Queso parmesano	6000 pesos por 1000 gr	gr por 12.
Sal	590 pesos por 500 gr	gr por 1.18.
Salsa BBQ	7990 pesos por 350 gr	gr por 22.83.
Vitoria (Calabaza)	1.235 pesos por 1260 gr	gr por 0.98.
Zanahoria	780 pesos por 300 gr	gr por 2.6.

Fuente: Elaboración propia

17

Ficha técnica del producto

A continuación, se presentarán todos los elementos necesarios para la fabricación de cada uno de los tipos de muffins que se buscan ofrecer, dentro del mismo se puede observar la cantidad calorífica y nutricional de cada producto elaborado, es de resaltar que estos elementos fueron tomados bajo un porcentaje de referencia de registros invima vigentes (Ver anexo)

75

Cálculo de la capacidad de producción. En el siguiente se presenta a detalle el cálculo de la capacidad de producción para cada una de las variables que se generan al producir el producto.

60

Tabla 7. Factores a considerar

FACTORES A CONSIDERAR	
TIEMPO DE COCCION	115 min
HORAS EN EL DIA	8 horas
EFICIENCIA DE LA LINEA	70%
DIAS LABORALES AL AÑO	240 días

Fuente: Elaboración propia

Cálculo de la capacidad teórica. Definición de las piezas a producir por hora: teniendo en cuenta que en 1 hora 55 min se requiere para elaborar 10 bandejas x 24 unidades se define lo siguiente: sería un total de 120 piezas por hora o lo equivalente a 240 piezas por dos horas de trabajo

Pieza a producir por día: se toma de referencia que se laboran 8 horas diarias al multiplicar por la cantidad de piezas a producir por hora (120), da como resultado 960 unidades día

Piezas a producir por año: en relación al valor a producir por año se toma como referencia que se producen 960 unidades/ día se multiplican por el valor de días laborales en el año que sería 250 días, para un total de 240,000 piezas al año (CAPACIDAD TEORICA)

Cálculo de la capacidad real: tomando como referencia la eficiencia de la línea (la anterior descartando averías o errores en el procesamiento) 240,000 por 0,70, para un total de 168000 piezas al año (capacidad real)

6

4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.3.1 Descripción del estudio

Para proporcionar un catálogo ²⁶ herramientas, maquinaria y equipos que faciliten el desarrollo efectivo del proyecto se realiza el presente estudio, con el propósito de cumplir a cabalidad con los condiciones del proyecto entorno al desarrollo efectivo de las actividades productivas que este conlleva intrínsecamente, este mismo de cierta forma da un perfil de costos o inversión en el proyecto que va con el contexto del mismo, dando de esta manera los recursos necesarios y la inversión en cuanto a costos que se proyecta a corto, mediano y largo plazo.

69

4.3.2 Alcance del estudio

En el presente estudio se debe tener en cuenta el desarrollo de una estructura organizacional, la cual nos permitirá establecer las directrices de la organización partiendo de la misión, visión y valores ²⁰ definidos, donde se desea mantener un proceso de mejora y actualización de los servicios con el fin de satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes, se busca brindar un servicio con todos los estándares de calidad y que haya un buen clima organizacional dentro de la compañía ya que es importante que los empleados estén satisfechos y se refleje en la atención de los clientes que son lo más importante para a organización.

4.3.3 Misión

GANKYS busca convertirse en una tendencia regional entorno a sus productos gastronómicos llegando poco a poco a la aceptación en el mercado

4.3.4 Visión

En el año 2025 GANKYS será reconocida a nivel regional por sus productos de calidad e innovadores logrando así su posicionamiento en el mercado.

4.3.5 Política de calidad

El equipo de trabajo estará comprometido con la satisfacción de los clientes, es por eso, que estará dispuesto a ofrecer el mejor servicio para ello, garantizando que los clientes siempre se lleven la mejor experiencia, para lograr esto las prioridades son:

Satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes en materia prima, atención, preparación y sabor.

Escuchar a los clientes y poder conocer la satisfacción de cada uno logrando el mejoramiento continuo de la organización.

Se establecerá un sistema de garantías con los **proveedores de la materia prima, para verificar la calidad de cada una de ellas, su fecha de vencimiento y registro de Invima**

4.3.6 Plan estratégico

A continuación, se presentan los valores institucionales que GANKYS como empresa proyecta en la misma, garantizando de esta manera la realización de las actividades tanto operativas como administrativas que este conlleve.

- Responsabilidad
- Tolerancia
- Puntualidad
- Honestidad
- Igualdad
- Compromiso

4.3.7 Organigrama

En la siguiente grafica podemos observar la estructura organizacional de la empresa GANKYS la cual de como propósito un orden jerárquico tanto de la empresa como de sus funciones, de esta manera se organizan los rangos de dirección para la ejecución de las actividades.

Figura 18. Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

4.3.8 Nómina

Entorno a los perfiles que anteriormente se mencionaron se muestra a continuación ⁵² valores en tanto a costos de producción, administración y ventas, de talento humano que se requiere para la ejecución del proyecto dando énfasis en los siguientes términos económicos y legales que se establecen en el orden nacional, se toma la postura de cobrar al acreedor la siguiente nómina:

Tabla 8. Nómina administrativa

Nombre del cargo	Sueldo base	Días trabajados	Basico	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Total deducciones	Neto a pagar
Administrador	\$ 1.160.000	30	\$ 1.160.000	\$ 97.032	\$ 1.257.032	\$ 46.400	\$ 46.400	\$ 92.800	\$ 1.164.232
			\$ 1.160.000	\$ 97.032	\$ 1.257.032	\$ 46.400	\$ 46.400	\$ 92.800	\$ 1.164.232

Fuente: Autores del presente estudio.

Tabla 9. Nómina de producción

Nombre del cargo	Sueldo base	Días trabajados	Basico	horas extras	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Total deducciones	Neto a pagar
Asistente de cocina	\$ 1.160.000	30	\$ 1.160.000		\$ 97.032	\$ 1.257.032	\$ 46.400	\$ 46.400	\$ 92.800	\$ 1.164.232
			\$ 1.160.000		\$ 97.032	\$ 1.257.032	\$ 46.400	\$ 46.400	\$ 92.800	\$ 1.164.232

Fuente: Autores del presente estudio.

Tabla 10. Nómina de ventas

Nombre del cargo	Sueldo base	Días trabajados	Basico	horas extras	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Total deducciones	Neto a pagar
verdedor	\$ 1.160.000	30	\$ 1.160.000		\$ 97.032	\$ 1.257.032	\$ 46.400	\$ 46.400	\$ 92.800	\$ 1.164.232
			\$ 1.160.000		\$ 97.032	\$ 1.257.032	\$ 46.400	\$ 46.400	\$ 92.800	\$ 1.164.232

Fuente: Autores del presente estudio.

Según las tablas anteriores se pueden ver los gastos en personal y la liquidación de deducciones de parte del empleado con un total de neto a pagar de pesos, ahora bien, a continuación, se presentarán los aportes de parte del empleador entorno a las prestaciones de ley vigentes:

Tabla 11. Aportes parafiscales nomina administrativa.

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropriaciones	Valor
Salud		Cesantia	\$ 96.628
Riesgos Profesionales	\$ 6.055	Int. S/Cesantia	\$ 11.595
Fondo de Pensiones	\$ 139.200	Prima de Servicios	\$ 96.628
Caja de compensacion	\$ 46.400	Vacaciones	\$ 47.792
Subtotal	\$ 191.655	Subtotal	\$ 252.643

Fuente: Autores del presente estudio.

Tabla 12. Aportes parafiscales nomina producción

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropriaciones	Valor
Salud		Cesantia	\$ 96.628
Riesgos Profesionales	\$ 6.055	Int. S/Cesantia	\$ 11.595
Fondo de Pensiones	\$ 139.200	Prima de Servicios	\$ 96.628
Caja de compensacion	\$ 46.400	Vacaciones	\$ 47.792
Subtotal	\$ 191.655	Subtotal	\$ 252.643

Fuente: Autores del presente estudio.

Tabla 13. Aportes parafiscales nomina ventas

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropriaciones	Valor
Salud		Cesantia	\$ 96.628
Riesgos Profesionales	\$ 6.055	Int. S/Cesantia	\$ 11.595
Fondo de Pensiones	\$ 139.200	Prima de Servicios	\$ 96.628
Caja de compensacion	\$ 46.400	Vacaciones	\$ 47.792
Subtotal	\$ 191.655	Subtotal	\$ 252.643

Fuente: Autores del presente estudio.

Los valores obtenidos en la ejecución de los gastos del empleador fueron con un costo total en aportes parafiscales de \$ 574,995 pesos y las provisiones y apropiaciones fueron de \$ 757,929 pesos.

En síntesis, el gasto total entre nómina de los trabajadores fue de \$ 5,103,991 pesos en un lapso de trabajo de 30 días (un mes).

1.3.9 Manual de funciones

A continuación, se puede visualizar el manual de funciones del proyecto el cual tiene como propósito principal dar una serie de lineamientos y parámetros entorno a las condiciones de contratación y el perfil tanto del aspirante como de sus funciones operativas, administrativas y de ventas que contiene consigo el cargo. (Ver anexo)

2

4.3.10 Manual de procedimientos

El presente manual de procedimientos busca establecer un parámetro para la ejecución de las actividades operativas que deriven de cada función dando en si una serie de pasos a seguir y también una dirección de control para cada uno de los cargos aquí presentes. (Ver anexo)

2

4.3.11 Reglamento interno de trabajo

El reglamento interno de trabajo juega un papel muy importante en las empresas en la actualidad, formando en su gran mayoría el paso a seguir para la industria a la hora de administrar y dar el manejo correcto y buen funcionamiento del engranaje principal de todas las instituciones tal es el talento humano, que con su fuerza y desempeño hace llegar a la industria a las metas esperadas, dentro del mismo Anexo se logra identificar cada perfil profesional y el conducto regular para generar respuesta a los colaboradores (Ver anexo)

63

4.4 ESTUDIO AMBIENTAL

4.4.1 Descripción del estudio

El presente estudio tiene como propósito hacer un análisis estructural de todo el impacto y efecto que la idea de negocio GANKYS tiene entorno al medio ambiente y la sociedad, con el mismo se busca estudiar todos los fenómenos ambientales que su actividad productiva ejerza en su medio, buscando una solución a su problemática y garantizando el debido seguimiento a la normativa legal colombiana que se fundamentará en el transcurso del estudio.

4.4.2 Alcance del estudio

Para evaluar el impacto ambiental en el entorno en el que se realizarán las actividades operativas se toma en cuenta una matriz de identificación de impactos que ayude en el análisis y en la mitigación del mismo promoviendo así soluciones efectivas que ayuden a la sociedad y al medio ambiente.

4.4.3 Acciones preliminares

GANKYS tiene una serie de características medio ambientales que afectan de cierta forma el desarrollo del medio ambiente, dando a conocer este punto se procede a mencionarlos para buscar una solución para mitigarlo.

Residuos orgánicos
Residuos plásticos
Residuos de embalaje de materia prima
Uso constante del agua
Polución en el aire (horneado)
Uso constante de la luz
Cajas de cartón

4.4.4 Plan de mitigación

En el ejercicio de efectuar un buen plan de mitigación, GANKYS ha querido fundamentar sus estrategias en los cuatro principales grupos que componen una serie de elementos que afectan el ecosistema natural, velando por ello se crearon las siguientes pautas:
Residuo orgánico, plástico y cartón

□ Para darle un buen manejo a los residuos se separarán los residuos orgánicos, plásticos y cartón en diferentes maneras buscando dar utilidad a este material de la siguiente manera:

Plástico y cartón: Se llevará a una bodega de reciclaje dónde se utilizará el material, garantizando la debida utilización de estos materiales por medio de un proveedor confiable.

Orgánicos: Se hará un compostaje y abono que será donado a “la siembratón de Santander” que se realizará anualmente por la entidad cooperativa **corporación autónoma regional para la defensa de la meseta de Bucaramanga**, este compostaje anteriormente mencionado tiene utilidades por los nutrientes que aporta a las plantas.

Residuo plástico de embalaje: Se reemplazará los plásticos comunes a un plástico biodegradable compuesto por biopolímeros que tienen como fin desintegrarse en una vida útil menor al promedio que tienen los polímeros corrientes.

El proveedor de este material es la empresa chilena ECOBIO que se encarga de fabricar estos recursos.

Uso del agua: Se reutilizará el agua donde lavaremos los recipientes usados **en el proceso de preparación de los alimentos** y esta será útil en el lavado de pisos, esta agua será filtrada para darle un buen uso en la empresa, se busca que con este plan se mitigue el uso del recurso natural más importante en el mundo y que poco a poco acaba.

Tabla 14. Uso de luz.

ESCALA DE IMPACTO AMBIENTAL						
-3	-2	-1	0	1	2	3
Negativamente alto	Negativamente medio	Negativamente bajo	Equilibrio	Positivamente bajo	Positivamente medio	Positivamente alto

Fuente: Autores del presente estudio.

Para mitigar el gasto de luz se comprarán bombillos ahorradores como propósito final de ayudar al medio ambiente, de esta forma bajar los voltios utilizados en los bombillos tradicionales, mejorando la sostenibilidad de la empresa con el medio ambiente.

Tabla 15. Matriz de impacto ambiental

MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL						
AREA	PROCESO	ASPECTO AMBIENTAL	DESCRIPCIÓN DEL ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	RECURSO AFECTADO	ESCALA DE IMPACTO
Administrativa, producción y ventas	Uso de energía (luz) para actividades comerciales	Consumo de energía eléctrica	Aparatos electrónicos en constante uso todo el día	Agotamiento de recursos naturales	Medio ambiente	-1
Producción	Lavado de implementos y alimentos en la cocina	Generación de aguas residuales	Uso de agua para la elaboración del producto	Contaminación del agua	Agua	-1
Producción	Preparación de los alimentos	Generación de residuos	Residuos generados al momento de terminar el producto	Contaminación del suelo	Suelo	-1
Venta	Posventa del producto	Generación de residuos	Consumo de carton y papel para el embalaje de los productos	Contaminación del suelo	Suelo	-1
Administrativa, producción, ventas	Lavado del establecimiento	Generación de aguas residuales	Uso de agua para la limpieza de la organización	Contaminación del agua	Agua	-1

Fuente: Elaboración propia.

4.5 ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1 Descripción del estudio

La generación de resultados de todo proyecto va ligado a los resultados tanto sociales como económicos, allí nace el fundamento de aplicar un estudio financiero que sea capaz de evaluar los resultados tangibles e intangibles de un proyecto, generando críticas y posturas que van enfocadas a su mejora, el efectivo desempeño del mismo se refleja en la viabilidad de su estado de resultado como su criterio evaluativo en un solo contexto ejecutivo.

La promoción del estudio financiero se refleja en síntesis en la cuenta física y abstracta que contienen las utilidades y amortizaciones de la misma inversión que se ejerce en el proceso dando como respuesta el desarrollo total de todas y cada una de las partes en relación.

4.5.2 Alcance del estudio

La finalidad de este estudio se refleja en la evaluación total de la inversión y retorno que el proyecto resultante por un estudio intensivo en todos los ámbitos administrativos, legales y demás, generando beneficios tanto en la sociedad como internamente, este es evaluado por medios de dirección contable que efectúen la certificación de la información reflejada en el presente documento, dando con veracidad el alcance y una respuesta a la demanda del mismo estudio, en la generación de la misma se debe establecer un parámetro o indicador que ayude a la viabilidad de los logros proyectados en el estudio siendo fieles testigos de la realización del mismo.

71

4.5.3 Planteamiento de criterios de evaluación

Los criterios de evaluación del proyecto son vitales en la ejecución de este, ya que ellos evalúan la ejecución del mismo dando una serie de parámetros para conocer la viabilidad, para la ejecución del mismo se decide en usar el método TIR (tasa interna de retorno), la cual da respuesta a esta necesidad por parte de los inversionistas y de los promotores del proyecto.

Se ha tomado un porcentaje de tasa de interés de un 10%, este es el porcentaje que el inversionista establece para evaluar la oportunidad entorno a las ganancias del proyecto.

54

En el ítem de flujos de caja se da este análisis entorno a la comparación de este porcentaje y la respuesta de la tasa interna de oportunidad, es decir los resultados que arroja el proyecto.

4.5.4 Análisis de costos de inversión

Tabla 16. Costos de inversión

CONCEPTO	PRECIO	CANTIDAD	NETO	UTILIDAD (AÑOS)	DEPRECIACION ANUAL
Horno industrial	\$ 700.000	1	\$ 700.000	6	\$ 116.667
Nevera	\$ 2.247.900	1	\$ 2.247.900	6	\$ 374.650
Estufa industrial	\$ 730.000	1	\$ 730.000	5	\$ 146.000
Batidora	\$ 69.000	1	\$ 69.000	3	\$ 23.000
Gramera	\$ 40.000	1	\$ 40.000	5	\$ 8.000
Moldearía para cupcakes	\$ 20.500	3	\$ 61.500	7	\$ 8.786
Rodillo	\$ 10.000	1	\$ 10.000	7	\$ 1.429
Tabla de picado	\$ 10.000	1	\$ 10.000	5	\$ 2.000
Sartén	\$ 50.000	2	\$ 100.000	7	\$ 14.286
Set de Cuchillos	\$ 45.000	1	\$ 45.000	5	\$ 9.000
Cucharas unidad	\$ 600	5	\$ 3.000	7	\$ 429
Kit de boquilla pastelera	\$ 5.900	1	\$ 5.900	7	\$ 843
Letrero	\$ 200.000	1	\$ 200.000	5	\$ 40.000
Delantal	\$ 12.000	2	\$ 24.000	2	\$ 12.000
Guantes para hornear	\$ 20.000	2	\$ 40.000	3	\$ 13.333
Extintor	\$ 35.000	1	\$ 35.000	1	\$ 35.000
Botiquín	\$ 15.000	1	\$ 15.000	1	\$ 15.000
Avisos Señalización	\$ 2.000	3	\$ 6.000	7	\$ 857
Balde	\$ 5.000	1	\$ 5.000	7	\$ 714
Bombillos	\$ 8.000	3	\$ 24.000	1	\$ 24.000
TOTAL	\$ 4.225.961,00		\$ 4.371.300		\$ 845.993

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se logra identificar la maquinaria, utensilios y demás recursos necesarios para el desarrollo del proyecto, para un total de recursos económicos de 4.371.300, dicho recurso tomando en cuenta un valor variable de depreciación anual se toma un valor de 845.993.

Tabla 17. Insumos

INSUMOS	PRECIO	CANTIDAD	NETO	UTILIDAD	DEPRECIACION MENSUAL
bolsas de papel ecologicas	\$ 6.000	1	\$ 6.000	1	\$ 200
bolsas de papel ecologicas	\$ 14.400	1	\$ 14.400	1	\$ 480
bolsas de papel ecologicas	\$ 26.400	1	\$ 26.400	1	\$ 880
Servilletas x450	\$ 3.200	1	\$ 3.200	1	\$ 107
Pitillos x100	\$ 3.550	2	\$ 7.100	1	\$ 237
Guantes paquete	\$ 17.550	1	\$ 17.550	3	\$ 195
Papel higiénico	\$ 1.700	12	\$ 20.400	3	\$ 227
Kit escoba, trapero, recogedor	\$ 10.000	1	\$ 10.000	6	\$ 56
Jabón en polvo AK1 kilo	\$ 8.000	1	\$ 8.000	1	\$ 267
Jabón de loza	\$ 2.000	4	\$ 8.000	1	\$ 267
Jabón líquido de baño	\$ 2.000	3	\$ 6.000	1	\$ 200
Toallas x3	\$ 5.000	6	\$ 30.000	3	\$ 333
Cepillo	\$ 1.500	1	\$ 1.500	3	\$ 17
Limpido	\$ 1.000	5	\$ 5.000	1	\$ 167
Capasillos paquete x 250	\$ 20.000	2	\$ 40.000	1	\$ 1.333
TOTAL	\$ 122.300	42	\$ 203.550		\$ 4.964

Fuente: Elaboración propia

Los valores obtenidos anteriormente representan los insumos y recursos que se estarán gastando de manera mensual para el desarrollo de las actividades de horneado, preparación y o producción de los muffins de sal.

62
Tabla 18. Flujos de caja

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1
Ingreso por ventas	\$	\$103.932.000
Costo de maquinaria	\$4.371.300	\$
Costo anual de producción	\$	\$51.984.000
Depreciación	\$	\$437.130
Total egresos	\$4.371.300	\$156.353.130
Utilidad bruta	\$	\$52.421.130
Gasto servicios contador	\$	\$3.600.000
Nomina administrador y vendedor	\$	\$40.831.944
Gastos operativos		\$44.431.944
Utilidad operativa	\$	\$7.989.186
Utilidad antes de impuestos	\$	\$7.989.186
Impuestos	\$	\$2.636.431
Utilidad despues de impuestos	\$	\$5.352.755
Flujo neto de caja		\$5.352.755

Tabla 19. Estado de resultados

concepto	ESTADO DE RESULTADOS					
	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ingreso por ventas	\$ -	\$ 194.400.000	\$ 204.120.000	\$ 214.326.000	\$ 225.042.300	\$ 236.294.415
costo de la maquinaria	\$ 4.371.300	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
costo anual de produccion y materia prima	\$ -	\$ 35.804.716	\$ 36.162.763	\$ 36.524.391	\$ 36.889.635	\$ 37.258.531
nomina de produccion y ventas	\$ -	\$ 3.402.662	\$ 3.810.981	\$ 4.268.299	\$ 4.780.495	\$ 5.354.155
depreciacion	\$ -	\$ 2.189.213	\$ 2.189.213	\$ 2.189.213	\$ 2.189.213	\$ -
total egresos	\$ 4.371.300	\$ 41.396.591	\$ 42.162.957	\$ 42.981.903	\$ 43.859.342	\$ 42.612.686
utilidad bruta		\$ 153.003.410	\$ 161.957.043	\$ 171.344.097	\$ 181.182.958	\$ 193.681.729
gastos operativos de publicidad		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
nomina administrativa	\$ -	\$ 1.701.331	\$ 1.905.491	\$ 2.134.150	\$ 2.390.248	\$ 2.677.077
utilidad operativa		\$ 150.302.079	\$ 159.051.552	\$ 168.209.948	\$ 177.792.710	\$ 190.004.652
utilidad antes de impuestos		\$ 150.302.079	\$ 159.051.552	\$ 168.209.948	\$ 177.792.710	\$ 190.004.652
impuestos		\$ 49.599.686	\$ 52.487.012	\$ 55.509.283	\$ 58.671.594	\$ 62.701.535
utilidad despues de impuestos		\$ 100.702.393	\$ 106.564.540	\$ 112.700.665	\$ 119.121.116	\$ 127.303.117
depreciaciones		\$ 2.189.213	\$ 2.189.213	\$ 2.189.213	\$ 2.189.213	\$ -
flujo neto de caja	\$ (4.371.300)	\$ 102.891.605	\$ 108.753.752	\$ 114.889.878	\$ 121.310.328	\$ 127.303.117

Fuente: Elaboración propia

72

Validando la anterior grafica se logra observar que el manejo del flujo de caja en el primer año es de 102.891.605 efectivo anual valor que representa el saldo después de impuestos y deducciones correspondientes al año en vigencia.

4.5.4 Proyecciones económicas

En el análisis de las proyecciones económicas se establecen los porcentajes de incremento en ventas que se observan a continuación la cual establece un 5% en el valor de ventas por unidad, se observa también un 1% en el costo anual de operación (gastos servicios), y por último y no menos importante podemos observar un incremento en un 12% en nómina pronosticado para cada uno de los años posteriores al año 1.

Tabla 20. Proyecciones económicas

periodo	inversion	5%		1%		12%		base	impuesto	flujo neto de caja
		venta/unidad	ingreso	CAO	PUBLICIDAD	nomina	depreciacion			
0	\$ 4.371.300	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (4.371.300)
1	\$ -	\$ 5.400	\$ 194.400.000	\$ 35.804.716	\$ 1.000.000	\$ 61.247.892	\$ 1.092.825	\$ 95.254.567	\$ 31.434.007	\$ 64.913.385
2	\$ -	\$ 5.670	\$ 204.120.000	\$ 36.162.763	\$ 1.000.000	\$ 68.597.639	\$ 1.092.825	\$ 97.266.773	\$ 32.098.035	\$ 66.261.563
3	\$ -	\$ 5.954	\$ 214.326.000	\$ 36.524.391	\$ 1.000.000	\$ 76.829.356	\$ 1.092.825	\$ 98.879.428	\$ 32.630.211	\$ 67.342.042
4	\$ -	\$ 6.251	\$ 225.042.300	\$ 36.889.635	\$ 1.000.000	\$ 86.048.878	\$ 1.092.825	\$ 100.010.962	\$ 33.003.617	\$ 68.100.169
5	\$ -	\$ 6.564	\$ 236.294.415	\$ 37.258.531	\$ 1.000.000	\$ 96.374.744	\$ -	\$ 101.661.140	\$ 33.548.176	\$ 68.112.964
									TASA DE INTERES	0,10
									TIR	14,87
									VPN	\$226.185.170

15

Fuente: Elaboración propia

En el anterior cuadro se puede ver que se estableció un porcentaje de 10% de oportunidad por parte del inversionista, el cual establece la viabilidad económica del proyecto entorno a las ganancias, se puede ver que la tasa interna de retorno arroja un 14.87% de viabilidad la cual establece en síntesis un porcentaje de ganancia superior a la expectativa del inversionista dando como respuesta una aplicación en términos económicos con certeza.

En términos de dinero se presenta que el valor presente neto arroja \$44.672.306,85 pesos colombianos como respuesta a las ganancias totales del proyecto en un periodo de cinco años.

Tabla 21. Punto de equilibrio

Información Requerida				Calculos y Formulas				
Costo Fijo:	\$ 5.910.419			$Q_e = \frac{\text{Costo Fijo}}{(\text{Contrib. Mag. Ponderada})}$				
Producto	Precio de venta x unidad	Costo Variable x unidad	Ventas Estimadas por Prod.	Contribución Marginal Unitaria	% de Participación en las ventas	Contribución Marginal Ponderada	Cantidad de Equilibrio General	Cantidad de Equilibrio x Prod
pollo	3108	1553	850	1555	28%	441		1.127
vegetariano	2265	1132	450	1133	15%	170		596
bbq	3164	1581	850	1583	28%	449	3976,55435	1.127
carne	3014	1506	850	1508	28%	427		1.127
Total	11551	5772	3000		100%	1486		3.977

Periodo de recuperación de capital

En el siguiente grafico se observa una depreciación que consiste en el valor total de la inversión proyectada en los periodos de años 1, 2, 3, 4, 5 que como se puede notar se deprecia en los años 1 al 4 para dar respuesta a un periodo de recuperación de capital de 4 años, proyectados en la tabla siguiente:

Tabla 22. Periodo de recuperación del capital

periodo	inversion	venta/unidad	ingreso	CAO	PUBLICIDAD	nomina	depreciacion	base	impuesto	flujo neto de caja
0	\$ 4.371.300	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (4.371.300)
1	\$ -	\$ 5.400	\$ 194.400.000	\$ 35.804.716	\$ 1.000.000	\$ 61.247.892	\$ 1.092.825	\$ 95.254.567	\$ 31.434.007	\$ 64.913.385
2	\$ -	\$ 5.670	\$ 204.120.000	\$ 36.162.763	\$ 1.000.000	\$ 68.597.639	\$ 1.092.825	\$ 97.266.773	\$ 32.098.035	\$ 66.261.563
3	\$ -	\$ 5.954	\$ 214.326.000	\$ 36.524.391	\$ 1.000.000	\$ 76.829.356	\$ 1.092.825	\$ 98.879.428	\$ 32.630.211	\$ 67.342.042
4	\$ -	\$ 6.251	\$ 225.042.300	\$ 36.889.635	\$ 1.000.000	\$ 86.048.878	\$ 1.092.825	\$ 100.010.962	\$ 33.003.617	\$ 68.100.169
5	\$ -	\$ 6.564	\$ 236.294.415	\$ 37.258.531	\$ 1.000.000	\$ 96.374.744	\$ -	\$ 101.661.140	\$ 33.548.176	\$ 68.112.964

Fuente: Autores del presente estudio.

4.5.5 Aplicación de los criterios de evaluación

Según el análisis de la siguiente tabla se puede ver que hay un 10% tasa de interés como consiguiente a esto el estudio dio como respuesta un 14.87% de tasa interna de retorno la cual promueve de esta manera la viabilidad del proyecto ya que es superior al porcentaje establecido anteriormente, y como respuesta a lo mismo se da el valor presente neto, el cual es de \$226.185.170 pesos colombianos, los cuales dan respuesta al valor en pesos de las ganancias que se proyectan.

Tabla 23. Criterios de evaluación

TASA DE INTERES	0,10
TIR	14,87
VPN	\$226.185.170

Fuente: Autores del presente estudio.

47

4.5.6 Análisis de riesgo e incertidumbre

El riesgo y la incertidumbre existen en cualquier negocio, empresa, organización o proyecto; para disminuir estos factores presentados, se debe hacer diferentes tipos de análisis internos¹² externos para mitigar estos efectos presentados.

El riesgo existe cuando hay una situación en la cual una decisión tomada tiene más de un posible resultado y la probabilidad de cada resultado se conoce o se puede llegar a estimar. La incertidumbre existe cuando ninguna de las probabilidades mencionadas anteriormente no se conoce ni se pueden llegar a estimar.

Un proyecto es riesgoso cuando una o varias variables del flujo de caja son aleatorias en vez de determinísticas.

Existen dos tipos de factores que originan el riesgo de cualquier tipo de empresa, los cuales son:

Factores Internos: En el análisis de estos factores internos de GANKYS, se encontró los siguientes:

Uso inadecuado de los recursos administrativos y financieros

Mal uso de los insumos

Degradación de la materia prima

Falta de mantenimiento en la maquinaria y por tanto un deterioro a corto plazo

Factores externos: Los factores presentados en la ejecución de la relación con el exterior son:

Fluctuación en los precios de la materia prima

Disturbios o problemas sociales (paros camioneros, campesinos)

Cambios climáticos críticos

Fluctuación en los aranceles extranjeros

5. CONCLUSIONES

El estudio de mercados forma parte importante del análisis global de la factibilidad y aceptación en el mercado por parte de los potenciales clientes, en vis⁴⁵ a lo anterior se identifica que tiene una aceptación considerable y que a su vez refleja la situación actual de la empresa en el mercado.

El sector analizado cuenta con una gran población potencial para el ejercicio de la idea de negocio GANKYS, con lo anterior se ejerce un potencial para el desarrollo e implementación del producto

El estudio Administrativo arroja varios productos que logran visualizar la estructura administrativa y locativa del plan de negocio, tal es el ejercicio realizado con el manual de funciones y procedimientos donde se especifica y aporta al proyecto un paso a paso a seguir

37) a vez validado el estudio técnico se identifican variables importantes en el desarrollo de las actividades como lo es el diagrama de procesos con el cual se ejerce mayor control en los tiempos y métodos usados para la producción.

Evaluated and analyzed the financial study fin⁷⁰ ciero se identifican factores internos y externos que dan al proyecto viabilidad, tal es la tasa interna de retorno arrojada en el estudio y el punto de equilibrio obtenido

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda formalizar el estudio de factibilidad con una muestra que equivalga al alcance del proyecto y su realización en el mercado local

Con el fin de reducir costos y de manera temporal iniciar el proyecto por medio de páginas web y(o) herramientas web

En el desarrollo de las funciones operativas se recomienda ejercer un mayor estudio teniendo en cuenta los desplazamientos y operaciones realizadas por el funcionario a detalle, lo anterior con el fin de minimizar los tiempos y mejorar la oportunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Definición de Nivel socioeconómico. (s.f.). Definición ABC. <https://www.definicionabc.com/economia/nivel-socioeconomico.php>

31 Cinco políticas de empresa clave en 2021 - Factorial. (s.f.). Factorial Blog. <https://factorialhr.es/blog/politicas-empresa/>

Granel, M. (2022b, 30 de julio). ¿Cómo calcular el valor presente neto? Ejemplos. Rankia. <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>

1 Normatividad del Registro Mercantil (RM) - Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Normatividad-del-Registro-Mercantil-RM>

Metodología de Capacitación - MODUM. (s.f.). MODUM. <https://modum.com.uy/metodologia-de-capacitaci>

¿Qué impuestos pagan las 34 empresas en Colombia? (s.f.). Altos Empresarios | Blog de Actualidad Empresarial. <https://www.altosempresarios.com/noticias/impuestos-que-gan-empresas-en-colombia>

30 Tasa interna de retorno: Qué es y cómo calcularla correctamente. (s.f.). Economía3. <https://economia3.com/tasa-interna-retorno/>

Real academia española, (cita,10 de diciembre del 2019 disponible en internet: <https://www.rae.es/>)

Definiciones ABC, (cita,10 de julio del 2019 disponible en internet: <https://www.definicionabc.com/economia/nivel-socioeconomico.php>)

Definicion.de, (cita,10 de julio del 2019 disponible en internet: <https://definicion.de/cupc/>)

Real academia española, (cita,10 de julio del 2019 disponible en internet: <https://www.rae.es/>)

Real academia española, (cita,10 de julio del 2019 disponible en internet: <https://www.rae.es/>)

Definicion.de, (cita,10 de julio del 2019 disponible en internet: <https://definicion.de/microempresa/>)

POT BGA - Alcaldía de Bucaramanga. (s.f.). Alcaldía de Bucaramanga. <https://www.bucaramanga.gov.co/pot-bga/>

Tomado de un artículo del espacio gastronómico <http://www.espaciogastronomico.com.ar/articulos-destacados/el-futuro-del-negocio-de-la-pasteleria-las-tendencias-que-se-afirman.html>

Artículo Tomado de la edición 5 “ pastelería de punta “ , Revista la Barra, Julio de 2011
Política Pública y creación de empresas en Colombia, Liyis Góme

Plan de negocio para la producción y comercialización de muffins de sal en la ciudad de Bucaramanga.

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repository.uamerica.edu.co Fuente de Internet	1%
2	repositorio.ufpso.edu.co Fuente de Internet	1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%
5	prezi.com Fuente de Internet	<1%
6	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1%
8	es.surveymonkey.com Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to Fundación Universitaria CEIPA Trabajo del estudiante	<1 %
10	Submitted to Universidad EAN Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
12	www.chiloeweb.com Fuente de Internet	<1 %
13	red.uao.edu.co Fuente de Internet	<1 %
14	www.doccity.com Fuente de Internet	<1 %
15	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
16	ciencia.lasalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
18	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina Trabajo del estudiante	<1 %
20	encuentrempleo.blogspot.com Fuente de Internet	

<1 %

21

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

22

Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana

Trabajo del estudiante

<1 %

23

repositorio.ufpso.edu.co:8080

Fuente de Internet

<1 %

24

comidachatarrapormanuelviteri.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

25

repository.eafit.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

26

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

27

Hernández Ruiz Diana Yazmin, Ruiz Terán Navil. "Estudio de la factibilidad del plan de negocios de una empresa dedicada a la producción y comercialización de orquídeas", TESIUNAM, 2015

Publicación

<1 %

28

repository.ucc.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

29

www.dspace.espol.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

30 Submitted to Universidad Anahuac México Sur <1 %
Trabajo del estudiante

31 Submitted to Felician College <1 %
Trabajo del estudiante

32 cocinainternacional.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

33 gobecforms.gobiernoelectronico.gob.ec <1 %
Fuente de Internet

34 www.altosempresarios.com <1 %
Fuente de Internet

35 Submitted to Universidad Nacional de Colombia <1 %
Trabajo del estudiante

36 noesis.uis.edu.co <1 %
Fuente de Internet

37 pt.slideshare.net <1 %
Fuente de Internet

38 Submitted to Universidad Internacional SEK <1 %
Trabajo del estudiante

39 www.definicionabc.com <1 %
Fuente de Internet

40 www.fundacionaquae.org <1 %
Fuente de Internet

41	Saad Alvarado Laura. "Aplicación del enfoque de medios de vida : el caso del Distrito de Pochutla", TESIUNAM, 2014 Publicación	<1 %
42	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	fcae.ua.es Fuente de Internet	<1 %
44	repositorio.ecci.edu.co Fuente de Internet	<1 %
45	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	www.cworld.cl Fuente de Internet	<1 %
47	www.monografias.com Fuente de Internet	<1 %
48	intellectum.unisabana.edu.co Fuente de Internet	<1 %
49	repositorio.uis.edu.co Fuente de Internet	<1 %
50	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1 %

52

www.ifad.org

Fuente de Internet

<1 %

53

www.portal-ns.com

Fuente de Internet

<1 %

54

www.rankia.cl

Fuente de Internet

<1 %

55

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

56

yuenmethod.com

Fuente de Internet

<1 %

57

Gladys Mariño-Becerra, Fabio Blanco-Mesa, Ernesto León-Castro. "Pythagorean membership grade distance aggregation: An application to new business ventures", Journal of Intelligent & Fuzzy Systems, 2021

Publicación

<1 %

58

Martorell Delgado Carlos. "Morfología funcional de la rosetofilia : ¿plantas que cosechan la neblina?", TESIUNAM, 2002

Publicación

<1 %

59

aquijazz.hi5.com

Fuente de Internet

<1 %

60

repositorio.uade.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

61

repositorio.unp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

62

repository.ean.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

63

repository.unipiloto.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

64

upc.aws.openrepository.com

Fuente de Internet

<1 %

65

usi.earth.ac.cr

Fuente de Internet

<1 %

66

vietnam.vnagency.com.vn

Fuente de Internet

<1 %

67

worldwidescience.org

Fuente de Internet

<1 %

68

www.dicoruna.es

Fuente de Internet

<1 %

69

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

70

www.dspace.uce.edu.ec:8080

Fuente de Internet

<1 %

71

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

72

www.termpaperwarehouse.com

Fuente de Internet

<1 %

73

www.libreexpresionmexico.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

74

xdocs.net

Fuente de Internet

<1 %

75

leanmanufacturing10.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado