

**Plan de Negocio Tortas Saludables Dulce Capricho Municipio de Neiva**

Dina Marcela Diaz Riveros ID 548416

Programa de Contaduría Pública, Universidad Uniminuto

Opción de grado NRC 9206

Asesor Yomaira Monsalve Gómez

12 mayo 2022

## **Dedicatoria**

*A mis hijos*

*Son el motor de mi vida*

*Mi motivo de luchar por un mejor futuro, todos  
mis logros son para ustedes y por  
ustedes.*

*A mis padres y mi esposo que me apoyaron*

*Para poder lograr todas mis metas.*

## **Agradecimientos**

En primer lugar, quiero agradecer el apoyo que he tenido por parte de mi madre quien ha sido incondicional en todo este tiempo y ha sido mi luz en mis días oscuros, me siento muy orgullosa de cada una de mis metas y el poder emprender un nuevo futuro para mis seres amados que son los que me motiva a seguir luchando.

En segundo lugar, a la universidad UNIMINUTO de Dios por darnos la oportunidad de formarnos como persona y como profesionales, el poder guiarme en este maravilloso proyecto de venta y comercialización de tortas saludables.

## **Resumen**

El proyecto que se está desarrollando se basa en la producción y comercialización de tortas saludables en la ciudad de Neiva, como oportunidad en el mercado, con evidencias de rentabilidad y estrategias para generar un negocio viable. Dicho plan de negocio ofrece un Producto saludable con la decoración personalizada de acuerdo la ocasión, las comidas saludables presentan un crecimiento en el mercado positivo debido a las tendencias de consumo de los clientes a consumir productos saludables, la producción de las tortas se realiza bajo pedido para ofrecer una mejor calidad.

Ejecutar un plan de ventas estableciendo estrategias, encuestas, inversión inicial, los costos fijos, los costos Variables, costos unitarios, los precios de venta, determinar el punto de equilibrio.

Este proyecto tiene variedades de producto como lo son: las tortas saludables, tortas personalizadas de acuerdo a la ocasión, los pedidos se realizan contra entrega para comodidad de los clientes. Su crecimiento en el mercado ha sido muy positivo debido a que nuestro producto se ajusta al gusto o necesidad de cada persona, ya sea niño, adulto o anciano.

A partir de los resultados obtenidos de la encuesta se determinó la aceptación que tendrán las tortas en el mercado y así diseñar estrategias que ayuden a posicionar por la aceptación entre el público objeto de estudio.

## **Abstract**

The project that is being developed is based on the production and commercialization of healthy cakes in the city of Neiva, as an opportunity in the market, with evidence of profitability and strategies to generate a viable business. Said business plan offers a healthy Product with personalized decoration according to the occasion, healthy meals present a positive growth in the market due to the consumer trends of consumers to consume healthy products, the production of cakes is carried out on request to offer better quality.

Execute a sales plan establishing strategies, surveys, initial investment, fixed costs, Variable costs, unit costs, sales prices, determine the breakeven point.

This project has product varieties such as: healthy cakes, personalized cakes according to the occasion, orders are made against delivery for the convenience of customers. Its growth in the market has been very positive because our product adjusts to the taste or need of each person, be it children, adults or the elderly.

Based on the results obtained from the survey, the acceptance that the cakes will have in the market was determined and thus design strategies that help to position for acceptance among the public under study.

## Contenido

Introducción .....	12
Justificación de la idea de emprendimiento .....	13
Objetivos .....	14
Objetivo general .....	14
Objetivos específicos.....	14
Necesidad a resolver al cliente y consumidor .....	15
Concepto de negocio .....	16
Valor agregado .....	17
Antecedentes .....	18
Módulo de mercado .....	22
Análisis del Sector.....	22
Análisis del Mercado.....	26
Investigación de mercado.....	28
Tipo de investigación.....	29
Definición de la población.....	29
Muestra .....	29
Instrumentos utilizados para recolectar la información.....	30
Análisis y sistematización .....	31
Conclusiones del estudio de mercado.....	36
Clientes.....	37
Competencia.....	37
Estrategias de venta.....	38
Concepto de Producto o servicio .....	38
Estrategia de distribución .....	38
Estrategia de precio .....	39
Estrategia de Promoción .....	39
Estrategia de comunicación .....	39
Estrategia de servicio.....	40
Presupuesto mezcla de mercado .....	40

Estrategia de Aprovisionamiento.....	40
Módulo de operación .....	41
Ficha técnica.....	41
Descripción del proceso .....	42
Estado de desarrollo .....	42
Plan de producción .....	42
Proyección de ventas por unidad.....	43
Requerimientos de inversión .....	44
Requerimientos de maquinaria, planta y equipo .....	44
Lugar de operación .....	45
Plan de compras .....	46
Módulo de organización.....	48
Estrategia organizacional .....	48
Matriz DOFA .....	49
Organismos de apoyo .....	50
Estructura organizacional.....	50
Aspectos legales .....	51
Costos Administrativos .....	54
Módulo financiero.....	55
Proyección de ingresos.....	55
Proyección de egresos (costos y gastos) .....	56
Capital de trabajo .....	56
Balance general .....	57
Estado de resultados .....	58
Punto de equilibrio .....	59
Flujo de caja .....	61
Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad.....	62
Módulo de impactos.....	63
Impacto Económico.....	63
Impacto Regional .....	63
Impacto Social.....	63
Impacto Ambiental .....	63

Resumen ejecutivo .....	65
Referentes bibliográficos .....	67

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> .....	16
<b>Figura 2</b> .....	18
<b>Figura 3</b> .....	19
<b>Figura 4</b> .....	22
<b>Figura 5</b> .....	23
<b>Figura 6</b> .....	24
<b>Figura 7</b> .....	25
<b>Figura 8</b> .....	26
<b>Figura 9</b> .....	27
<b>Figura 10</b> .....	27
<b>Figura 11</b> .....	28
<b>Figura 12</b> .....	30
<b>Figura 13</b> .....	30
<b>Figura 14</b> .....	31
<b>Figura 15</b> .....	31
<b>Figura 16</b> .....	32
<b>Figura 17</b> .....	32
<b>Figura 18</b> .....	33

<b>Figura 19</b> .....	33
<b>Figura 20</b> .....	34
<b>Figura 21</b> .....	34
<b>Figura 22</b> .....	35
<b>Figura 23</b> .....	35
<b>Figura 24</b> .....	36
<b>Figura 25</b> .....	38
<b>figura 26</b> .....	39
<b>Figura 27</b> .....	42
<b>Figura 28</b> .....	45
<b>Figura 29</b> .....	51
<b>Figura 30</b> .....	60

## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> .....	37
<b>Tabla 2</b> .....	40
<b>Tabla 3</b> .....	41
<b>Tabla 4</b> .....	43
<b>Tabla 5</b> .....	43
<b>Tabla 6</b> .....	44
<b>Tabla 7</b> .....	46
<b>Tabla 8</b> .....	49
<b>Tabla 9</b> .....	50
<b>Tabla 10</b> .....	54
<b>Tabla 11</b> .....	55
<b>Tabla 12</b> .....	56
<b>Tabla 13</b> .....	57
<b>Tabla 14</b> .....	58
<b>Tabla 15</b> .....	59
<b>Tabla 16</b> .....	60
<b>Tabla 17</b> .....	61

## **Introducción**

El plan de negocio torta saludables dulce capricho nació de la necesidad de consumir alimentos saludables cuando festejamos un cumpleaños, o simplemente un compartir, En esta pastelería se crean pasteles para matrimonios, comuniones, bautizos; los colores y los sabores son escogidos por los clientes.

La idea principal es una pastelería en donde se pueda consumir tortas saludable bajos en calorías y azúcares, esto para que más personas puedan cuidar su alimentación y salud. En la actualidad las ventas de tortas saludables se encuentran en una etapa de crecimiento en el mercado, debido a su rentabilidad económica por el alto consumo de alimentos saludable. Para aquellos que quieren consumir torta de chocolate con arequipe, pero también aquellos que por salud o bienestar prefieren consumir sin azúcar, sin harina, sin conservantes, pero conservando el sabor y el placer de disfrutar de una exquisita torta.

Tortas saludables dulce capricho ofrece un producto innovador, cambiando la ideología de que se puede consumir tortas saludables y al mismo tiempo aporta nutrientes para la salud, generando un crecimiento en su consumo y aceptación de los consumidores al mejorar hábitos saludables, en la actualidad la comercialización de tortas tiene un índice que ventas elevadas ya que en cada reunión se consume tortas.

Tortas saludables dulce capricho busca posesionarse en el mercado como la mejor la pastelería de Neiva y poder expandirse a nivel departamental, el interés radica en que las tortas saludables dulce capricho sean aceptadas desde niños hasta personas de avanza edad por su sabor, textura y calidad. Satisfaciendo las necesidades de los clientes teniendo en cuenta su excelente calidad.

## **Justificación de la idea de emprendimiento**

La realización del plan de negocio genera un impacto positivo en la economía generando empleos, a mediano plazo y a largo plazo, así mismo comprar maquinaria de producción, herramientas de trabajo, vitrinas; con el fin de formalizar la pastelería a tiempo de largo plazo

Lo novedoso es realizar tortas con bajos niveles de azúcares con beneficios positivos para la salud. Va dirigido a los consumidores que le gusta comer tortas y al mismo tiempo alimentarse sanamente.

Según Delgado (2019). “por alto consumo de azúcares se derivan algunas como lo son: Obesidad, Hiperuricemia, Hipertrigliceridemia y dislipemia, Diabetes mellitus, Trastorno de déficit de atención, Alzheimer, Depresión, Enfermedades cardiovasculares e hipertensión arterial, Problemas odontológicos, Algunos tipos de cáncer, como el cáncer de páncreas” (p.8).

Tortas saludables se realizó para dar respuesta a la necesidad disfrutar de una torta baja en azúcares, para aquellas personas que les gusta alimentarse sanamente, en su diario vivir. La tendencia de productos saludables, libres de azúcares, grasas, químicos en la que buscamos producto que ayuden mantener en un peso adecuado y prevenir enfermedades.

Se busca ser reconocidos por comercializar tortas saludables, ser pionero no solo en Neiva sino en otros municipios del Huila. (Hernández 2019) “con las nuevas tendencias en alimentación ha cambió la forma de prepararse. Ya que ahora se endulza de forma más natural (con dátiles, hoja de stevia o miel), se dejaron de lado las grasas saturadas y las harinas de trigo fortificadas.

Este proyecto se inclina por productos libres de azúcar, de grasas saturadas utilizando producto con endulzantes como la stevia, la panela y la miel se han consolidado en el mercado al representar opciones más saludables a precios más asequibles.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un plan de negocios para la puesta en marcha torta saludable dulce capricho en la ciudad de Neiva para clientes que prefieren comer saludablemente.

### **Objetivos específicos**

Realizar la investigación de mercados para conocer gustos y preferencias de los clientes de torta saludable dulce capricho.

Efectuar un estudio técnico para determinar el tamaño, para el funcionamiento de la empresa torta dulce capricho.

Organizar estrategias comerciales con el fin de incrementar el consumo de tortas saludables dulce capricho.

Validar el área financiera para determinar la rentabilidad de la empresa tortas saludables dulce capricho.

## **Necesidad a resolver al cliente y consumidor**

La evolución de consumir tortas saludables se ha mantenido en la mente del consumidor con mayor fuerza: han adquirido la cultura de consumir productos saludables, según (Food Navigator)” sólo el 34% de las personas considera que tiene una alimentación saludable, aunque el porcentaje ha aumentado en un 5% en el último año”.

En la actualidad una alimentación saludable se considerada una necesidad básica porque ayuda al cuidado de la salud, es importante adoptarla como una costumbre para decidir qué alimentos debemos consumir, en qué medida se deben eliminar.

Los consumidores están cada vez más concienciados de la necesidad de alimentarse de una forma saludable intentando reducir la ingesta de azúcar.

Tortas saludable dulce capricho nace para dar respuesta a un grupo de clientes específicos de la ciudad de Neiva, de acuerdo con el consumo de torta y postres se identificó, el mayor problema es la cantidad de azúcar que se adiciona a las tortas y postres porque al consumir demasiado azúcares se relaciona directamente con el aumento de peso y la obesidad y por tal motivo hay personas que por problemas de salud no las pueden consumir.

El objetivo de este emprendimiento es la creación de tortas y postres saludables para ser consumidas sin tener ninguna restricción, los productos son elaborados con materia prima de alta calidad, lo que los convierte en alimentos naturales y saludables, al mismo tiempo deliciosos.

## Concepto de negocio

Tortas saludables dulce capricho produce y comercializa tortas saludables, tortas de vainilla, chocolate, fría tres leches. Tortas personalizadas, fresca, la producción de las tortas se realiza bajo pedido para ofrecer una mejor calidad. El principal objetivo es enseñarles a las personas que se puede consumir una torta de buena calidad y con bajas calorías.

### Figura 1

*Portafolio del producto*



**Fuente:** Elaboración propia

## **Valor agregado**

Dulce capricho marca su diferencia en la elaboración de tortas libres de convérsate, bajos en azúcares, buscando el bienestar de sus clientes, personalizando las tortas según a su gusto, son tortas elaboradas con ingredientes de alta calidad, se caracteriza por su sabor, por su textura, por sus colores, decoración exclusiva, empaque personalizado y con un mensaje alusivo a la ocasión.

Tortas saludables dulce capricho genera la oportunidad a las personas con diabetes a disfrutar de tortas saludables al gusto y placer del consumidor, un delicioso postre sin restricciones, creando hábito saludable en el consumo de tortas y cumplir las expectativas del consumidor de obtener un producto saludable, fresco y de la mejor calidad.

## Antecedentes

En capítulo de estado del arte se presenta como ha ido evolucionado la historia de las tortas “La repostería como la conocemos hoy es el resultado de la evolución de técnicas y recetas que fueron transformándose a lo largo de la historia gracias al aporte que hicieron cientos de reposteros de diferentes civilizaciones y naciones” (proingra c.i).

Cada día la tendencia de una alimentación y un estilo de vida más saludable crece más, y esto es porque las personas ahora se preocupan más por su cuerpo, por su salud y por su felicidad. La repostería, entendida como la elaboración de pasteles, postres y platos dulces, tales como tortas, galletas, cremas, salsas dulces, flanes, es también considerada un arte, por su sabor, forma, textura y presentación.

“Los antecedentes históricos de la repostería comienzan hace más de 7 mil años en el Antiguo Egipto y en Mesopotamia, cuando se comenzó a elaborar pasteles con levadura y panes de miel redondos.” (Josefina Castelan).

### Figura 2

*Repostería antigua*



**Nota:** repostería antigua Fuente: [centenariosmadrid.org](http://centenariosmadrid.org) Pasteleros Trabajando

Se evidencia la evolución del arte de la pastelería mediante sus instrumentos de trabajo, y de cómo ha ido cambiando a lo largo de los años. Los procesos de fabricación en la actualidad son más rápidos gracias al desarrollo tecnológico que ha tenido.

### **Figura 3**

*Origen de la pastelería*



**Nota** origen de la pastelería Fuente: Montesol (2017)

La historia de Viena Capellanes, empresa con más de 140 años de experiencia en pastelería, “con tan solo tres años ya contaban con cinco hornos, seis obradores, ocho nuevas tiendas y 264 trabajadores, además de dos coches de mulas y dos automóviles de explosión para el reparto por la capital” (montesol 2017).

### **El auge de la repostería**

Es importante mencionar “El auge de la repostería y la confitería vino acompañado del incremento en el nivel de vida de los siglos XIX y XX “(Naturarla,2018, p,1). A partir del siglo

XIX y XX el consumo en la repostería ha incrementado debido a las costumbres que se han adquirido a través de los años, se ha ganado un lugar en el ámbito de la gastronomía y tiene todo el protagonismo que le corresponde en el momento de festejamos un acontecimiento importante.

Por otro lado, Rojas, (2020).” Con el siglo XX llegan más avances tecnológicos que permiten la conservación, la fermentación, la congelación que no hacen sino aumentar la calidad de los productos” (p.15). Gracias a los avances tecnológicos la repostería ofrece una amplia variedad en sabores y texturas, esto ha hecho que la producción y comercialización sea indispensable para el consumo mundial, su posicionamiento en el mercado ha generado un impacto positivo en la economía generando empleo y rentabilidad.

### **Consumo de productos libres de azúcar**

Las tendencias para el siglo XX en no consumir productos endulzados se convirtió en una necesidad del ser humano al comprar productos libres de azúcares “empezado a preocuparnos por todos esos problemas de salud o de estética, que comienzan por la alimentación” (Naturarla,2018, p,1).

La nutrición es la base fundamental en el bienestar y la salud. A partir del siglo XX los consumidores han tenido mayor conciencia sobre la importancia de alimentarse de forma correcta, sobre todo en lo relacionado al azúcar, es necesario conocer el grado de azúcar que se puede ingerir en las tortas y cual se puede reemplazar y que tan factible es realizar este reemplazo.

### **Las nuevas tendencias de consumo**

Las nuevas tendencias de consumo han generado una necesidad de adaptación constante por parte de las panaderías, y nada mejor que la tecnología para acompañarlas en el camino.

Productos libres de gluten, texturas especiales y más, son sólo algunas de las cosas que se han logrado a través de la generación de nuevos ingredientes. “En la Antigua Grecia, la historia de la repostería indica que los griegos experimentaron con una mezcla de ingredientes para hacer dulces con almendras, semillas de amapola, pimienta negra y miel envueltos en una masa de harina, miel y ajonjolí. Incluso, tenían la costumbre de celebrar los nacimientos con pasteles” (Anders Zorn 2018)

La evolución de los avances tecnológicos, la industria alimentaria ha evolucionado a lo largo del tiempo, lo cual nos ha permitido lograr mejoras en cuanto la optimización de tiempo, producción y preservación de los productos. “Los conventos y monasterios fueron quienes más contribuyeron al desarrollo de la repostería, puesto que idearon métodos de conservación de los alimentos. De esta forma, crearon la primera versión de leche condensada”. (Josefina Castelan 2019).

## Módulo de mercado

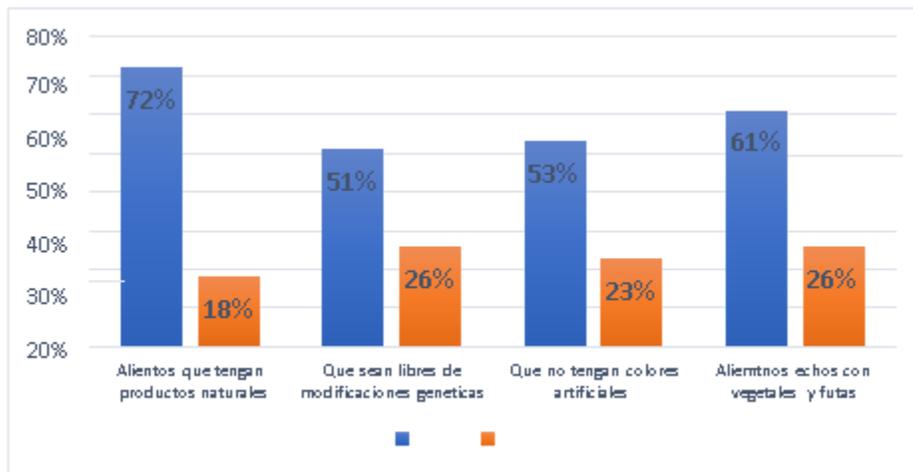
En el siguiente capítulo se realiza un análisis del sector de la gastronomía y subsector de la pastelería, y el comportamiento del mercado en relación con la oferta y la demanda, así como tendencias de consumo y precio del mercado.

### Análisis del Sector

Dulce capricho pertenece al sector gastronómico, subsector de pastelería “El sector panadero y pastelero continúa en crecimiento en Colombia es el quinto país de la región en consumo per cápita de pan con 22 kilos por año, un producto que a diario es indispensable para el 70 % de la población colombiana”, según un estudio realizado por (Taste Tomorrow 2021).

**Figura 4**

*Estadísticas de consumo de comida saludable en Colombia*



**Nota** Estadísticas de consumo de comida saludable en Colombia Fuente: Olivares (2019)

Como se evidencia en la figura se incrementó de 18% a un 72% de la población colombiana busca consumir productos libres de químicos, y grasas, azúcares, incremento de 26% a un 51% se busca que los alimentos sean libres de modificaciones genéticas, incremento de 23%

a un 53% que no tenga colorantes artificiales y de un incremento del 26% a un 61% que la alimentación lleve frutas y verduras.

**Figura 5**

*Tendencia de consumo de alimentos saludable de Colombia*



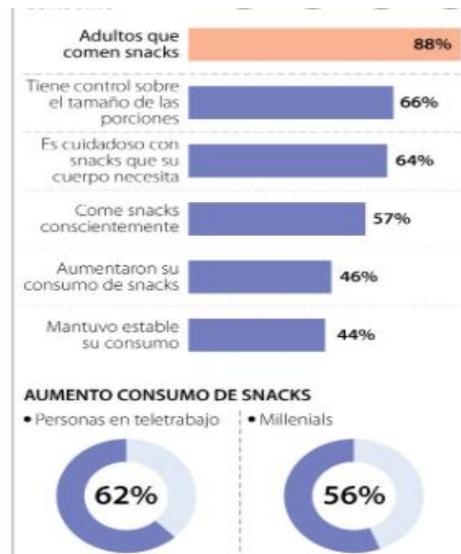
**Nota** Tendencia de consumo de alimentos saludable Fuente: Editor de alimentos ( 2019)

La tendencia de productos saludables adquiere fuerza en el mercado de alimentos del 85% bebidas saludables con un 25% de igual manera en la canasta familiar del 25%, los colombianos están optando por alimentarse sanamente.

De acuerdo con las estadísticas ha incrementado el consumo de alimentos libres químicos, se evidencia un porcentaje favorable al consumo de alimentos saludables. En Colombia los consumidores buscaron opciones sanas como ensaladas, jugos a medida en que las personas se vuelven más conscientes de lo que comen.

**Figura 6**

*Panorama en el consumo de snacks*

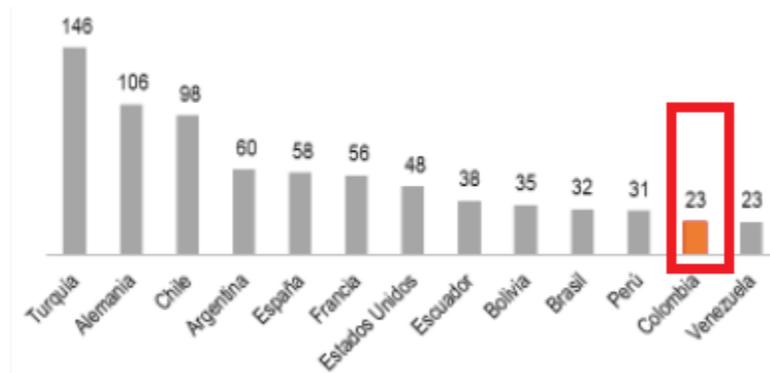


**Nota:** Encuesta realizada por Mondelez internacional **fuentes:** Larepublica.co (2021)

El snack está conformado por alimentos como las tortas, papas fritas, chocolates, salchichas, estos alimentos están categorizados como no saludables y no aportan nutrientes a la salud, la encuesta nos indica que 88% de los adultos los consumen, este porcentaje es importante porque nos indica que solo un 12% no lo consumen ya sea por cuidar su salud o costumbre en no ingerir alimentos dañinos para su organismo, tortas saludables dulce capricho ofrece tortas libres de azúcares con la intención de llegar al 100% de los consumidores. Esta información afirma que el mercado de las tortas crece cada vez más, esto se puede ver influenciado en que el consumidor tiene fácil acceso en la adquisición, con el fin de saciar ya sea una necesidad de hambre o de antojo.

**Figura 7**

*Consumo per cápita de repostería*



**Nota:** Consumo per cápita de repostería. **Fuente:** Revista de alimentos (2020)

Colombia se encuentra en el puesto No 12 a nivel mundial en el consumo per cápita de la repostería, siendo unos de los países en tener un alto consumo comparándose con otros países que multiplicas su tamaño, La repostería en Colombia se ha impulsado positivamente a raíz de la gastronomía, se maneja en un mercado que tiene mucho potencial y que cada día se está volviendo más tendencia gracias a la dedicación que aporta los pasteleros en innovar y crear nuevas tendencias de consumo.

Este tipo de negocio puede ofrecer grandes beneficios no solo a las personas diabéticas sino al público en general, ya que emplea alternativas para elaborar tortas utilizando harinas integrales, frutas altas en fibra y bajas cantidades de azúcar. De igual forma, utiliza verduras que aportan sabor, ayudan a controlar los niveles de glucosa en la sangre. “En Colombia existen más de 25.000 panaderías y pastelerías, que registran ventas por más de tres billones de pesos y generan cerca de 400.000 empleos directos. Esto da cuenta de la importancia del sector, y de la potencialidad de un negocio a todas luces rentable, que facilita además el emprendimiento”.

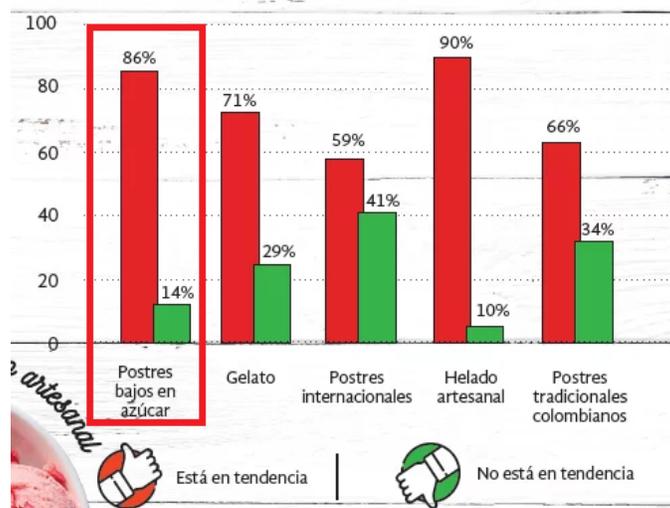
(Tomorrow 2019). Colombia tiene un alto consumo en productos de pastelería, utilizando ingredientes naturales en la preparación de sus productos, con el fin de adquirir un alimento cada vez más saludable

### Análisis del Mercado

El análisis que se realiza a tortas saludables dulce capricho es evalúa las tendencias y el crecimiento del consumo, examinando los factores del mercado, como el tamaño del mercado, la situación económica y proporcionar información detallada sobre competidores específicos, oportunidades crecimiento del mercado, mediante el consumo de torta saludables.

**Figura 8**

*Tendencias de consumo de postres*



**Nota:** industria panadera mueve 3 billones al año **Fuente:**(Revista Barra 2020)

Los resultados de la encuesta nos indica que un 86% de los encuestados prefieren consumir postres bajos en azúcares, marcando una tendencia importante no solo en consumo directo si no en el indirecto porque las tortas se clasifican como postres y es importante resaltar que su consumo viene tomando más fuerza y son los postres bajos en azúcar si no las tortas porque puede disfrutar de un delicioso postre o tortas sin ninguna restricción.

**Figura 9**

Cifras del mercado de pastelería y panadería



**Nota:** cifras detrás del negocio de las pastelería y panadería **fuentes** (sigra -sondeo 2019)

Los productos elaborados en las pastelería y panadería están entre los alimentos que más consumen los colombianos con un consumo per cápita de 21,2 kilos al año de acuerdo con cifras de Euromonitor. En la actualidad han obtenido crecimiento en ventas, la rentabilidad y tendencias de consumo para continuar creciendo.

**Figura 10**

*Indicé de producción en los productos de panadería y pastelería*

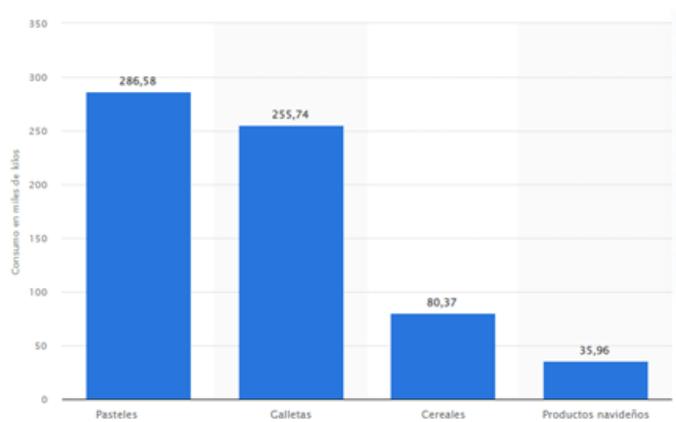


**Nota:** variación consumo de panificador de Colombia (2015-2021) **Fuente:** DANE (2021)

En los hogares colombianos ha incrementaron 4,1% el consumo panificador durante el año 2015 a 2020, con respecto entre el año 2020 y 2021 no ha tenido una variación, manteniéndose en un índice de producción favorable.

### Figura 11

*Cuáles son los postres más consumidos en los hogares colombianos*



**Nota:** Postre más consumidos en los hogares colombianos **fuentes:** Revista semana (2019)

Esta grafica muestra cuales son los postres mas consumidos en los hogares colombianos, con 286,58 en miles kilos los pasteles son los mas consumidos, siendo el productor de mayor tendencia en colombia.

### Investigación de mercado

La investigación de mercado se realiza con el objetivo de conocer la oferta y la demanda de las tortas saludables y a su vez realizar una proyección de venta con un plan de negocios en la comercialización de tortas saludables personalizadas que permita contribuir a las nuevas tendencias de gastronomía saludable, además como oportunidad en el mercado, con evidencias de rentabilidad y estrategias para generar un negocio viable, para conocer su comportamiento y determinar las estrategias que ofrezcan solución a las necesidades del mercado.

## Tipo de investigación

Para la presente investigación se hará un tipo de estudio mixto. “Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008). EL método mixto permite identificar gustos preferencias y características de la población objeto de estudio

## Definición de la población

La población objeto de estudio es la población del municipio de Neiva especialmente las mujeres, porque estudios han demostrado que las mujeres son las mayores compradoras de tortas. De acuerdo con la información anterior para la población de consulta en planeación Nacional Teradata para el 2020, Neiva tiene 189.723 mujeres con un porcentaje del (52,1%) para el estudio de la presente investigación se seleccionó entre las edades de 20 a 55 años con un porcentaje del 24,15% en total son 458 mujeres.

## Muestra

La población objetivo de estudio son 458 mujeres entre las edades de 20 a 55 años del municipio de Neiva

Margen: 5%

Nivel de confianza: 95%

Población: 458

Tamaño de muestra: 210

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

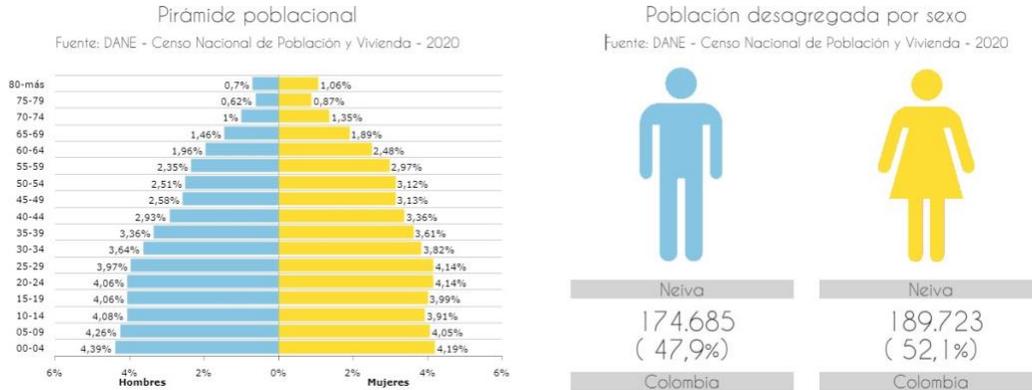
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

**Figura 12**

*población desagregada y número de habitantes en Neiva*



**Nota** número de habitantes en Neiva Fuente: Departamento de planeación nacional 2020

### **Instrumentos utilizados para recolectar la información**

Los instrumentos utilizados fueron la encuesta con preguntas cerradas con única respuesta, para conocer las preferencias de los clientes al comprar o consumir las tortas saludables. Se utilizó herramientas tecnológicas formulario de Google

**Figura 13**

*encuesta sobre con consumo de tortas saludables*

**Encuesta sobre consumo de tortas saludables**

Esta encuesta se realiza para las mujeres de los 20 a 55 años, considerando la importancia consumir tortas saludable.

mdiazrivero@uniminuto.edu.co (no compartidos)  
Cambiar de cuenta

1. Dejaría de consumir tortas clásicas por tortas saludables

Sí

No

Tal vez

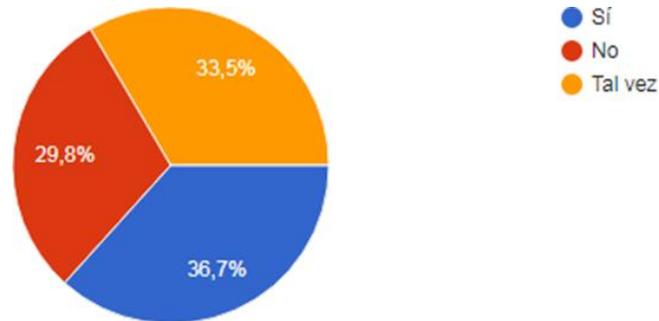
**Fuente:** elaboracion propia

## Análisis y sistematización

Después de aplicar los instrumentos a la población objeto de estudio a las 210 mujeres de Neiva, se analizó la siguiente información

**Figura 14**

*Dejaría de consumir tortas clásicas por tortas saludables*

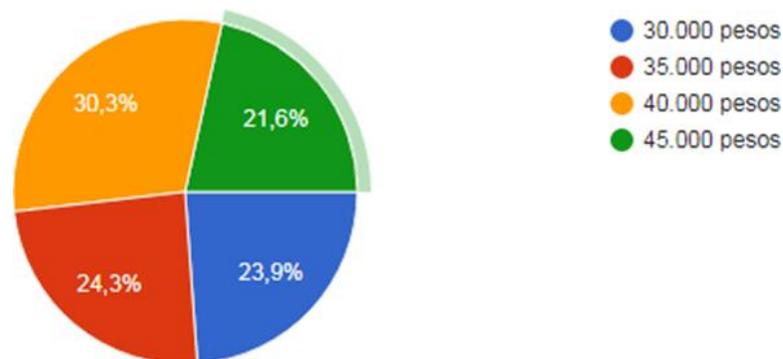


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura el 36,7% si dejaran de consumir tortas clásicas, el 33,5% tal vez lo harían, 29,8% no lo harían.

**Figura 15**

*Cuanto estaría dispuesto a pagar por una torta saludable*

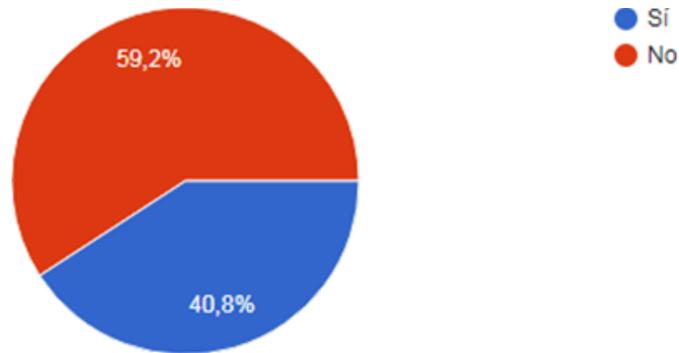


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura 30,3% pagarían 40.000 pesos por una torta saludable, 24,3% pagarían 35.000 pesos, 23,9% pagarían 30.000 pesos y 21,6% pagarían 45.000 pesos.

**Figura 16**

*Alguna vez ha consumido tortas saludables*

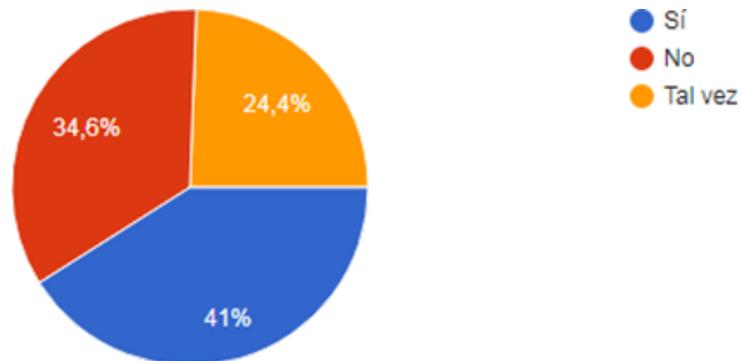


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura el 59,2% contestaron no han consumido tortas Saludables y 40,8 % contestaron que si han consumido tortas saludables

**Figura 17**

*Consumiría torta saludable elaborada con avena, azúcar splenda, almendra, ciruela.*

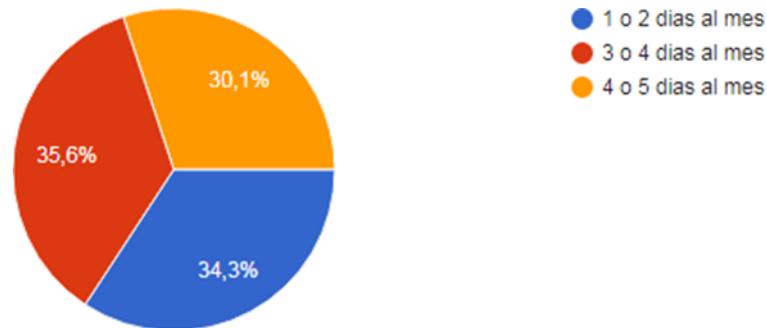


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura 41% Si consumiría torta saludable 34,6% contestaron que no consumiría y 24,4% que tal vez la consumiría

**Figura 18**

*Con qué frecuencia consume torta*

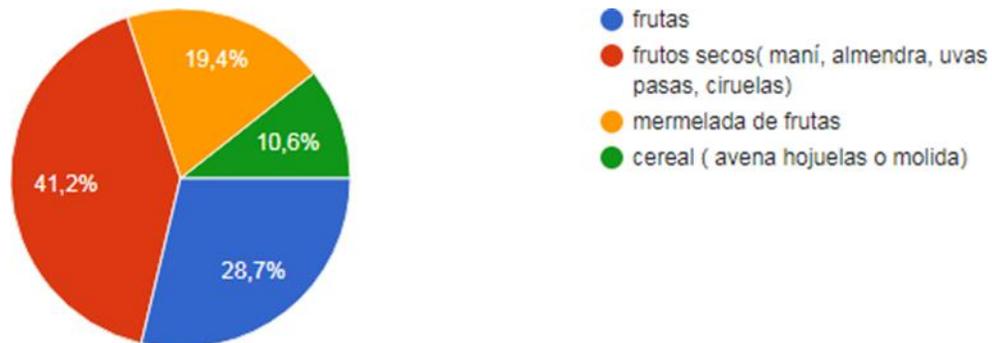


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura 35,6% consumen 3 o 4 días al mes, el 34,3% consumen 1 a 2 días al mes y 30,1% consumen tortas frecuentemente 4 a 5 días al mes.

**Figura 19**

*Como le gustaría que fuera decorada a torta*

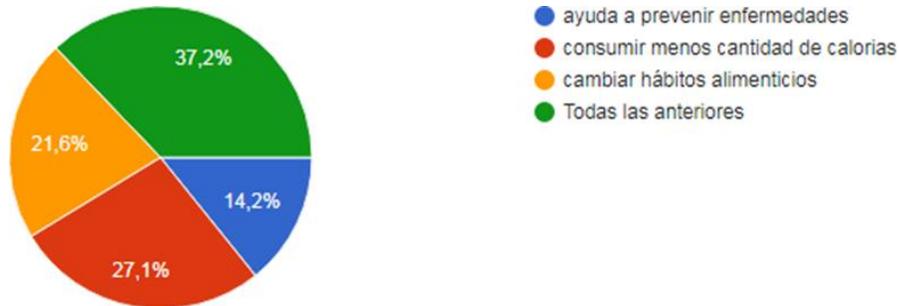


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura el 41,2% contestaron que las tortas fueran decoradas con Frutos secos (maní, almendra, uvas pasas, ciruelas), 28,7% decorada con Frutas, 19,4% con Mermelada de frutas y 10,6% con Cereales (avena hojuelas, molida).

**Figura 20**

*Que les motiva a consumir tortas saludables*

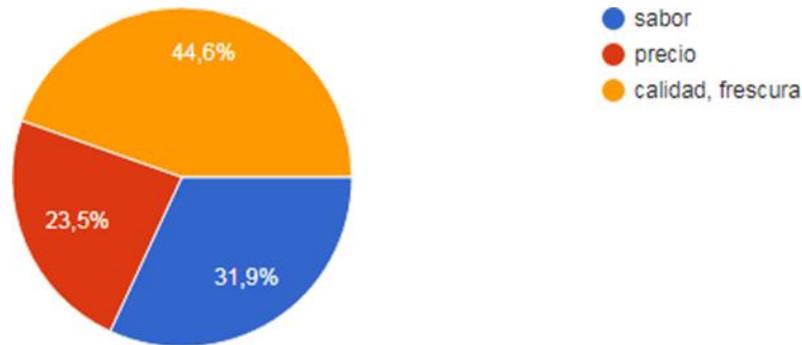


**Fuente:** elaboración propia

Como se evidencia en la figura 37,2% se siente motiva a consumir tortas saludables con respuesta de todas las anteriores preguntas, 27,1% consumen menos cantidad de calorías, 21,6 % cambiar hábitos alimenticios y 14,2% porque ayuda a prevenir enfermedades.

**Figura 21**

*Cuáles son los atributos que más aprecias en las comidas saludables*

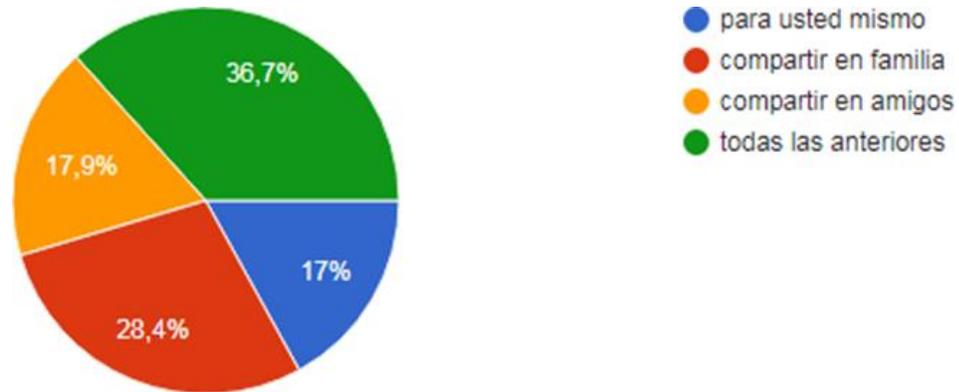


**Fuente:** Elaboración propia

Como se evidencia en la figura pregunta 44,6 % contestaron que los atributos que más se aprecia es la calidad y frescura 31,9% el sabor y 23,5% el precio.

### Figura 22

*Para quien compraría la torta saludable*

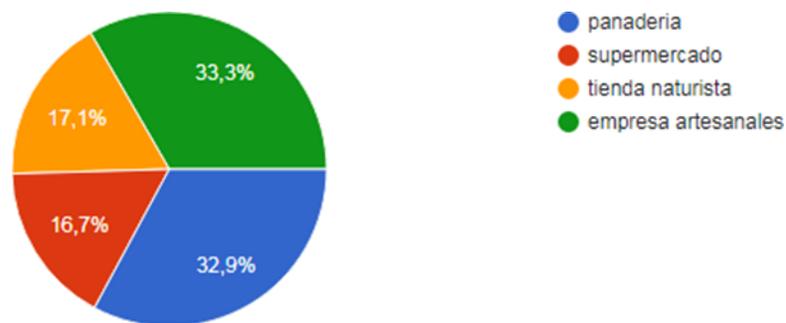


**Fuente:** Elaboración propia

Como se evidencia en la figura 36,7% contestaron todas las anteriores para quien comprarían tortas saludables, 28,4% para compartir en familia, 17,9% compartir en amigos, 17% eligieron para el consumo de usted mismo.

### Figura 23

*Donde compraría las tortas saludables*

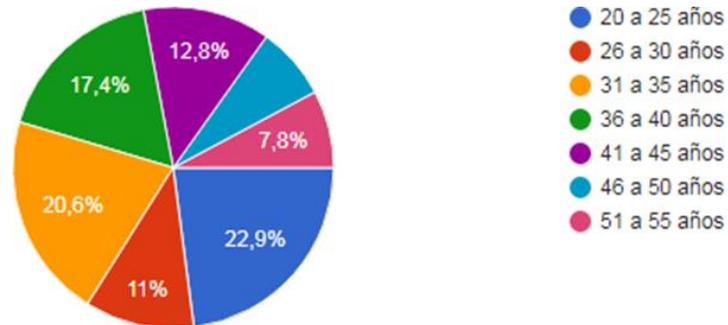


**Fuente:** Elaboración propia

Como se evidencia en la figura 33,3% prefieren comprar las tortas saludables en una empresa artesanal, 32,9% panadería, 17,1% en tienda naturista, 16,7% en un supermercado.

## Figura 24

*Cuál es su rango de edad*



**Fuente:** Elaboración propia

Como se evidencia en la figura 22,9% realizaron la encuesta las mujeres de 20 a 25 años, 20,6% de 31 a 35 años, 17,4% de 36 a 40 años, 12,8% de 41 a 45 años, 11% de 26 a 30 años, 7,8% de 51 a 55 años.

### **Conclusiones del estudio de mercado**

En la sistematización de la investigación de mercado el 59% han consumido tortas saludables, lo que permite que la unidad sea aceptada por un mercado. Así mismo en la sistematización de la investigación de mercado el 41% consumiría torta saludable elaborada con avena, azúcar splenda, almendra, ciruela.

En la sistematización de la investigación de mercado el 44,6% consumirían tortas saludables como mayor atributo a su frescura y calidad, el 36,7% dejaría de consumir tortas clásicas por tortas saludables para una mayor aceptación en el mercado. La investigación de mercado permite la toma de decisiones de la empresa, en cuanto a proyección de ventas, compra de materia prima.

## Clientes

Son mujeres entre las edades de 20 a 55 años del municipio Neiva que le gusta consumir tortas saludables y su frecuencia de compra de 1 a 5 veces por mes o para eventos. Su estilo de vida es saludable, son profesional, independientes, estudiantes, su motivación de compras es consumir menos azúcares, decoradas con Frutos secos (maní, almendra, uvas pasas, ciruelas, para minimizar el consumo de calorías.

## Competencia

Las pastelerías de Neiva ofrecen a sus consumidores una amplia variedad de tortas saludables formando parte de las dietas nutricionales por su sabor, calidad, frescura.

**Tabla 1**

### *Competencia*

Nombre	Descripción	Localización	Producto y servicio	Precios	Logística de distribución
<b>Peter pan</b>	Torta integral de nuez. Media libra	Carrera 7 n 21- 15	Panadería, pastelería	27.000	Domicilio, servicio cliente
<b>valescakes</b>	Torta de almendra y maní. 1 libra	Barrio tesoro	pastelería	55.000	Domicilio, servicio cliente
<b>Pastelería de lujo</b>	Torta almendra, torta de zanahoria. 1 Libra	Avenida la toma calle 14 n 16- 05	pastelería	60.000	domicilio

### **Fuente Elaboración propia**

Panadería y pastelería peter pan lleva en el mercado 32 años posicionándose como una de las mejores panaderías de Neiva-Huila, elaborando tortas frías, ponqué, ponqué de naranja, torta de saludable de nuez.

Valescakes lleva en el mercado 3 años en el mercado, ofreciendo tortas personalizadas en crema o patillaje para toda ocasión con amplia variedad de sabor chocolate, vainilla, red velvet, y tortas integrales endulzadas con Stevia, frutos secos y frutos rojos.

Pastelería de lujo lleva en el mercado 2 años, tiene una amplia variedad de tortas saludables torta tradicional, torta de almendra, torta de zanahoria, no cuenta con tienda física, trabaja desde casa y por encargo.

### **Estrategias de venta**

Busca mayor participación en el mercado, ser reconocida en el sector por las tortas bajas en grasas y azúcares, conocer cuáles son sus sabores prefieren y sus diseños permitiendo destacarnos por ofrecer variedades de producto y mejorar las ventas.

### **Concepto de Producto o servicio**

Dulce capricho realiza tortas con peso de 1700 gramos con ingredientes: harina, mantequilla, azúcar, polvo de hornear, cocoa, avena, almendras equivalen a la venta de una torta de 1 libra.

### **Figura 25**

*Portafolio de servicio*



**Fuente:** Elaboracion propia

### **Estrategia de distribución**

Dulce capricho cuenta con una estrategia de distribución directa, donde las ventas se realizan bajo pedido conociendo el gusto y las necesidades de los clientes, solicitando un pedido a través de redes sociales, el pedido se entrega en el punto de venta o si el cliente desea se le entrega en la casa.

## **figura 26**

### *Estrategia de distribución*



**Fuente:** elaboración propia

### **Estrategia de precio**

Dulce capricho genera una estrategia de precio y crea su precio de venta de acuerdo con sus costos de fabricación, su mano de obra y gastos administrativos, buscando obtener un margen de ganancia del 40%. Comprar la materia prima directa en fábrica y no distribuidoras para obtener precios económicos generando mayor rentabilidad.

### **Estrategia de Promoción**

La estrategia utilizada de dulce capricho será por la compra de una torta se le obsequiará la vela volcán o el tópper con mensaje de feliz cumpleaños o el nombre, el producto será entregado en el domicilio, tener un listado con las fechas en el cual los clientes realizar su pedido y para premiar su fidelización se le dará un obsequio. Crear una base de datos con números telefónicos de los clientes para publicar oferta de descuento mediante mensajería instantánea como WhatsApp o Facebook para promocionar nuevos productos.

### **Estrategia de comunicación**

La empresa le vende directamente al consumidor por medio de la página web mensajería instantánea como WhatsApp, redes sociales como Facebook e Instagram, ofreciendo la variedad de producto y la descripción de sus ingredientes.

## **Estrategia de servicio**

Torta saludables dulce capricho presenta su servicio sus clientes mediante las redes sociales o mensajería instantánea, ubicados en el municipio de Neiva-huila en el barrio chapinero carrera 10 # 17<sup>a</sup> -21. ofreciendo a sus clientes tortas baja en calorías y azúcares adoptando un estilo de alimentación saludable, Lo que destaca es la calidad de sus productos fresco y de excelente calidad. Los clientes eligen a su gusto el estilo, los colores y los ingredientes las tortas.

## **Presupuesto mezcla de mercado**

**Tabla 2**

*presupuesto mezcla del mercado de torta saludables dulce capricho*

<b>Vela volcán unidad</b>	\$1.000
<b>Tópper unidad</b>	\$ 1000
<b>Internet</b>	\$80.000
<b>Arriendo</b>	\$600.000
<b>Publicidad</b>	\$250.000

**Fuente:** Elaboración propia

## **Estrategia de Aprovisionamiento**

Para un desempeño óptimo en la producción de tortas saludables dulce capricho es lograr un enfoque preciso en el manejo de la relación con el distribuidor central ubicado en surabasto calle 38 sur# 3-250 local 125 Neiva-Huila en la cual se comercializa producto como: harina, mantequilla, azúcar, arequipe, azúcar dietética, avena, frutos secos, de acuerdo con los tipos de productos o servicios que la empresa adquiere, teniendo materias primas necesario para el desarrollo productivo de la empresa.

## Módulo de operación

En el módulo de operación se describirá cuáles son los procesos que se van a utilizar para desarrollo de producción de tortas: la ficha técnica, la descripción del proceso, estado de desarrollo, el plan de producción, la proyección de ventas, requerimiento inversión, lugar de operación, requerimiento de maquinaria, planta y equipo y el plan de compras para la empresa tortas saludables dulce capricho.

### Ficha técnica

La ficha técnica de la torta vainilla en el cual se describe las características de forma, tamaño, peso sabor y empaque.

**Tabla 3**

*Ficha técnica*

FICHA TECNICA PRODUCTO TERMINADO		
Nombre del producto	Torta vainilla 	
Descripción general y/o característica	Descripción	
La torta redonda sabor a vainilla, rellena con arequipe, cubierta con crema de mantequilla de contextura suave y esponjosa lista para consumirse.	Forma	Redonda o cuadrada
	Tamaño o peso	Mide 28 cms de ancho, 10 de alto y pesa 1.650 gramos
	Empaque	Se coloca sobre blondas y se empaca en caja de cartón
	Sabor	Los sabores desatacados es la canela, nuez moscada esencia de vainilla
Especificaciones		
Debe mantener en temperatura ambiente, no requiere de refrigeración.		

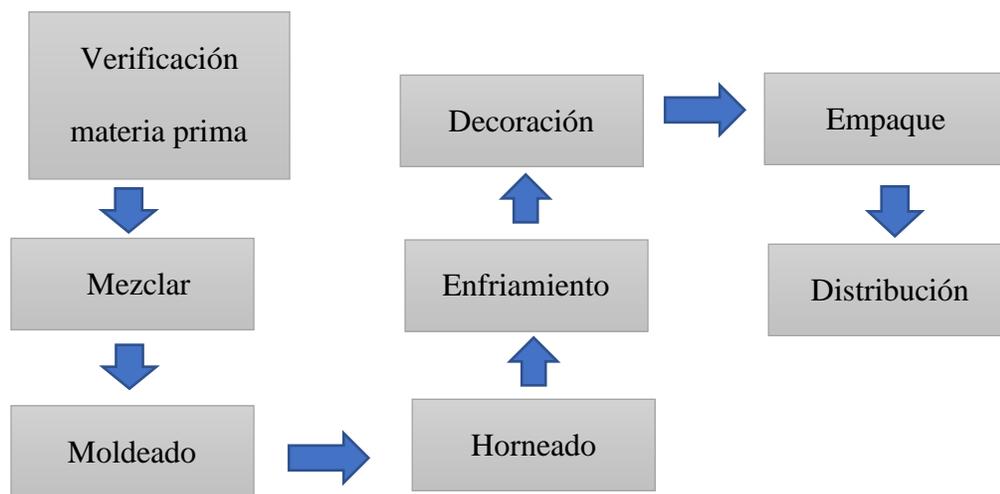
**Fuente:** Elaboración propia

## Descripción del proceso

En la siguiente figura se mostrará cual es el proceso para la elaboración de una torta de la empresa tortas saludables dulce capricho, es fundamental conocer la secuencia en los procesos de producción.

**Figura 27**

*Descripción de proceso*



**Fuente:** Elaboración propia

## Estado de desarrollo

Tortas saludables dulce capricho se encuentra en el mercado hace aproximadamente 1 año en el cual alcanzado la fidelización de 60 clientes que constantemente realizar su pedido según su diseño logrando un posicionamiento significativo en la producción de tortas saludables, enfocándonos en los productos logren una recordación positiva de los consumidores.

## Plan de producción

En la siguiente tabla se especifica los costos unitarios de materia prima necesaria para la producción de tortas según su sabor.

**Tabla 4***Plan de producción tortas saludables dulce capricho*

Costos Unitarios			Vr	Vr	Vr	Vr	Vr
			Unitario	Unitario	Unitario	Unitario	Unitario
Materia Prima (MP) e Insumos	Unidad	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Torta de vainilla con arequipe</b>							
Azúcar	GR	320,00	3,00	3,12	3,24	3,37	3,51
Mantequilla	GR	250,00	7,20	7,49	7,79	8,10	8,42
Huevos	Unidad	7,00	366,00	380,64	395,87	411,70	428,17
Esencia	CC	2,00	2,00	2,08	2,16	2,25	2,34
Harina	GR	400,00	2,70	2,81	2,92	3,04	3,16
Leche	CC	200,00	2,40	2,50	2,60	2,70	2,81
Polvo de Hornear	GR	22,00	13,00	13,52	14,06	14,62	15,21
Arequipe	GR	250,00	8,75	9,10	9,46	9,84	10,24
Nuez Moscada	GR	2,00	34,00	35,36	36,77	38,25	39,78
La caja	Unidad	1,00	1.400,00	1.456,00	1.514,24	1.574,81	1.637,80
Blonda	Unidad	1,00	400,00	416,00	432,64	449,95	467,94

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla de plan de producción se especifica el precio por gramo de cada insumo necesario para producción de torta, se proyectó en un periodo de 5 años con un incremento anual del 1,04% en los costos de materia prima.

**Proyección de ventas por unidad**

En la siguiente tabla se proyectó el precio unitario de las tortas durante un periodo de 5 años.

**Tabla 5***Proyección en precio por unidad de las tortas saludables dulce capricho*

Precios, Volúmenes y Ventas Totales		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Torta de vainilla con arequipe	\$ / unid.	27.000	29.700	32.670	35.937	39.531
Precio Torta chocolate	\$ / unid.	27.000	29.700	32.670	35.937	39.531
Precio Torta de vainilla en crema sencilla	\$ / unid.	32.000	35.200	38.720	42.592	46.851
Precio torta de chocolate en crema sencilla	\$ / unid.	32.000	35.200	38.720	42.592	46.851
Precio Personalizadas	\$ / unid.	38.000	41.800	45.980	50.578	55.636
Precio frías	\$ / unid.	40.000	44.000	48.400	53.240	58.564

**Fuente:** Elaboración propia

La proyección de precio por unidad durante un periodo de 5 años nos indica que durante el primer año el precio unitario de la torta vainilla es de \$ 27.000, torta de chocolate \$27.000, torta en crema sencilla de vainilla \$32.000, torta de chocolate en crema sencilla \$32.000, tortas personalizada \$38.000 y torta fría \$40.000, el precio de las tortas incrementara 1,1% anual.

### **Requerimientos de inversión**

Tortas saludables dulce capricho requiere de una inversión para la compra de maquinaria y equipo para el área de producción la empresa, muebles y enceres para comodidad de los clientes en el momento de consumir un producto en el punto de venta o para realizar su pedido y equipo de comunicación y computación para la toma de pedidos, el requerimiento de inversión es indispensable para brindar un servicio óptimo de la empresa

### **Requerimientos de maquinaria, planta y equipo**

Son las herramientas de trabajo necesarias para el desarrollo de la producción de tortas, son los activos fijos que posee la empresa.

### **Tabla 6**

*Requerimiento de maquinaria, planta y equipo tortas saludables dulce capricho*

<b>Inversiones Fijas</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Año 0</b>
<b>Adecuaciones y Mejoras</b>	Unidad	1	3.000.000	3.000.000
<b>Subtotal Infraestructura</b>				<b>3.000.000</b>
<b>Maquinaria y Equipos</b>				
Horno	unidad	1	1.000.000	1.000.000
Batidora	unidad	1	2.970.000	2.970.000
Moldes	unidad	20	120.000	2.400.000
Lata	unidad	12	30.000	360.000
Espátulas	unidad	3	15.000	45.000
Miserable (limpiar)	unidad	10	10.000	100.000
Mesa de acero	unidad	1	600.000	600.000
Microondas	unidad	1	250.000	250.000
Bowl acero	unidad	12	30.000	360.000
Gramera	unidad	1	80.000	80.000
Nevera	unidad	1	4.000.000	4.000.000
<b>Subtotal Maquinaria y Equipos</b>				<b>12.165.000</b>

<b>Muebles y Enseres</b>				
Sillas	unidad	3	240.000	720.000
Subtotal Muebles y Enseres				<b>720.000</b>
Impresora HP Laser	unidad	1	700.000	700.000
Computadores	unidad	1	1.800.000	1.800.000
Celular	unidad	1	600.000	600.000
<b>Subtotal Equipos de Comunicaciones, Computación</b>				<b>3.100.000</b>
<b>Total, Inversiones Fijas</b>				<b>18.985.000</b>

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla se evidencia la maquinaria requerida para el funcionamiento de la empresa tortas saludables dulce capricho, con una inversión fija en adecuaciones y mejoras por **\$3.000.000**, maquinaria y equipo **\$ 12.165.000**, muebles y enceres **\$ 720.000**, equipos de comunicación y computación por **\$ 3.100.000** para un total de inversión **\$ 18.985.000**, dicha inversión es indispensable para el proceso productivo de la empresa.

### Lugar de operación

Dulce capricho se encuentra ubicado en la carrera 10 # 17<sup>a</sup> -21 barrio chapinero en Neiva-Huila

### Figura 28

*lugar de operación*



**Fuente:** Google maps

La empresa tortas saludables dulce capricho se encuentra en la comuna 9 de Neiva-huila, ubicada en la zona centro cerca del colegio santa librada y el comando de la policia siendo favorables para que los clientes logren ubicarse rápidamente.

## Plan de compras

Describe los costos de elaboración de las tortas y la cantidad de insumo necesario para la producción.

**Tabla 7**

*Plan de compras tortas saludables dulce capricho*

Costos Unitarios Materia Prima (MP) e Insumos (I)			Vr unitario				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Torta de vainilla con arequipe</b>							
<b>Azúcar</b>	GR	320	960	998,4	1.038,34	1.079,87	1.123,06
<b>Mantequilla</b>	GR	250	1.800,00	1.872,00	1.946,88	2.024,76	2.105,75
<b>Huevos</b>	Unidad	7	2.562,00	2.664,48	2.771,06	2.881,90	2.997,18
<b>Esencia</b>	CC	2	4	4,16	4,33	4,5	4,68
<b>Harina</b>	GR	400	1.080,00	1.123,20	1.168,13	1.214,85	1.263,45
<b>Leche</b>	CC	200	480	499,2	519,17	539,93	561,53
<b>Polvo de Hornear</b>	GR	22	286	297,44	309,34	321,71	334,58
<b>Arequipe</b>	GR	250	2.187,50	2.275,00	2.366,00	2.460,64	2.559,07
<b>Nuez Moscada</b>	GR	2	68	70,72	73,55	76,49	79,55
<b>La caja</b>	Unidad	1	1.400,00	1.456,00	1.514,24	1.574,81	1.637,80
<b>Blonda</b>	Unidad	1	400	416	432,64	449,95	467,94
<b>Total, Costo Unitario Torta de vainilla</b>			11.227,50	11.676,60	12.143,66	12.629,41	13.134,59
<b>Torta de chocolate en crema</b>							
<b>Azúcar</b>	GR	450	1.350,00	1.404,00	1.460,16	1.518,57	1.579,31
<b>Mantequilla</b>	GR	430	3.096,00	3.219,84	3.348,63	3.482,58	3.621,88
<b>Huevos</b>	Unidad	4	1.464,00	1.522,56	1.583,46	1.646,80	1.712,67
<b>Esencia</b>	CC	2	4	4,16	4,33	4,5	4,68
<b>Harina</b>	GR	430	1.161,00	1.207,44	1.255,74	1.305,97	1.358,21
<b>cocoa</b>	GR	50	850	884	919,36	956,13	994,38
<b>Polvo de Hornear</b>	GR	22	286	297,44	309,34	321,71	334,58
<b>Arequipe</b>	GR	100	875	910	946,4	984,26	1.023,63
<b>Cobertura de chocolate</b>	GR	200	2.600,00	2.704,00	2.812,16	2.924,65	3.041,63
<b>La caja</b>	Unidad	1	1.400,00	1.456,00	1.514,24	1.574,81	1.637,80

<b>Blonda</b>	Unidad	1	400	416	432,64	449,95	467,94
<b>Azúcar pulverizada</b>	GR	200	960	960	960	960	960
<b>Total, Costo Unitario torta de chocolate en crema</b>			14.446,00	14.985,44	15.546,46	16.129,92	16.736,71

**Fuente:** Elaboración propia

En la tabla se describe los precios unitarios de cada ingrediente en la producción de las tortas, el valor total de la torta de chocolate es de **\$11.227** y la torta de chocolate en crema **\$14.446** en primer año. La tabla se proyectó en un periodo de 5 años, con un incremento anual \* 1,03 a partir del año 2.

## **Módulo de organización**

En el siguiente modulo se presenta la parte estrategia organizacional de la empresa tortas saludables dulce capricho en cuanto a su misión, visión, valores corporativos y su carga laboral

### **Estrategia organizacional**

#### **Misión**

Ofrecer al consumidor productos de excelente calidad, diseños y decoraciones personalizadas generando rentabilidad y crecimiento. Posicionarse como la mejor pastelería con un claro compromiso de mejoramiento para cumplir las expectativas del consumidor.

#### **Visión**

Ser reconocida por ofrecer las mejores tortas saludable en el mercado, así mismo abrir nuevos puntos de venta, dando un buen servicio a los clientes y desarrollando nuevas expectativas basadas en las experiencias adquiridas en la pastelería, también desarrollar y ampliar el área de producción.

### **valores corporativos**

#### **Amabilidad**

Nos identificamos por nuestra actitud de servicio, somos auténticos y nos exigimos una actitud generosa buscando el bienestar y el éxito.

#### **Trabajo en equipo**

Trabajar unidos para ofrecer excelente servicio mediante el respeto y tolerancias hacia nuestros compañeros, creando un ambiente laboral en armonía.

#### **Compromiso**

Obrar con liderazgo, ética, responsabilidad y disciplina para superar los obstáculos que se presenten. Ofreciendo amor y alegría en nuestra labor.

## Matriz DOFA

En la siguiente tabla se evidencia la fortaleza, debilidades oportunidades y amenazas que tiene tortas saludables dulce capricho y se generaran nuevas estrategias para el fortalecimiento de la empresa.

**Tabla 8**

*Matriz DOFA de tortas saludable dulce capricho*

	<b>Fortaleza</b>	<b>Debilidad</b>
<b>factores internos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima de excelente calidad.</li> <li>• Precios asequibles para el cliente</li> <li>• Posicionamiento en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene sitio propio</li> <li>• No tiene horno industrial instalada para la venta producidas</li> </ul>
<b>factores externos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrece variedad de sabores según como lo requiera el cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene Estrategia publicitaria</li> </ul>
<b>Oportunidad</b>	<b>Estrategias (FO)</b>	<b>Estrategias (DO)</b>
Competir con calidad y variedad	Reconocimiento por ofrecer producto de excelente calidad y posicionamiento en el mercado.	Minimizar los costos fabricación
Tendencia consumo tortas saludables	Variedad en sabor y precio según como o requiera el cliente	Construir infraestructura adecuada
Abrir nuevos puntos de venta		Crear estrategia publicitaria moderna, llamativa
Nuevos proveedores		
<b>Amenaza</b>	<b>Estrategias (FA)</b>	<b>Estrategias (DA)</b>
Agote la materia prima	Impulsar nuevos productos bajos en grasa y azucares	Tener capital para invertir en materia prima.
Las alzas de la materia prima	Crear nuevos puntos de venta para reforzar la empresa.	Contar con maquinaria necesaria para el desarrollo producción.
Saturación en el mercado vendiendo el mismo producto	Garantizar la calidad de los productos	Innovar los diseños de las tortas para que sea llamativo para los clientes.
Ingreso de nueva competencia		
cambio climático		

**Fuente:** Elaboración propia

## Organismos de apoyo

Comfamiliar del huila apoya con microcréditos a bajos interés, por medio de esta entidad se adquirió la maquinaria para la producción de las tortas, para adquirir la materia prima mis padres me dieron un capital para su compra.

## Estructura organizacional

La estructura organizacional está compuesta por cargos previstos generando orden en la empresa, clasificando la labor asignada para la toma de decisiones y desarrollo productivo de las tortas.

**Tabla 9**

*Estructura organizacional de la empresa tortas saludables dulce capricho*

IDENTIFICACION DEL CARGO					
Nombre Del Cargo	Responsabilidades claves	Formación	Experiencia	Tipo de contratación	Salario
<b>Administrador</b>	planificar, organizar y dirigir el control de la empresa asumiendo funciones con responsabilidad y compromiso.	Carrera universitaria	2 años	Termini indefinido	2.000.000
<b>Pastelero</b>	Conocer los procesos de producción de las tortas, diseño, sabor. Llevar el inventario de las tortas producidas, realizar limpieza a los utensilios de trabajo.	Bachiller	3 años	Termino indefinido	1.500.000
<b>Auxiliar venta</b>	Realizar reporte diario de las ventas. Asesorar al cliente sobre el diseño y sabor de la torta. Mantener el local limpio y ordenado. Tener una buena presentación personal.	Bachiller	1 año	Termino indefinido	1.117.000
<b>Contador</b>	Establecer procedimientos de información financiera. Digitalizar la información contable en un software contable. Realizar obligaciones fiscales	Carrera universitaria	3 años	Termino indefinido	2.000.000

**Fuente:** Elaboración propia

## **Organigrama tortas saludables dulce capricho**

Representa gráficamente la estructura organizacional que posee la empresa tortas saludables dulce capricho, en ella se visualizan el orden jerárquico, iniciando por el área administrativa.

### **Figura 29**

*Organigrama tortas saludables dulce capricho*



**Fuente:** Elaboración propia

### **Aspectos legales**

Representa los requisitos legales necesarios para constituir la empresa tortas saludables dulce capricho.

### **Permisos y licencias**

Para dar cumplimiento a la normatividad colombiana y evitar sanciones, la empresa tortas saludables dulce de productos alimenticios, debe tener en cuenta el Decreto 1879 de 2008, el cual indica los siguientes requisitos

### **Matrícula mercantil vigente**

el registro se debe hacer a más tardar un mes después de que inicie la actividad en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde se va a desarrollar la actividad. Esta matrícula se debe verificar en **RUES** (Registro Único Empresarial) para que no exista un negocio registrado con el mismo nombre.

### **Certificado Sayco & Acinpro**

En caso de necesitar hacer uso de música protegida por derechos de autor, deben pagarse los derechos correspondientes a la Organización Sayco & Acinpro (OSA).

### **Concepto sanitario**

cumplir con las condiciones sanitarias descritas en la Ley 9 de 1979, las cuales son necesarias para asegurar el bienestar y la salud de los trabajadores, como la protección del medio ambiente, la preservación de las aguas destinadas al consumo humano, la salud ocupacional y la manipulación de alimentos.

### **Curso de manipulación y alimentos**

Todo empleado debe de realizar el curso donde les enseña el manejo higiénico de los alimentos, debe de tener un carnet que lo certifica como manipulador de alimentos y pueda ejercer su labor. Este certificado puede realizarse en cualquiera de las empresas capacitadoras autorizadas por el Gobierno y tiene valides por 1 año.

### **Inscripción al RUT**

El Registro Único Tributario (RUT) permite identificar, ubicar y clasificar la pastelería tortas saludables dulce capricho, permitiendo acreditar e identificar la actividad económica, permite reconocer las obligaciones tributarias.

## **Inscripción en el RIT**

El Registro de contribuyentes del impuesto de industria y comercio o Registro de Información Tributaria (RIT), le permite a la Secretaría Distrital de Hacienda identificar, ubicar y clasificar tortas saludables dulce capricho ante impuestos como Industria y Comercio, Avisos y tableros – ICA.

## **Uso de suelo**

verificar que la actividad económica del establecimiento este autorizada para desarrollarse en la ubicación elegida de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación de cada ciudad o municipio.

## **Impuesto**

Son todas las obligaciones tributarias que la empresa tortas saludables dulce capricho debe realizar para la producción y comercialización de tortas.

**El IVA:** es un impuesto de carácter nacional, esta tarifa determina que toda empresa que venda bienes o preste servicios debe calcular un 19% adicional al valor del producto por concepto de IVA.

**El impuesto al consumo:** es un impuesto que se aplica sobre ciertos bienes y servicios, que según el estatuto tributario estén gravados con Imptoconsumo y está regulado por los artículos 512-1, como cafeterías, pastelerías y panaderías.

**Impuesto de renta:** La Declaración de Renta es un impuesto anual el cual grava las utilidades que genere la empresa del 1 de enero al 31 de diciembre de cada año. Cada año es modificada la tarifa del impuesto.

**Ica:** es un impuesto de carácter municipal que se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en jurisdicción

## Mecanismos de recaudo

**Retención en la fuente:** es un mecanismo anticipado de recaudo del impuesto de renta.

Las retenciones se manejan en dos vías, activas y pasiva

**Reteica:** es un mecanismo de recaudo anticipado, mediante el cual las personas responsables del impuesto de industria y comercio deben efectuar la retención de todos los pagos o abonos en cuenta por la compra de bienes y servicios.

## Costos Administrativos

Son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de la empresa, los costos administrativos son necesarias para el funcionamiento constante la empresa.

### Tabla 10

*Gastos de administración tortas saludables dulce capricho*

Gastos de Administración						
Rubros	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos a empleados de administración	2.000.000	20.000.000	24.832.800	25.627.450	26.675.612	27.523.897
Papelería	50.000	500.000	618.000	6.180.000	7.638.480	7.867.634
internet	50.000	500.000	618.000	6.180.000	7.638.480	7.867.634
Arriendo	500.000	5.000.000	6.180.000	6.365.400	6.556.362	6.753.053
Gastos financieros	30.000	300.000	370.800	381.924	393.382	405.183
Primas semestrales (junio-diciembre)	1.454.263	2.908.526	2.995.782	3.085.655	3.178.225	3.273.572

**Fuente:** Elaboración propia

Los costos administrativos se proyectaron de la siguiente manera sueldo empleado \$20.000.000, papelería \$ 500.000, internet \$ 500.000, arriendo \$ 5.000.000, gastos financieros \$300.000 y primas semestrales(junio-diciembre) \$2,408.52. los valores del primer año se realizaron en un periodo de 10 meses. El incremento anual \*1,03 anual a partir del 2 año.

## Módulo financiero

Apreciando los resultados del módulo financiero, la rentabilidad que se obtiene en la comercialización y venta de tortas saludables DULCE CAPRICHOS, se hace presente la viabilidad del proyecto es su capacidad, entregando los resultados esperados analizando la cualidad antes de la etapa de planificación, nos sirvió como guía para impulsar la toma de decisiones desde la comprensión integral de los parámetros del proyecto

### Proyección de ingresos

En la presente tabla proyectaremos los ingresos por la venta de tortas obtenidas en un periodo de cinco años

**Tabla 11**

*Proyección por ingresos totales y unidades vendidas de tortas saludables dulce capricho*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Torta de vainilla con arequipe	12.960.000	15.539.040	18.802.238	22.750.708	27.528.357
Ingresos Torta chocolate	23.328.000	27.970.272	33.844.029	40.951.275	49.551.043
Ingresos Torta de vainilla en crema sencilla	36.864.000	44.199.936	58.343.916	77.013.968	101.658.438
Ingresos torta de chocolate en crema sencilla	39.936.000	47.883.264	63.205.908	83.431.799	110.129.975
Ingresos Personalizadas	36.480.000	43.739.520	57.736.166	76.211.740	100.599.496
<b>Unid Vendidas por Producto</b>					
Unid Torta de vainilla con arequipe	480	523	576	633	696
Unid Torta chocolate	864	942	1.036	1.140	1.253
Unid Torta de vainilla en crema sencilla	1.152	1.256	1.507	1.808	2.170
Unid torta de chocolate en crema sencilla	1.248	1.360	1.632	1.959	2.351
Unid Personalizadas	960	1.046	1.256	1.507	1.808
Unid frías	192	209	251	301	362

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se evidencia la proyección que se realizó a los ingresos de venta por un periodo de cinco años, con incremento del 19,9 % en el primer año de la torta vainilla con arequipe, tortas de chocolate, torta de vainilla en crema, torta chocolate en crema, personalizadas y las tortas frías. Los ingresos en venta de torta de vainilla con arequipe son de **\$12.960.000** con

480 unidades vendidas, torta chocolate \$ **23.328.000** con 864 unidades vendidas, torta de vainilla en crema sencilla \$**36.864.000** con 1.152 unidades vendidas, torta de chocolate en crema sencilla \$**39.936.000** con 1,248 unidades vendidas, tortas Personalizadas \$**36.480.000** con 960 unidades vendidas, con una venta total de \$ **149.568.000** con 192 unidades vendidas proyectada en el primer año.

### **Proyección de egresos (costos y gastos)**

En esta tabla se proyectó los costos de fabricación de las tortas.

**Tabla 12**

*Proyección de costos y gastos*

<b>Otros Costos De fabricación</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Total</b>	
<b>Rubros</b>	<b>Valor</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Luz</b>	100.000	1.200.000	1.248.000	1.297.920	1.349.837	1.403.830
<b>Agua</b>	60.000	720.000	748.800	778.752	809.902	842.298
<b>Gas</b>	150.000	1.800.000	1.872.000	1.946.880	2.024.755	2.105.745

**Elaboración: Fuente propia**

Los costos indirectos de fabricación se proyectaron en un periodo de 5 años los rubros tiene un valor mensual en los servicios de luz de \$**100.000**, agua \$**60.000** y gas \$**150.000**, con un incremento de 4% anual este incremento se debe a la proyección que se realizó por el aumento en la producción de tortas.

### **Capital de trabajo**

Tortas saludables dulce capricho establece que las cuentas por pagar y a su vez las cuentas cobrar es de 0, teniendo en cuenta que las tortas se pagan de forma inmediata y la compra de los insumos de materia prima se realiza de contado. En cuanto a la rotación de

inventario de las tortas no supera los 2 días después de su elaboración, ofreciéndole a los clientes tortas frescas y excelente calidad.

### Balance general

El balance general es el análisis que se realiza para conocerla rentabilidad la empresa tortas saludable dulce capricho en un periodo de 5 años.

**Tabla 13**

#### *Balance general*

<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Efectivo</b>	0	50.868.392	95.269.898	145.395.618	236.452.051	374.026.003
<b>Total, Activo Corriente:</b>	<b>0</b>	<b>50.868.392</b>	<b>95.269.898</b>	<b>145.395.618</b>	<b>236.452.051</b>	<b>374.026.003</b>
<b>Adecuaciones y mejoras</b>	3.000.000	2.700.000	2.400.000	2.100.000	1.800.000	1.500.000
<b>Maquinaria y Equipo de Operación</b>	12.165.000	10.948.500	9.732.000	8.515.500	7.299.000	6.082.500
<b>Muebles y Enseres</b>	720.000	648.000	576.000	504.000	432.000	360.000
<b>Equipo de Oficina</b>	3.100.000	2.790.000	2.480.000	2.170.000	1.860.000	1.550.000
<b>Total, Activos Fijos:</b>	<b>18.985.000</b>	<b>17.086.500</b>	<b>15.188.000</b>	<b>13.289.500</b>	<b>11.391.000</b>	<b>9.492.500</b>
<b>Activos Diferidos</b>		5.591.000	5.591.000	5.591.000	5.591.000	5.591.000
<b>Amortización Acumulada</b>		-931.833	-1.863.667	-2.795.500	-3.727.333	-4.659.167
<b>Total, Activos Diferidos:</b>	5.591.000	4.659.167	3.727.333	2.795.500	1.863.667	931.833
<b>ACTIVO</b>	<b>24.576.000</b>	<b>72.614.059</b>	<b>114.185.231</b>	<b>161.480.618</b>	<b>249.706.718</b>	<b>384.450.336</b>
<b>Pasivo</b>						
<b>Cuentas X Pagar Proveedores</b>	0	1.529.829	1.733.054	2.120.072	2.596.833	3.184.678
<b>Impuestos X Pagar</b>	0	16.277.880	21.234.102	25.230.081	41.182.752	64.045.363
<b>Obligación Fondo Emprender (Contingente)</b>	8.820.000	8.820.000	8.820.000	8.820.000	8.820.000	8.820.000
<b>PASIVO</b>	<b>8.820.000</b>	<b>26.627.710</b>	<b>31.787.156</b>	<b>36.170.153</b>	<b>52.599.585</b>	<b>76.050.041</b>
<b>Patrimonio</b>						
<b>Capital Social</b>	15.756.000	15.756.000	15.756.000	15.756.000	15.756.000	15.756.000
<b>Reserva Legal Acumulada</b>	0	0	3.023.035	6.966.511	7.878.000	7.878.000
<b>Utilidades Retenidas</b>	0	0	24.184.279	55.732.088	96.990.878	165.824.907
<b>Utilidades del Ejercicio</b>	0	30.230.349	39.434.761	46.855.865	76.482.254	118.941.388
<b>PATRIMONIO</b>	<b>15.756.000</b>	<b>45.986.349</b>	<b>82.398.076</b>	<b>125.310.465</b>	<b>197.107.133</b>	<b>308.400.295</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>24.576.000</b>	<b>72.614.059</b>	<b>114.185.231</b>	<b>161.480.618</b>	<b>249.706.718</b>	<b>384.450.336</b>

Fuente: Elaboración propia

Este análisis ofrece información muy amplia y útil para conocer si es rentable la empresa, con activo de \$ **24.576.000** relacionado con las siguientes cuentas adecuaciones y mejoras \$**3.000.000**, maquinaria y equipo de operación \$ **12.165.000**, muebles y enseres \$**720.000**, equipo de oficina \$**3.100.000**, total activos fijos \$**18.985.000**, total, activos diferidos \$**5.591.000**. Contra un pasivo de Obligación Fondo Emprender \$ **8.820.000** y un patrimonio en Capital Social \$ **15.756.000**, reflejando en la proyección del primer una utilidad de \$ **30.230.349**, la empresa desde el primer año arroja una liquidez positiva generando ganancias.

### Estado de resultados

En la siguiente tabla se muestra los resultados de los primeros cinco de producción de la empresa

**Tabla 14**

*Estado de Resultados tortas saludables dulce capricho*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	157.248.000	188.540.352	244.087.240	316.404.068	410.646.151
<b>Materia Prima, Mano de Obra</b>	79.880.911	91.693.374	123.692.336	146.303.591	173.693.014
<b>Depreciación</b>	1.898.500	1.898.500	1.898.500	1.898.500	1.898.500
<b>Costos de Fabricación</b>	3.720.000	3.831.600	3.946.548	4.064.944	4.186.893
<b>Utilidad Bruta</b>	71.748.589	91.116.878	114.549.857	164.137.033	230.867.744
<b>Gasto de Administración</b>	23.708.526	28.892.182	40.883.116	44.865.274	46.247.245
<b>Gastos de Ventas</b>	600.000	624.000	648.960	674.918	701.915
<b>Amortización Diferidos</b>	931.833	931.833	931.833	931.833	931.833
<b>Utilidad Operativa</b>	46.508.230	60.668.863	72.085.947	117.665.007	182.986.751
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	46.508.230	60.668.863	72.085.947	117.665.007	182.986.751
<b>Impuesto renta</b>	16.277.880	21.234.102	25.230.081	41.182.752	64.045.363
<b>Utilidad Neta Final</b>	30.230.349	39.434.761	46.855.865	76.482.254	118.941.388

Fuente: Elaboración Propia

El análisis vertical expresa la venta en el primer año por un valor de \$**157.248.000** con un precio promedio de **32.117**, y equivalentes a **4.896** unidades de libra vendidas , en el cual se observa la utilidad neta final del ejercicio tiene un valor de \$ **30.230.349** en crecimiento, esto

significa que la empresa puede continuar eficientemente sus operaciones generando rentabilidad, presentando una utilidad operativa de **\$46.508.230**, restándole el impuesto de renta de **\$16.227.880** dando como resultado utilidad neta de **\$30.230.349**.

### Punto de equilibrio

En la siguiente tabla se presenta el punto de equilibrio de la empresa.

**Tabla 15**

*Tabla de costos de producción tortas saludables dulce capricho en el año 1*

<b>Costos producción</b>	<b>Año 1</b>
Precios, Volúmenes y Ventas Totales	
Precio Torta de vainilla con arequipe	27.000
Precio Torta chocolate	27.000
Precio Torta de vainilla en crema sencilla	32.000
Unidades Vendidas por Producto	
Unidades Torta de vainilla con arequipe	480
Unidades Torta chocolate	864
Unidades Torta de vainilla en crema sencilla	1.152
Costos Unitarios Materia Prima	
Costo MP Torta de vainilla con arequipe	11.228
Costo MP Torta chocolate	12.046
Costo MP Torta de vainilla en crema sencilla	12.315
Costos de Fabricación	3.720.000
Costos de mano de obra directa	16.962.023
Costos de administración	20.779.107
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>37.741.130</b>

Fuente: elaboración propia

En la tabla se evidencia los costos de fabricación de tortas durante un periodo de 1 año, costos de fabricación (servicios públicos luz, agua, gas) **\$ 3.720.000**, costos de mano de obra directa ( pastelero) **\$ 16.962.023**, costos de administración ( administrador, papelería, internet, arriendo y gastos financieros) **\$20.779.107** para un total de **\$37.741.130**.

**Tabla 16**

*Punto de equilibrio*

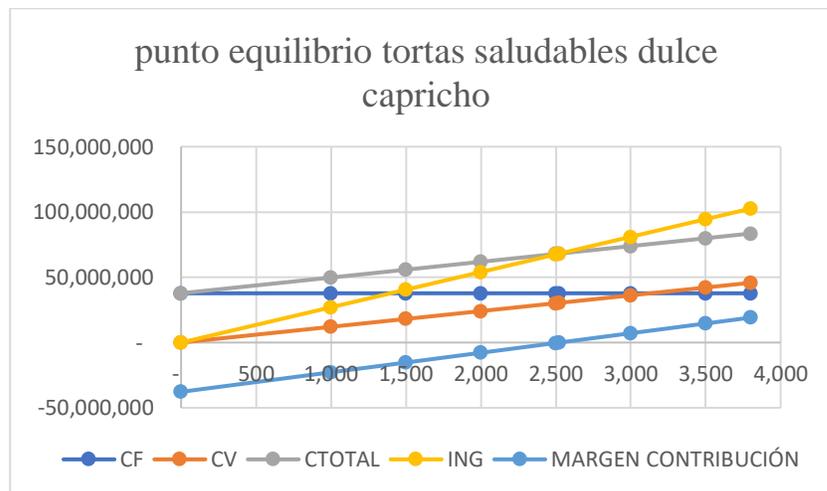
Q	CF	CV	CTOTAL	ING	MARGEN CONTRIBUCIÓN
1	37.741.130	11.228	37.752.357	27.000	- 37.725.357
1.000	37.741.130	11.227.500	48.968.630	27.000.000	- 21.968.630
1.500	37.741.130	16.841.250	54.582.380	40.500.000	- 14.082.380
2.000	37.741.130	22.455.000	60.196.130	54.000.000	- 6.196.130
<b>2.393</b>	<b>37.741.130</b>	<b>26.865.654</b>	<b>64.606.784</b>	<b>64.606.784</b>	<b>- 0</b>
2.500	37.741.130	28.068.750	65.809.880	67.500.000	1.690.121
3.000	37.741.130	33.682.500	71.423.630	81.000.000	9.576.371
3.500	37.741.130	39.296.250	77.037.380	94.500.000	17.462.621
3.800	37.741.130	42.664.500	80.405.630	102.600.000	22.194.371

Elaboración: Fuente Propia

El punto de equilibrio de la empresa torta saludable dulce capricho es **2.393** unidades vendidas tamaño de libra, es cuándo los ingresos cubren los gastos fijos y variables. Esto quiere decir que logras vender lo mismo que gastas, no se gana ni se pierde.

**Figura 30**

*punto de equilibrio*



Elaboración: Fuente propia

## Flujo de caja

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado. Facilitando la información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.

**Tabla 17**

*Flujo de caja operativa*

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Utilidad Operacional</b>		46.508.230	60.668.863	72.085.947	117.665.007	182.986.751
<b>Depreciaciones</b>		1.898.500	1.898.500	1.898.500	1.898.500	1.898.500
<b>Amortización Diferidos</b>		931.833	931.833	931.833	931.833	931.833
<b>Impuestos</b>		0	-16.277.880	-21.234.102	-25.230.081	-41.182.752
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		49.338.563	47.221.316	53.682.178	95.265.258	144.634.332
<b>Variación Cuentas por Pagar</b>	0	1.529.829	203.224	387.018	476.761	587.845
<b>Variación del Capital de Trabajo</b>	0	1.529.829	203.224	387.018	476.761	587.845
<b>Inversión en Adecuaciones y Mejoras</b>	-3.000.000	0	0	0	0	0
<b>Inversión en Maquinaria y Equipo</b>	-12.165.000	0	0	0	0	0
<b>Inversión en Muebles</b>	-720.000	0	0	0	0	0
<b>Inversión en Equipos de Oficina</b>	-3.100.000	0	0	0	0	0
<b>Inversión Activos</b>	-18.985.000	0	0	0	0	0
<b>Inversión Diferida</b>	-5.591.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-24.576.000</b>	1.529.829	203.224	387.018	476.761	587.845
<b>Desembolsos Fondo Emprender</b>	8.820.000					
<b>Dividendos Pagados</b>		0	-3.023.035	-3.943.476	-4.685.587	-7.648.225
<b>Capital</b>	15.756.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>24.576.000</b>	0	-3.023.035	-3.943.476	-4.685.587	-7.648.225
<b>Neto Periodo</b>	<b>0</b>	50.868.392	44.401.506	50.125.720	91.056.433	137.573.952
<b>Saldo anterior</b>		0	50.868.392	95.269.898	145.395.618	236.452.051
<b>Saldo siguiente</b>	<b>0</b>	50.868.392	95.269.898	145.395.618	236.452.051	374.026.003

**Elaboración: Fuente propia**

Flujo de caja es positivo indicando que la utilidad operacional está generando ganancias y que de la empresa están aumentando, lo que le permite liquidar deudas, reinvertir en la empresa,

con una inversión de \$ **24.576.000**, el valor de la inversión se realizara mediante un desembolso del fondo emprender de \$ **8.820.000** y con un capital de \$ **15.756.000**.

### **Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad**

El plan de negocio tortas saludables dulce capricho es viable ya que ha tenido aceptación en consumir tortas saludables libres de azúcares y grasa, Estamos abarcando un nuevo mercado al innovar alimentos que aportan nutrientes para la salud. En las conclusiones financieras se hace presente la viabilidad del proyecto en su capacidad, permitiendo afirmar que es factible producir y comercializar tortas saludables en el municipio de Neiva teniendo disponibilidad de materia prima e insumos de excelente calidad para la producción de tortas, contribuyendo a la generación de empleo de forma directa e indirecta, la empresa aporta desarrollo económico positivo debido a la oferta y demanda que ha obtenido en el mercado por su alto consumo requerido para festejar un acontecimiento importante, los análisis realizados para conocer la empresa desde el primer año arroja una liquidez positiva generando ganancias con una utilidad en el primer año de **\$30.230.349**, en el segundo año **\$39.434.761**, tercer año **\$ 46.855.865**, cuarto año **\$76.482.254**, quinto año **\$118.941.388** durante un periodo de 5 años. El punto de equilibrio es **2.393** unidades vendidas tamaño de libra en el año 1, es cuándo los ingresos cubren los gastos fijos y variables no se gana ni se pierde, Flujo de caja es positivo indicando que la utilidad operacional está generando ganancias, lo que le permite liquidar deudas y reinvertir en la empresa.

## **Módulo de impactos**

Identificar y definir los aspectos que contribuyen al desarrollo de los impactos económicos, regionales, social y ambiental, aportan valores indispensables para el buen funcionamiento de la empresa tortas saludables dulce capricho.

### **Impacto Económico**

Se dará generación de empleo de forma directa e indirectamente, de forma directa se contratará personal para que labore en las funciones necesarias para que la pastelería esté en funcionamiento y así mismo generar empleo de forma indirecta mediante los domiciliarios y proveedores, es un impacto positivo para la economía porque se está generando empleo.

### **Impacto Regional**

Tortas saludables dulce capricho va a contribuir al desarrollo regional y local, por medio de la generación de empleo el cual es una ventaja para la ciudad, Neiva es una ciudad con un alto índice de desempleo el cual queremos fomentar algunos puestos de trabajo para personas que se encuentren desempleadas.

### **Impacto Social**

El proyecto es brindar a los empleados una mejor calidad de vida, trabajando con respeto y todos aquellos valores que son necesario para tener un agradable ambiente laboral. Nuestro plan de negocio busca generar empleo incentivando a los trabajadores sin discriminación alguna. se brindará la oportunidad de que las personas pueda comercializar las tortas a nivel nacional mediante franquicia dando oportunidad de progreso.

### **Impacto Ambiental**

Para conservar el medio ambiente se realizará proceso de reciclaje y reutilizable con el fin minimizar la contaminación, no se emitirá sustancia química que contaminen el aire, y el agua,

no se realizará ruidos excesivos que perturben al empleado excluyéndolo de contaminación auditiva, se trabajará con proveedores que utilicen plásticos biodegradables.

## **Resumen ejecutivo**

El proyecto tortas saludables dulce capricho se encuentra ubicado en el municipio de Neiva en la dirección carrera 10# 17ª -21 en el barrio chapinero, nace con la idea de ofrecer tortas saludables baja en azúcares y grasa, siendo una opción nutritiva para aquellas personas les gusta alimentarse sanamente realizando tortas personalizadas.

Tortas saludables dulce capricho es una unidad de negocio que se ha identificado que es rentables según la investigación de mercado donde los clientes buscan alimentarse sanamente, este hábito se ha convertido en una tendencia debido que sea convertido en experiencia satisfactoria, complaciendo las necesidades de los consumidores ofreciendo tortas de excelente calidad, brindando unidad de negocio con la calidad y experiencia.

Tortas saludables dulce capricho genera estrategia tanto proyección en venta como distribución adquiriendo conocimiento sobre la industria y el mercado definiendo la viabilidad del plan de negocio dando respuesta a las necesidades de los clientes. La estructura organizacional de la empresa está compuesta por el administrador, operario y auxiliar de venta, siendo necesario para el desarrollo operacional de la empresa cada persona tiene una labor asignada generando orden en la empresa, clasificando la labor asignada para la toma de decisiones y desarrollo productivo de las tortas.

La proyección de venta requerido en el plan financiero requiere una inversión de \$80.000.000 en infraestructura, compra de maquinaria, moldes, vitrinas, publicidad. De acuerdo con la inversión tortas saludables dulce capricho presenta una utilidad operativa ante de impuesto, en el primer año \$ 30.230.349, segundo año \$39.434.76 tercer año \$46.855.865, cuarto año \$76.482.254, quinto año \$118.941.388 presenta un incremento positivo para la empresa.

A si mismo tortas saludables dulce capricho genera un impacto social porque genera empleo de forma directa e indirecta, en la elaboración del plan de negocio se pudo identificar que es un negocio rentable en el cual la finalización de plan de negocio se fortalece la empresa identificando las áreas funcionales de la misma operacional, organizacional y financiero.

## Referentes bibliográficos

- Acosta (2019) azúcares añadidos <https://www.institucionalcolombia.com/tendenciasgastronomicas/ingredientes/azucars-anadidos-un-problema-que-va-en-aumento/>
- Alarco (2019) reposterías saludables Repostería saludable: Horneados Caseros | EmprendedoresTV
- Arla (2021) Historia de la Repostería <https://www.naturarla.es/dulce-historia-de-la-reposteria/>
- Baumann (2021) como incrementar el consumo de alimentos saludables <https://www.crehana.com/mx/blog/estilo-vida/incrementar-consumo-alimentos-saludables/>
- Castelan (2021) historia de la repostería <https://www.crehana.com/co/blog/estilo-vida/historia-reposteria/>
- Contreras (2017) Escuela de Repostería <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13820/1020802712%20-2017.pdf?sequence=1>
- Cortes (2017) Aumentó en un 4.2% el consumo de alimentos saludables en Colombia <https://www.rcnradio.com/clicks/aumento-4-2-consumo-alimentos-saludables-colombia>
- García (2021) alimentos saludables aumenta 15% <https://thefoodtech.com/nutricion-y-salud/alimentos-saludables-aumenta-15-su-consumo/>
- Hernán (2019) Hábitos de vida saludables y alimentación sana <http://donasang.org/es/noticias/291/habitos-de-vida-saludables-y-alimentacion-sana>
- Jiiva (2020) repostería saludable <https://www.gourmet.cl/reposteria-saludable/>

Kirschbaum (2020) Nutrición, [https://www.clarin.com/buena-vida/pasteleria-saludable-posible-\\_0\\_ZIFveptcA.html](https://www.clarin.com/buena-vida/pasteleria-saludable-posible-_0_ZIFveptcA.html)

Maaroufi (2019) evolución de la repostería <https://cihispanoarabe.org/news/la-evolucion-de-la-reposteria-tradicional/>

Mercado (2020) consumo de azúcares y sustitutos saludables <https://vitaliasalud.com/consumo-azucar-sustitutos-saludables/>

OMS (2017) consumo responsable de los alimentos [https://www.eldiario.es/andalucia/consumoresponde/alimentacion-saludable-responsable\\_132\\_3406760.html](https://www.eldiario.es/andalucia/consumoresponde/alimentacion-saludable-responsable_132_3406760.html)

Reyes (2015) la evolución del postre <https://www.revistalabarra.com/ediciones/ed-67-click-clack-fabrica-experiencias-en-hospedaje/la-evolucion-del-postre/>

Rodríguez (2021) como incrementar el consumo de alimentos saludables <https://www.unionguajalato.mx/2021/01/22/como-incrementar-el-consumo-de-alimentos-saludables/>

Vidal (2018) nuevas tendencias en repostería <https://quescrem.es/nuevas-tendencias-en-pasteleria/>