

**CREACION DE MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCION Y  
COMERCIALIZACION DE TORTAS Y POSTRES SALUDABLES EN EL  
MUNICIPIO DE VENADILLO TOLIMA.**

**Nombre de los integrantes del grupo**

**EDNA KATHERINE VALDERRAMA RODRIGUEZ**

**ID. 646462**

**XIOMARA VICTORIA NARVAEZ**

**ID.645590**

**Nombre del docente:**

**DIEGO FERNANDO CABEZAS RODRIGUEZ**

**Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO**

**Vicerrectoría Tolima-Magdalena Medio**

**Programa de Contaduría Pública**

**2022**

**CREACION DE MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCION Y  
COMERCIALIZACION DE TORTAS Y POSTRES SALUDABLES EN EL  
MUNICIPIO DE VENADILLO TOLIMA.**

**Nombre de los integrantes del grupo**

**EDNA KATHERINE VALDERRAMA RODRIGUEZ**

**ID. 646462**

**XIOMARA VICTORIA NARVAEZ**

**ID.645590**

**TRABAJO DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**ASESOR**

**DIEGO FERNANDO CABEZAS RODRÍGUEZ**

**CONTADOR PÚBLICO**

**Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO**

**Vicerrectoría Tolima-Magdalena Medio**

**Programa de Contaduría Pública**

**2022**

## **Dedicatoria.**

Dedicado de manera especial a todas y cada una de las personas que nos ayudaron a desarrollar este trabajo. Especial agradecimiento a Dios nuestro señor por brindarnos la vida y la oportunidad de que estemos en este momento en este punto de nuestra carrera, ya a puertas de nuestro grado y poder seguir preparándonos para ejercer como Contadores Públicos.

## **Agradecimientos.**

Agradecimiento especial para nuestras familias que han sido un apoyo grandísimo para nuestra carrera, que nos apoyaron tanto económicamente como emocionalmente, compartiendo cada alegría, cada éxito y siempre preocupados porque todo nos salga de la mejor manera.

## Tabla de Contenido

Resumen.....	7
Abstract .....	8
Introducción.....	9
Marco Referencial.....	10
Antecedentes.....	10
Marco Legal.....	13
Marco Normativo.....	14
Marco Conceptual.....	15
Justificación.....	16
Objetivos .....	16
General.....	16
Específicos.....	17
Definición del problema .....	17
Antecedentes del problema .....	17
Diagnóstico y análisis sectorial .....	17
Estudio de mercado .....	19
El producto.....	19
Identificación del bien o servicio.....	19
El cliente.....	20
Segmentación del mercado.....	20
La demanda.....	20
Cálculo de la participación en el mercado .....	20
Cálculo de la demanda.....	21
2.3.2.1 Cálculo demanda Producto 1 .....	21
2.3.2.2 Cálculo demanda Producto 2 .....	22
2.3.2.3 Cálculo demanda Producto 3 .....	22
2.3.2.4 Cálculo demanda total según participación en el mercado .....	23
Matriz de perfil competitivo directo .....	23
Matriz de perfil competitivo indirecto .....	24
El precio.....	25
Fórmulas para cálculo de precio .....	25
Proyección del IPC .....	26
Proyección de los precios del producto .....	26

La distribución .....	26
Estrategias de mercadeo - <i>Marketing mix</i> .....	26
Mercado de insumos o proveedores.....	27
2.9 Proyección de gastos de ventas anuales.....	28
2.10 Encuesta.....	28
Estudio técnico.....	33
Tamaño del proyecto.....	33
Estimación del tamaño del proyecto .....	33
Capacidad .....	33
Localización del producto.....	33
Preselección de la macrolocalización.....	33
Métodos de evaluación de la macrolocalización .....	33
Macrolocalización.....	34
Preselección de los puntos de micro localización.....	34
Métodos de evaluación de la microlocalización .....	34
Microlocalización .....	35
El proceso del producto.....	35
Selección de tecnología, maquinaria y equipo .....	35
Selección de personal de producción .....	36
Selección de materia prima.....	37
Descripción del proceso de producción.....	37
Diagrama de proceso.....	40
En planta.....	41
Otros costos indirectos de producción .....	41
Estudio Organizacional .....	41
Filosofía Organizacional.....	41
Misión .....	41
Visión .....	42
Valores corporativos.....	42
Políticas institucionales .....	42
Objetivos corporativos .....	42
Estructura legal .....	43
Constitución y legalización de la organización.....	43
Estructura Administrativa .....	43

Organigrama .....	43
Descripción de las funciones .....	43
Administración de personal.....	45
Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas.....	45
4.3.3.2. Reclutamiento y contratación.....	46
Estructura salarial y prestacional .....	47
Bienestar laboral.....	48
Inversiones y gastos Administrativos .....	48
Selección de equipos de cómputo, muebles y encerres .....	48
4.4.4 Proyección de otros gastos Administrativos.....	48
Estudio Financiero.....	49
5.1 Las inversiones del proyecto .....	49
5.1.1 Inversiones fijas .....	49
5.1.2 Inversiones diferidas .....	49
5.1.3 Capital de trabajo inicial.....	49
5.1.4 Inversión total.....	50
5.2 Presupuesto de ingresos y egresos .....	50
5.2.1 presentación de los presupuestos .....	50
5.2.2 Estados financieros proyectados.....	52
5.2.2.1 Estado de pérdidas y ganancias .....	52
5.2.2.2 Flujo de caja.....	53
5.2.2.3 Estado de situación financiera .....	54
5.3 Financiamiento.....	56
5.3.1 Plan de amortización del crédito.....	56
Evaluación del proyecto.....	56
Evaluación financiera.....	56
Calculo de Tasa de oportunidad.....	56
Periodo de recuperación de la inversión .....	56
Valor presente neto VPN y Tasa interna de retorno TIR .....	57
Relación costo beneficio.....	58
Evaluación social .....	58
Beneficios y aportes sociales del proyecto .....	58
Evaluación Ambiental .....	58
Evaluación del impacto ambiental .....	58

Mitigación y compensación del impacto ambiental .....	58
CONCLUSIONES.....	59
Referencias bibliográficas .....	60

## **Resumen.**

En la actualidad en el mundo entero se ha visto en la necesidad de innovar frente a los productos como tortas, postres y hasta los productos de panadería, por lo que se hace un negocio muy rentable, además de atractivo a la vista de los consumidores que siempre quieren acompañar sus celebraciones con un rico postre o torta.

En medio de la pandemia el negocio de la repostería se tuvo que reinventarse para que la situación no los derrumbase, ofreciendo variedad de productos y de presentaciones que es lo que más llama la atención del cliente.

La Repostería Saludable Delitortas tiene como propósito establecerse en el mercado como la principal preferencia del cliente a la hora de elegir el consumo de los productos como tortas y postres en el Municipio de Venadillo y sus alrededores.

La repostería Saludable Delitortas quiere inculcar también los buenos hábitos alimenticios y esa es la principal diferencia de la competencia, ya que se ofertan productos para el cuidado de la salud de las personas que no pueden consumir alimentos azucarados como los diabéticos, incluyendo en la preparación ingredientes de buena calidad y utilizando endulzantes naturales como la Miel, panela, stevia, entre otros.

Se espera que en el largo plazo que la repostería tenga un buen reconocimiento dentro y fuera del Municipio de Venadillo, además de poder conseguir los socios que impulsen al crecimiento y logros de las metas de la Repostería.

### **Palabras Claves**

Repostería, Ventas, Clientes, Responsabilidad social, innovación, salud.

## **Abstract**

At present, the whole world has seen the need to innovate in front of products such as cakes, desserts and even bakery products, so it is a very profitable business, as well as attractive in the eyes of consumers who they always want to accompany their celebrations with a delicious dessert or cake.

In the midst of the pandemic, the confectionery business had to reinvent itself so that the situation did not collapse; offering a variety of products and presentations that is what most attracts the customer's attention.

The purpose of La Pastry Delitortas is to establish itself in the market as the client's main preference when choosing the consumption of products such as cakes and desserts in the Municipality of Venadillo and its surroundings.

The Delitortas confectionery also wants to instill good eating habits and that is the main difference from the competition, since they offer health care products for people who cannot consume sugary foods such as diabetics, including ingredients of good quality and using natural sweeteners such as honey, panela, stevia, among others.

It is expected that in the long term that the confectionery will have a good recognition within and outside the Municipality of Venadillo, in addition to being able to get the partners that promote the growth and achievement of the pastry's goals.

## **Keywords**

Confectionery, Sales, Clients, Social responsibility, innovation, health.

## **Introducción.**

La Repostería Delitortas es un emprendimiento que nace de las tradiciones familiares de una de su autora, además de las muchas celebraciones con las que se acompañan con un rico postre o torta. El comercio de la repostería en el país y en el mundo durante mucho tiempo se ha visto como una actividad atractiva, rentable y agradable al gusto de las personas que se contagian con los distintos sabores, colores y presentaciones de las tortas.

Según la revista Semana, “En Colombia existen más de 25 mil panaderías y pastelerías, que generan cerca de 400.000 empleos directos y dan cuenta de que es un negocio muy rentable, que facilita el emprendimiento y cuyos resultados financieros se ven a corto y mediano plazo.” (Semana, 2014)

En la actualidad, el sector de la panadería y la pastelería han popularizado el uso de ingredientes azucarados para la preparación de los productos, es por eso que la Repostería Delitortas busca comprometerse con el cliente a que le va a brindar un producto de buena calidad y además que cuide su salud.

## Marco Referencial.

### Antecedentes.

El negocio de la repostería a nivel mundial actualmente ha dado pasos agigantados en cuanto a la producción, comercialización y venta de productos como tortas y postres. En tanto que, con la pandemia presentada actualmente se ha reinventado totalmente esta idea de negocio, que para muchos ha sido y sigue siendo un negocio rentable.

Para lograr abordar el marco referencial proponemos diferentes definiciones que soportan la idea fundamental y teórica de la repostería como Innovación, emprendimiento, cultura de la repostería, idea de negocio y marketing.

La Innovación es un factor importante para la ejecución de cualquier idea de negocio que se tenga en mente o simplemente modificar alguna que ya exista y se pueda alcanzar determinada meta. Según Peter Drucker, “la Innovación es el instrumento específico del empresario innovador” (Drucker, 1997)

“Para Drucker, la empresa sólo tiene un Objetivo: crear clientes. Sus reflexiones apuntaron principalmente hacia la Dirección de las empresas, que, si se realiza correctamente, produce progreso económico y armonía social.

Para lograr esa correcta Dirección es necesario que toda la actividad sea conducida por Organizaciones capaces de encauzar los logros de la Sociedad del Conocimiento, para lograr éxito en las tareas del día a día de las actividades productivas.” (Guskoi, 2009)

El emprendimiento es toda acción que conlleva a representar una idea de negocio, en la cual se espera que en el futuro genere rentabilidad y se pueda alcanzar cualquier meta u objetivo financieramente hablando. “De acuerdo con Kruger (2004) y Landström (2005) los fundadores de la teoría del emprendimiento fueron Richard Cantillon (1755) y Jean Baptiste Say (1803). Cantillon (1755) fue el primero en colocar la función emprendedora en el campo de la economía, definiendo al emprendedor como un individuo que asume el riesgo de comprar un producto a un precio determinado y de venderlo a un precio incierto, además argumentó que los emprendedores estaban directamente involucrados en el equilibrio de la oferta y la demanda (Cherukara & Manalel, 2011). En el año 1803, en plena revolución industrial, Say amplió la definición de emprendedor, incluyendo la posesión de habilidades gerenciales, ya que él argumentaba que un emprendedor era capaz de coordinar

y combinar los factores de producción (Jennings, 1994; Smith & Chimucheka, 2014).”  
(TERÁN-YÉPEZ, 2020)

En la historia de la repostería podemos resaltar la publicación por parte de (Ruiz, 2014)  
“Como sabemos, los inicios de la panadería y pastelería se remontan a los egipcios, de los cuales los hebreos aprendieron las bases que, a su vez, transmitieron a los griegos y romanos. Fue en el Antiguo Egipto que se hicieron las primeras fermentaciones, que fueron heredadas a los griegos y romanos y de ahí a los galos e ibéricos, quienes realizaron alimentos fermentados como pan y vino. Con el tiempo, los árabes aprendieron a endulzar frutos secos con mieles, pero dieron el gran paso, ya que refinaban la caña de azúcar y así, revolucionaron esta época.

En la Edad Media, Catalina de Médicis se llevaría consigo a sus cocineros italianos a Francia, los cuales introducirán nuevos elementos como pastas hojaldradas, la pasta o el helado, pero cabe mencionar que Catalina también hizo su aportación más grande: el tenedor.”

En cuanto a la pastelería actual podemos encontrar diversos panoramas que según (Ruiz, 2014);

“La pastelería es el nombre que se le designa al área de preparaciones dulces dentro de una cocina, puede ser de un restaurante, una cocina de banquetes o de un hotel, entre otras. El término “pastelería” también se le asigna al establecimiento comercial donde se venden precisamente pasteles y, por ende, tenemos el oficio de pastelero.

En la actualidad, dentro de la pastelería (área dulce de cocina), encontramos al mismo tiempo el oficio de repostero-pastelero, ya que en la antigüedad el pastelero sólo creaba pasteles y el repostero trabajaba masas, rellenos, salsas, frutas confitadas y azúcares.

Entonces podemos tener esta idea más clara:

Pastelería: su oficio es el de pastelero, el cual se encarga absolutamente de crear pasteles complejos.

Repostería: su oficio es el de repostero, el cual se encarga de realizar postres clásicos; asimismo trabaja con salsas, rellenos, pastas, nougat, mermeladas, caramelos, mazapanes, bizcochos, merengues, helados, tartas y cremas.”

El marketing es la recolección y análisis de datos que ayudan a las empresas a vender sus productos. Esta información ayuda a las empresas a fabricar nuevos productos o modificar

los existentes, establecer precios, elegir los canales de distribución y crear una marca o imagen en el mercado. Los datos que las empresas utilizan en la comercialización incluyen datos demográficos del cliente, números de ventas, información sobre los competidores y las estadísticas de la industria. (Milano, s.f.)

La importancia de las bases en la repostería del mismo modo que un músico que persigue el virtuosismo, la habilidad o la destreza, debe de estudiar primero a fondo la teoría de la música y practicar arpegios y escalas, el pastelero también ha tenido que dedicar tiempo a aprender el alfabeto para dominar su técnica a la perfección. La música que toque luego sea cual sea el estilo, se asienta sobre una base universal. Lo mismo ocurre con la pastelería, pues nuestras interpretaciones se basan en principios debidamente catalogados, establecidos años atrás por las creaciones de nuestros maestros y así nace un artista. Por todo esto es muy importante conocer los ingredientes que constituyen todas estas notas que vemos dentro de la repostería, la composición y reacción de cada una, y sobre todo sus posibles aplicaciones, para poder en un futuro lograr estas nuevas creaciones de una manera correcta y bien establecida. Ninguna de las antiguas creaciones o recetas es rígida, por lo contrario, constituyen una base suficientemente flexible que nos permitirá ubicarlas en nuestras nuevas interpretaciones creativas, las cuales nos ofrecen un abanico suficientemente abierto para que nuestra imaginación se inspire en ellas. (BAEZ, 2014)

Perfil ideal del profesional en repostería si deseas conocer los distintos tipos de repostería para considerar la idea de sumergirte en este mundo de sabores dulces únicos, entonces debes saber que un profesional que se encarga de preparar y adornar los diferentes tipos de postres debe tener las siguientes características:

- Debe ser un profesional con conocimientos técnicos de repostería.
- Capaz de desempeñar diversas funciones.
- Persona creativa con el interés de inventar diferentes ideas al momento de adornar el plato.
- Capaz de inventar nuevas recetas originales.
- Persona con entusiasmo y ganas de aprender cosas nuevas. (INTERNACIONAL, 2020)

La conspiración del azúcar: lo que los gobiernos y científicos ocultaron; Durante el último cuarto de siglo, diversas investigaciones han revelado cómo grandes empresas del tabaco y

del petróleo, se han entrometido en las investigaciones científicas para ocultar los peligros de sus productos. No es nada nuevo. Con el azúcar también. Es un hecho demostrado que investigadores prominentes respaldados por la industria en la década de 1960 restaron importancia o suprimieron evidencias que identificaban el azúcar como una de las principales causas de enfermedades cardíacas.

La conspiración del azúcar se destapa en septiembre de 2016, cuando la revista de la Asociación Médica Estadounidense publica un artículo en el que un grupo de profesores de la Universidad de San Francisco se hace eco del descubrimiento de una serie de documentos internos de la industria alimentaria, los cuales desvelan que en los años sesenta la Sugar Research Foundation (SRF, la actual Sugar Association) pagó 6.500 dólares de la época (aproximadamente 48.900 hoy en día) en secreto a tres científicos especializados en nutrición de Harvard para minimizar las pruebas que vinculan el azúcar con las afecciones coronarias. (Zamorano, 2018)

### **Marco Legal.**

#### **DECRETO 3075 DE 1997**

#### **CONDICIONES BASICAS DE HIGIENE EN LA FABRICACION DE ALIMENTOS**

**ARTÍCULO 7.- BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA.** - Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto. (Colombia, 1997)

#### **CONCEPTO SANITARIO**

El establecimiento también deberá cumplir las condiciones sanitarias descritas en la Ley 9 de 1979, las cuales son necesarias para asegurar el bienestar y la salud de los trabajadores y de la población en general. Esta Ley contempla temas como la protección del medio ambiente, la preservación de las aguas destinadas al consumo humano, la salud ocupacional y, por supuesto, la manipulación de alimentos. (S.A., 2021)

#### **LEY 9 DE 1979**

En cuanto a lo concerniente con la conservación y protección del medio ambiente, control sanitario de los usos del agua, Residuos líquidos, Residuos sólidos, disposición de excretas, emisiones atmosféricas, Suministro de agua, Salud ocupacional, condiciones ambientales, entre otros.

## **DECRETO 1879 DE 2008**

Artículo 1°. Requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación. Las autoridades distritales y municipales al momento de realizar visitas de control solo podrán exigir a los propietarios de establecimientos de comercio, los siguientes documentos:

- a) Matrícula mercantil vigente expedida por la Cámara de Comercio respectiva;
- b) Comprobante de pago expedido por la autoridad legalmente competente, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias, solamente cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago por derechos de autor;
- c) Registro Nacional de Turismo, tratándose de prestadores de servicios turísticos a que se refiere el artículo 13 de la Ley 1101 de 2006.

Parágrafo. El propietario de establecimiento podrá ser sancionado por la autoridad de control competente, si no exhibe en el momento de la visita los documentos a que hace referencia el presente artículo. (COLOMBIA, 2008)

### **Marco Normativo.**

En Colombia la normatividad para crear empresa, es importante poder establecer legalmente la empresa para que pueda ser sólida, legal y lista para alcanzar las metas.

### **Pasos para crear una empresa legalmente.**

Para legalizar la creación de tu microempresa necesitarás fijar un capital suscrito para su constitución y deberás pagar por el trámite de algunos documentos ante Cámara y Comercio y ante la DIAN.

El límite del capital suscrito que podrás aportar para constitución de una microempresa en Colombia va desde 0 pesos hasta 500 SMMLV (salario mínimo mensual legal vigente).

Pero la cifra recomendada es de 10.000.000 millones de pesos.

Los documentos que deberás tramitar son: constitución de sociedad, impuesto de registro, matrícula de persona jurídica, formulario de registro mercantil e inscripción de los libros.

Todos estos trámites tendrán un costo de 251.500 pesos teniendo como referente un capital suscrito de 10.000.000 de pesos.

Para cerciorarte que no existe otra empresa con el mismo nombre que elegiste, puedes consultar el RUES (Registro Único Empresarial y Social), solo debes ingresar el nombre

con el cual quieres registrar tu empresa y el sistema te informara si existen otras empresas con el mismo nombre en Colombia. (WIKIHOW)

### **Marco Conceptual.**

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

**Repostería:** es un oficio que se encarga de preparar y decorar dulces, tales como tortas, ponqués, galletas, cremas, salsas dulces, pasteles, budines y confites. Quien ejerce este oficio se llama repostero. (reposteria, s.f.)

**Salubridad:** permite designar respecto de algo o alguien la calidad de salubre que ostenta, en tanto, cuando hablamos de salubre, nos estamos refiriendo concretamente a aquello que resulta ser bueno para nuestra salud, que implica algo saludable. (ucha, florencia, 2011)

**Salud:** implica un estado de completo bienestar físico, mental y social, o sea, tal concepción excluye a las enfermedades y afecciones y toma muy en cuenta el espíritu y la mente, es decir, una persona es cuerpo y mente y por caso cuando ambas cuestiones se encuentren en equilibrio se podrá hablar de una buena y completa salud. (ucha, florencia, 2011)

**Salud Pública:** De acuerdo con la Ley 1122 de 2007 la salud pública está constituida por un conjunto de políticas que busca garantizar de manera integrada, la salud de la población por medio de acciones dirigidas tanto de manera individual como colectiva ya que sus resultados se constituyen en indicadores de las condiciones de vida, bienestar y desarrollo. (MINSALUD, MINSALUD - la proteccion es de todos , 2021)

**Emprendimiento:** se refiere a la acción de comenzar un proceso que implica todas las funciones, tareas y actividades asociadas a la percepción de oportunidades y a la creación estratégica de una organización para conseguirlas. (emprendimiento, 2021)

**Comercialización:** es una práctica muy antigua, en sus comienzos se utilizaba el trueque como una forma de intercambio, para conseguir esos productos a los que no se tenía acceso. Desde la antigüedad hasta nuestros días, la comercialización ha ido evolucionando, y uno de los factores que ha favorecido el comercio, han sido los tratados comerciales. (Economipedia, 2017)

**Producción:** es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer una necesidad. (Quiroa, 2020)

### **Justificación.**

En el municipio de Venadillo hay aproximadamente 18.576 Habitantes en la zona urbana y rural, el Municipio cuenta con 385 establecimientos de comercio, de los cuales el 26% lo comprenden tiendas, un 6% cada uno en papelerías, peluquerías y un 3% panaderías y reposterías, siendo un escenario idóneo para poder cumplir con la proyección de nuestra microempresa y aprovechar que la competencia es baja, los productos que ofrece la repostería es la solución para muchas personas que no pueden consumir productos azucarados y que además poseen condición de obesidad que es la problemática que más afecta a la población, es por ello que la repostería ha pensado en todas aquellas personas que no pueden gozar un rico producto torta o postre por el alto contenido de azúcares y harinas que son tan perjudiciales para la salud, según (MINSALUD, 2020) “3 de cada 100 colombianos tiene diabetes mellitus. Sin embargo, se estima que el número real es mucho más elevado y una de cada 10 personas en Colombia sufre de esta enfermedad y esto se debe a que casi la mitad de los individuos con esta patología no saben que están enfermos”. La producción de postres en el municipio de venadillo se puede evidenciar que la existencia de empresas con las características tales como postres bajos en azúcar refinada, sin lactosa ni gluten son muy difícil de conseguir, pero no quiere decir que no existan, empresas dedicadas a la repostería saludable; por consiguiente si hay organizaciones que dentro de su catálogo venden productos bajos en azúcares, pero estas no se dedican completamente a la producción de un producto con todas las cualidades antes mencionadas para satisfacer a este nicho de mercado. El sobrepeso en Colombia es una problemática que crece a grandes escalas y que por las circunstancias de la pandemia ha cobrado muchas vidas y son las más propensas a hospitalización.

### **Objetivos**

#### **General**

Diseñar propuesta productiva para determinar la viabilidad de implementar la producción y comercialización de tortas y postres saludables en el Municipio de Venadillo Tolima.

## Específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado para conocer la problemática de nuestros clientes.
- ❖ Analizar la implementación de la idea de negocio en cuanto a la satisfacción de los clientes, competencia y viabilidad de la idea de negocio.
- ❖ Garantizar a nuestros clientes productos saludables y de alta calidad.
- ❖ Determinar financieramente si el proyecto genera o no utilidades para la sostenibilidad del mismo.

## Definición del problema

### Antecedentes del problema

El sector panadero en Colombia continúa en crecimiento, el país se encuentra en el quinto lugar de consumo per cápita de pan con 22 kilos por año, y el 70 % de la población colombiana consume pan a diario, según un estudio realizado por Taste Tomorrow; Sin embargo, el consumo de pan está más focalizado en la población adulta, ya que los jóvenes están experimentando otro tipo de alimentos con ingredientes innovadores. (Nonsoque, 2017)

En la actualidad, el sector de la panadería y la pastelería ha popularizado el uso de ingredientes naturales en la preparación de los productos, con el fin de entregar productos más saludables que cuiden la salud de los consumidores.

Para cubrir este mercado en constante transformación, hacer frente a la competencia y ampliar la demanda, es importante innovar en el portafolio de productos, salir de lo convencional y brindar nuevas alternativas a los clientes.

¿Qué viabilidad hay en la implementación de una repostería saludable en el municipio de Venadillo Tolima?

### Diagnóstico y análisis sectorial

- **El problema principal o problemas principales del sector económico donde se ubica el proyecto.**

- ❖ El desempleo.
- ❖ Salud.
- ❖ Corrupción.
- ❖ Vías.

- **Causas y efectos de los problemas identificados del sector económico donde se ubica el proyecto.**

- ❖ Faltas de puestos de trabajo, productividad y calidad del empleo.
- ❖ Aumento en el gasto público en salud.
- ❖ Presiones y aliados políticos.
- ❖ Vías en estado de deterioro, poca contratación para arreglar las vías principales y secundarias.

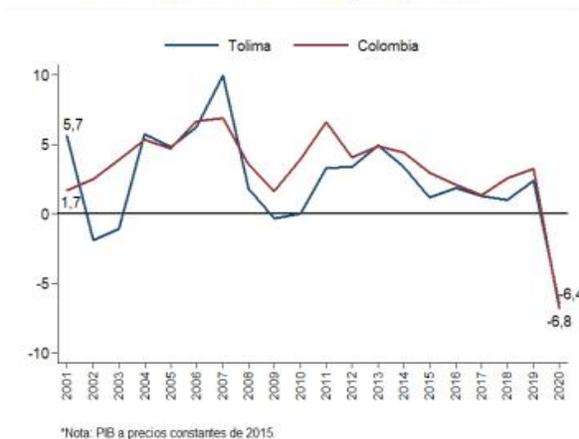
- **Reseña histórica del sector económico donde se ubica el proyecto**

Según su historia Venadillo cuenta con 3 fundaciones desde 1560 hasta 1863. El caserío se afianzó el 2 de septiembre de 1560 cuando recibió su título de Primera Fundación por Bartolomé de Frías y Carvajal. El 29 de noviembre de 1596 se realiza la Segunda Fundación por don Juan García de Herrera, quien fue el primer alcalde y La Tercera Fundación ocurre en el año de 1710 a cargo de Manuel Antonio Maldonado Martínez. El 21 de febrero de 1863 fue erigido como municipio mediante ley y se inauguró como tal el 1 de enero de 1864. La economía del municipio depende principalmente del cultivo de arroz, maíz, sorgo y algodón además de la ganadería y el comercio. En el sector turístico el municipio se encuentra posicionado como un destino gastronómico por excelencia, ya que es reconocido a nivel nacional por su deliciosa avena y fritanga. Venadillo deriva su nombre de variedad o raza de venado, que se crían aún en los bosques, cerca de las quebradas; según los cronistas en la época de la conquista, fue encontrado un venadito domesticado por el cacique Ponjo, de la tribu los Tolonies en las orillas del río que hoy lleva su nombre. En su homenaje se construyó el monumento “Los Venados” en el parque principal. Venadillo cuenta con 29 veredas agrupadas en tres corregimientos que son Junín, Malabar y Palmarosa mientras que el casco urbano está dividido en 12 barrios. (venadillo, s.f.)

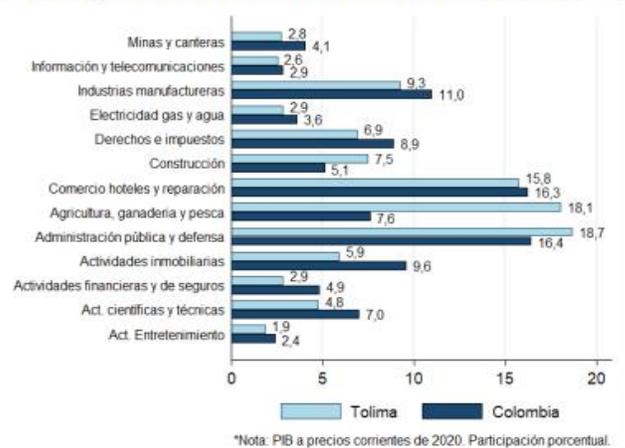
- **Crecimiento del sector económico donde se ubica el proyecto (gráficas)**

Grafico 1. Variación anual PIB departamento del Tolima.

Variación anual ( %) PIB\*



Composición sectorial del PIB 2020



Fuente: Cuentas departamentales- DANE. (MINCOMERCIO, PERFILES ECONOMICOS DEPARTAMENTALES , 2022)

Este grafico nos indica el crecimiento económico que ha tenido el departamento del Tolima desde el 2001 hasta el año 2020, experimentando tasas de crecimiento negativas, en contraste con la recuperación observada a nivel regional y nacional, podemos decir que con la pandemia del COVID-19 el sector económico del Tolima ha tenido muchas variaciones negativas.

## Estudio de mercado

### El producto

Identificación del bien o servicio

Bien o servicio	Presentación	Ficha técnica	Productos secundarios	Productos sustitutos	Productos complementarios
TORTA DE CHOCOLATE	KL, LIBRA, MEDIA LIBRA, CUARTO DE LIBRA	Bizcochuelo de cocoa, harina refinada, endulzado con Stevia o miel.	Chocolate light corona, harina integral o de arroz, panela.	Harina integral o de arroz, panela, pasas, vainilla, canela, sacarina.	Frutas, galletas, pastillaje, fotos en hoja de arroz, almendras, nueces.
TORTA DE VAINILLA	KL, LIBRA, MEDIA LIBRA, CUARTO DE LIBRA	Bizcocho sabor a vainilla, harina refinada, endulzado con Stevia o miel.	Harina: integral, avena, vainilla, panela.	Harina integral, arroz, avena,	Frutas, galletas, pastillaje, fotos en hoja de arroz,

				vainilla, canela.	almendras, nueces, cereal.
<b>POSTRES:</b>	KL, LIBRA, MEDIA LIBRA, CUARTO DE LIBRA	Postres hechos a base de productos lácteos, frutas naturales, gelatina y grenetina o gelatina sin sabor.	Leche deslactosada, leche descremada.	Leche deslactosada, leche descremada, gelatinas light.	Frutas, galletas, nueces, galletas bajas en azúcar.
- Maracuyá					
- Mora.					
- Fresa					
- Mosaico					
- Uchuva					
- Uva					
- Flan.					
- Chocoflan.					

## El cliente

### Segmentación del mercado

Identificación de las características del cliente potencial objetivo	Número de personas o población objetivo	Descripción demográfica de la población objetivo	Sitios de compra de la población objetivo	Periodos de compra de la población objetivo
<b>Población general del municipio de Venadillo Tolima</b>	19.973	Nivel socioeconómico; 1,2, 3, 4 Edad: 1 año en Adelante. Personas en condición de obesidad, diabetes o sin afectaciones de salud.	Supermercados, panaderías, tiendas.	365 días del año

## La demanda

### Cálculo de la participación en el mercado

Responda las siguientes preguntas y, con base en la respuesta, calcule los porcentajes de participación en el mercado en el cuadro “**GUÍA DE APROXIMACIONES DE PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO**”

1. ¿Qué tan grandes son sus competidores?
  - a. Grandes
  - b. Pymes**
  - c. Sin competencia
  
2. ¿Qué tantos competidores tienen?

- a. Muchos
- b. Algunos**
- c. Uno
- d. Sin competencia

3. ¿Qué tan similares son los productos de sus competidores con los suyos?

- a. Similares
- b. Diferentes**
- c. Sin competencia

### GUÍA DE APROXIMACIONES DE PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO

N°	¿Qué tan grandes son sus competidores?	¿Qué tantos competidores tiene?	¿Qué tan similares son los productos de sus competidores con los suyos?	Porcentaje de participación competencia	¿Cuál parece ser su porcentaje sobre la brecha de mercado?
1	Grandes	Muchos	Similares	90 %	0 % - 5 %
2	Grandes	Algunos	Similares	82 %	0 % - 5 %
3	Grandes	Uno	Similares	74 %	0,5 % - 5 %
4	Grandes	Muchos	Diferentes	66 %	0,5 % - 5 %
5	Grandes	Algunos	Diferentes	58 %	0,5 % - 5 %
6	Grandes	Uno	Diferentes	50 %	10 % - 15 %
7	Pymes	Muchos	Similares	42 %	5 % - 10 %
8	Pymes	Algunos	Similares	34 %	10 % - 15 %
9	Pymes	Muchos	Diferentes	26 %	10 % - 15 %
10	Pymes	Algunos	Diferentes	18 %	20 % - 30 %
11	Pymes	Uno	Similares	10 %	30 % - 50 %
12	Pymes	Uno	Diferentes	2 %	40 % - 80 %
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	0 %	80 % - 100 %

Porcentaje de participación competencia	<b>18%</b>
¿Cuál parece ser su porcentaje de participación en el mercado sobre la brecha de mercado?	20% - 30%

### Cálculo de la demanda

*Población objetivo* = 19.973

*Población que compraría* = 98.4%

$$19.973 * 98,4\% = 19.653,43 \approx 19.653$$

#### 2.3.2.1 Cálculo demanda Producto 1

*Población que compraría el producto 1* = 48.8%

$$19.653 * 48.8\% = 9.590,664 \approx 9.591$$

*Frecuencia de compra*

$$1 \text{ vez por año} = 62.3 \%$$

$$2 \text{ veces por año} = 35.3 \%$$

$$3 \text{ veces en el año} = 4.2\%$$

$$9.591 * 62.3\% * 1 = 5.975 \text{ unidades}$$

$$9.591 * 35.3\% * 2 = 6.771 \text{ unidades}$$

$$9.591 * 4.2\% * 3 = 1.208 \text{ unidades}$$

$$\text{Total demanda producto 1} = 13.954 \text{ unidades}$$

### 2.3.2.2 Cálculo demanda Producto 2

$$\text{Población que compraría el producto 2} = 51,2 \%$$

$$19.973 * 51,2 \% = 10.226$$

*Frecuencia de compra*

$$1 \text{ vez por año} = 62,3 \%$$

$$2 \text{ veces por año} = 33,5 \%$$

$$3 \text{ veces en el año} = 4.2 \%$$

$$10.226 * 62,3 \% * 1 = 637.079,8 \approx 637.080 \text{ unds.}$$

$$10.226 * 33,5 \% * 2 = 6.851 \text{ unds.}$$

$$10.226 * 4.2 \% * 3 = 1.288 \text{ unds.}$$

$$\text{Total demanda producto 2} = 645.219 \text{ unidades unds.}$$

### 2.3.2.3 Cálculo demanda Producto 3

$$\text{Población que compraría el producto 3} = 0\%$$

$$19.973 * 2\% = 0$$

### *Frecuencia de compra*

1 vez por año = 52,3

2 veces por año = 33,5 %

3 veces en el año = 4,2 %

0 \* 52,3% 1 = 0 unds

0 \* 33,5 % 2 = 0 unds

0 \* 42% 3 = 0 unds

*Total demanda producto 3 = 0 unds.*

#### 2.3.2.4 Cálculo demanda total según participación en el mercado

*Participación en el mercado para el producto 1 = 20 %*

*Total demanda producto 1 = 13.954*

13.954 \* 20 % = 2.791 unidades

*Participación en el mercado para el producto 2 = 20 %*

645.219 \* 20 % = 129.044 unidades

*Participación en el mercado para el producto 3 = 20 %*

0 \* 20 % = 0 unds

*Total unidades para producir =*

2.791      129.044 + 0 = 131.835 unds

### **2.4. La oferta**

#### **Matriz de perfil competitivo directo**

Competidor directo	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
--------------------	-----------	----------------------	-----------	-----------------------	-----------------

Panadería la Esperanza	Carrera 5 No. 532 Venadillo	Lunes a domingos	3133488455	Panadería, pastelería y cafetería la esperanza	Panadería, pastelería y cafetería
Tortas RUFÍ	Venadillo	Lunes a domingos	3127443132	Pastelería	Pastelería
Panadería y pastelería Donald	Calle 2 No. 4-56 Venadillo	Lunes a domingo	2841864	Panadería y pastelería Donald Venadillo Tolima	Panadería y pastelería

Factores críticos de éxito	Nombre Empresa A			Nombre Empresa B		Nombre Empresa C	
	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Reputación de la marca	0.20	5	5.20	8	8.20	7	7.20
Nivel de integración de productos	0.10	5	5.10	7	7.10	8	8.10
Rango de productos	0.08	6	6.08	6	6.08	6	6.08
Nuevas introducciones exitosas	0.10	4	4.10	6	6.10	8	8.10
Participación de mercado	0.10	4	4.10	5	5.10	7	7.10
Ventas por empleado	0.05	4	4.05	3	3.05	5	5.05
Estructura de bajo costo	0.07	3	3.07	6	6.07	5	5.07
Variedad de los canales de distribución	0.05	6	6.05	4	4.05	7	7.05
Retención de consumidores	0.03	5	5.03	7	7.03	7	7.03
Capacidad tecnológica	0.10	5	5.10	5	5.10	6	6.10
Ventas <i>on line</i>	0.05	3	3.05	5	5.05	5	5.05
Promociones	0.07	2	2.07	2	2.07	2	2.07
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>53</b>		<b>65</b>		<b>74</b>

### Matriz de perfil competitivo indirecto

Competidor indirecto	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
<b>Tienda ARA</b>	<b>CARRERA 5 No. 3-95 Venadillo</b>	<b>Lunes a Domingo 8 a.m. a 9 a.m.</b>		<b>Almacenes Ara venadillo página web</b>	<b>Supermercado</b>
<b>Justo y bueno</b>	<b>Carrera 5 No. 3-74</b>	<b>Lunes a Domingo 8 a.m. a 9 a.m.</b>		<b>justoybueno.com</b>	<b>supermercado</b>

Postres Rosita	Manzana c casa 23 Barrio pavimentos	Lunes a domingo 8 a.m a 6 a.m.		No tiene	Venta de postres.
----------------	--	---	--	----------	----------------------

	Nombre Empresa A		Nombre Empresa B		Nombre Empresa C		
Factores críticos de éxito	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Reputación de la marca	0.20	7	7.20	6	6.20	5	5.20
Nivel de integración de productos	0.10	5	5.10	5	5.10	6	6.10
Rango de productos	0.08	4	4.08	3	3.08	7	7.08
Nuevas introducciones exitosas	0.10	3	3.10	4	4.10	6	6.10
Participación de mercado	0.10	6	6.10	5	5.10	5	5.10
Ventas por empleado	0.05	4	4.05	3	3.05	7	7.05
Estructura de bajo costo	0.07	6	6.07	6	6.07	6	6.07
Variedad de los canales de distribución	0.05	3	3.05	3	3.05	7	7.05
Retención de consumidores	0.03	5	5.03	5	5.03	7	7.03
Capacidad tecnológica	0.10	5	5.10	4	4.10	5	5.10
Ventas on line	0.05	2	2.05	2	2.05	1	1.05
Promociones	0.07	1	1.07	1	1.07	4	4.07
<b>Total</b>	1.00		52		48		67

## El precio

Fórmulas para cálculo de precio

$\text{Precio} = \text{Costo} + (\text{costo} \times \% \text{ margen})$
$\text{Precio} = \text{Costo} / (1 - \% \text{ margen})$
$\text{Precio} = \text{Costo} * (100 / 100 - \text{margen}).$

**Calcule el precio de las tres presentaciones con alguna de las anteriores fórmulas**

Presentación producto	Costo	Margen	Precio
TORTA DE CHOCOLATE – 1 KILO	25.500	30%	\$33.150
TORTA DE VAINILLA – 1 KILO	24.000	30%	\$31.200
POSTRES – 1 KILO	25.000	30%	\$32.500

### Proyección del IPC

Año	Valor de la serie de tiempo (porcentaje IPC)	Pronóstico de la i-ésima año con promedios móviles para 5 años
2016	1.99	
2017	2.01	
2018	1.99	
2019	2.01	
2020	1.95	
2021	1.7	$(1.99+2.01+1.99+2.01+1.95)/5=1.99$
2022	2.5	$(2.01+1.99+2.01+1.95+1.7)/5= 1.93$
2023	2.2	$(1.99+2.01+1.95+1.7+2.5)/5= 2.03$
2024	2.3	$( 2.01+1.95+1.7+2.5 +2.2)/5= 2.07$
2025	2.1	$(1.95+1.7+2.5+2.2+2.3)/5= 2.13$

### Proyección de los precios del producto

	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Torta de chocolate</b>	33.150	39.780	49.725	63.150	82.095
Torta de vanilla	31.200	37.440	46.800	59.436	77.266
<b>Postres</b>	32500	39.000	48.750	61.912	80.485

### La distribución

	Detalle	Costos
Tipo de transporte	Moto	<b>15.000 mensuales</b>
Empaque	Cajas de carton Plástico	<b>1.200 por cada producto</b>
Embalaje	Cajas de cartón Cajitas plásticas	<b>1.200 por cada producto</b>

### Estrategias de mercadeo - *Marketing mix*

	Producto	Precio	Plaza	Promoción
Objetivo	<b>Producir y comercializar productos de repostería saludables.</b>	<b>Negociación de precios con los proveedores.</b>	Sostener la calidad, diversificar geográficamente la empresa	<b>Consolidación y crecimiento en el mercado.</b>
Estrategia	<b>Buscan destacar al producto con el empaque que lo cataloga como si fuera importado por calidad mas no por cantidad el empaque</b>	<b>Conseguir proveedores alternos.</b>	Apertura de un punto físico en el Municipio de Venadillo Tolima.	<b>Campañas por redes sociales para promocionar los productos y que las personas puedan ver nuestro valor agregado y el</b>

	<b>buscamos que sea llamativo, que conserve el producto, y que lo proteja.</b>			<b>compromiso que tenemos por cuidar la salud de las personas.</b>
<b>Actividades</b>	<b>Desarrollo de nuevos productos, con ingredientes nuevos para los clientes.</b>	<b>base de datos de proveedores de productos especializados</b>	<b>Sostener la calidad.</b>	<b>Elaborar rellenos saludables aptos para las principales personas objetivo del proyecto.</b>
<b>Presupuesto</b>	<b>3.000.000</b>	<b>2.000.000.</b>	<b>3.000.000</b>	<b>1.000.000</b>
<b>Responsable</b>	<b>Administradora y repostera</b>	<b>Administradora y repostera</b>	<b>Administradora y repostera</b>	<b>Administradora y repostera</b>

### Mercado de insumos o proveedores

Proveedor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Harinas & Mas, productos panadería y repostería	Calle 17 No. 1-79 Ibagué - Tolima	Lunes a domingo 8 a.m. a 6 p.m.	3208854156	INSTAGRAM-harinasymasibague	Venta de utensilios para repostería, fotos comestibles
Harinas del Norte S.A.S.	Carrera 5 No. 96 – 306 Ibague Tolima	Lunes a sábado 8 a.m. a 7 p.m. domingos 8 a.m. a 1 p.m.	3176489595	Facebook Harinas del Norte S.A.S.	Venta de escencias, fondant, coberturas, mezclas listas, cremas vegetales.
Lacteos S.J. leche la Esmeralda	Calle 21 No. 3-44 B/ El Carmen Ibague Tolima	Lunes a viernes de 6 a.m. a 5 p.m. sábado de 6 a .m. a 3:30 p.m.	3105576625	Facebook Lacteos S.J. Leche La Esmeralda	Venta de yogurt, kumis, queso, leche deslactosada

Factores críticos de éxito	Peso	Nombre Empresa A		Nombre Empresa B		Nombre Empresa C	
		Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Reputación de la marca	0.20	9	9.20	6	6.20	5	5.20
Nivel de integración de productos	0.10	6	6.10	7	7.10	6	6.10
Rango de productos	0.08	9	9.08	7	7.08	8	8.08
Nuevas introducciones exitosas	0.10	7	7.10	5	5.10	5	5.10
Participación de mercado	0.10	8	8.10	6	6.10	7	7.10
Ventas por empleado	0.05	4	4.05	4	4.05	7	7.05
Estructura de bajo costo	0.07	7	7.07	8	7.07	7	7.07
Variedad de los canales de distribución	0.05	5	5.05	5	5.05	6	6.05
Retención de consumidores	0.03	7	7.05	8	8.03	7	7.03
Capacidad tecnológica	0.10	8	8.10	8	8.10	7	7.10
Ventas <i>on line</i>	0.05	6	6.05	7	7.05	7	7.05
Promociones	0.07	8	8.07	5	5.07	3	3.07
<b>Total</b>	1.00		85.02		76		76

## 2.9 Proyección de gastos de ventas anuales

	2021	2022	2023	2024	2025
Salario personal de ventas	12.000.000	15.600.000	20.400.000	35.280.000	62.400.000
Publicidad y promoción	1.000.000	300.000	450.000	500.000	1.500.000
Arriendo punto de venta	2.400.000	2.640.000	3.000.000	4.200.000	5.040.000
Servicios públicos punto de venta	840.000	860.000	900.000	1.150.000	1.900.000
Distribución	180.000	240.000	300.000	400.000	480.000
Viáticos personal de ventas	0	0	0	250.000	400.000
Otros	1.500.000	1.000.000	800.000	400.000	120.000
<b>Total</b>	17.920.000	20.640.000	25.850.000	42.180.000	71.840.000

## 2.10 Encuesta.

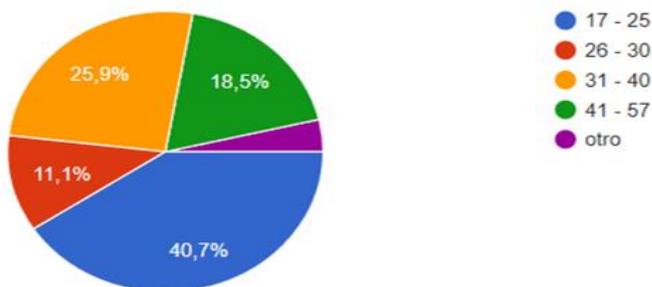
### FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

DESCRIPCION	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN POR PRODUCTOS DE REPOSTERÍA (TORTAS Y POSTRES) SALUDABLES Y VIABILIDAD DE IMPLEMENTACION EN EL MUNICIPIO DE VENADILLO TOLIMA.
OBJETIVO	Ver el impacto que generaría la creación de una repostería saludable en el municipio de Venadillo Tolima.
UNIVERSO	Hombres y mujeres de los 17 años en adelante
TIPO DE MUESTRA	Muestral
CANTIDAD Y TIPO DE ENCUESTA	La encuesta se realizó a una población de 200 personas de manera virtual.
FECHA DE REALIZACION DE LA ENCUESTA	22 de Agosto del 2021

15 gráficas de la “Encuesta de Estudio de Mercado para el curso de Formulación y evaluación de proyectos”

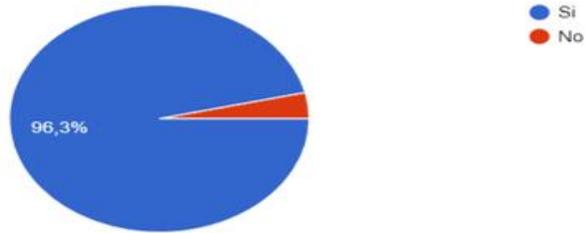
En que rango de edad encuentras?

200 respuestas



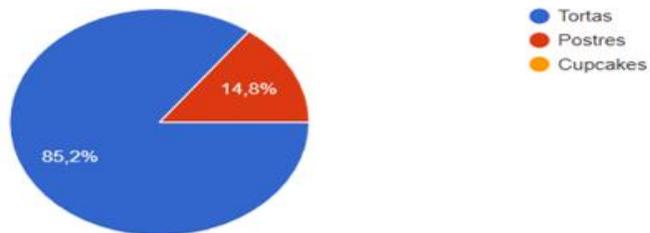
Consumen usted tortas?

200 respuestas



Como prefieres acompañar una celebración.

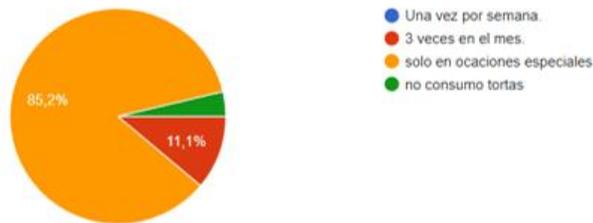
200 respuestas



Con que frecuencia consume tortas?

[Copiar](#)

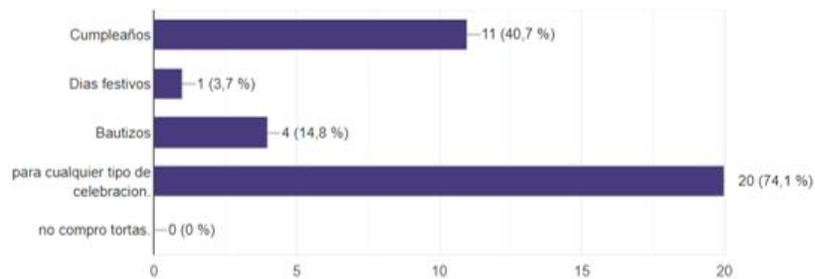
200 respuestas



En que ocasiones compra usted tortas?

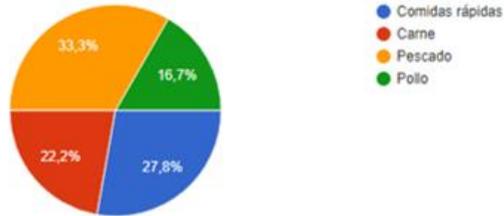
[Copiar](#)

200 respuestas



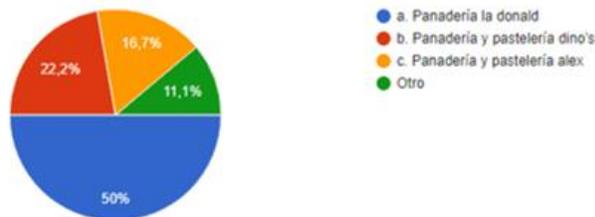
Si no consume tortas saludables ¿Qué le gusta consumir o cómo lo sustituye?

200 respuestas



¿Cuáles son las empresas más reconocidas de torta que conoce?

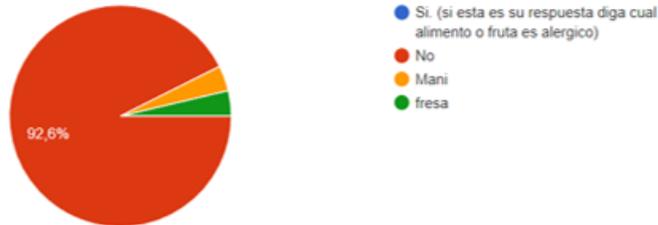
200 respuestas



¿Tienes alguna alergia o restricción alimentaria?

[Copiar](#)

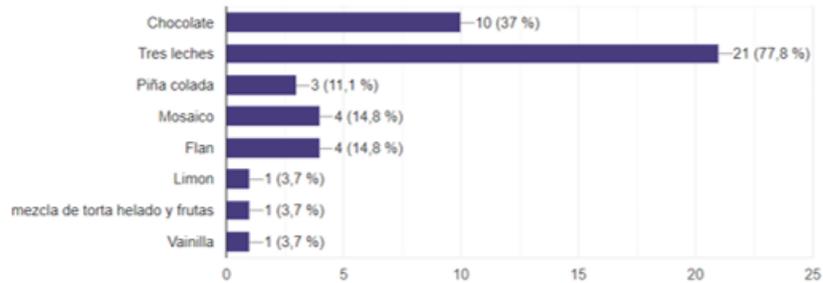
200 respuestas



Que sabores te gustaría en las tortas y postres

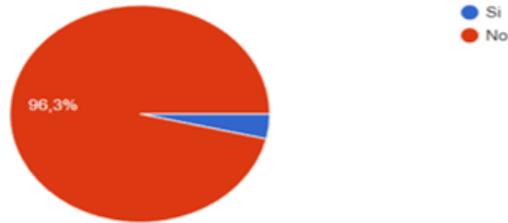
[Copiar](#)

200 respuestas



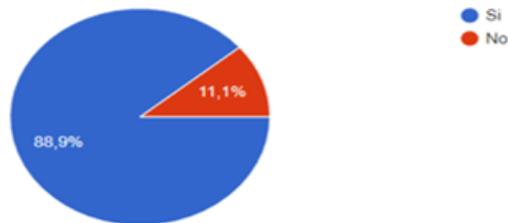
Es usted diabético?

200 respuestas



Le gustaría un postre o torta que no contenga azúcar o que tenga endulzantes naturales?

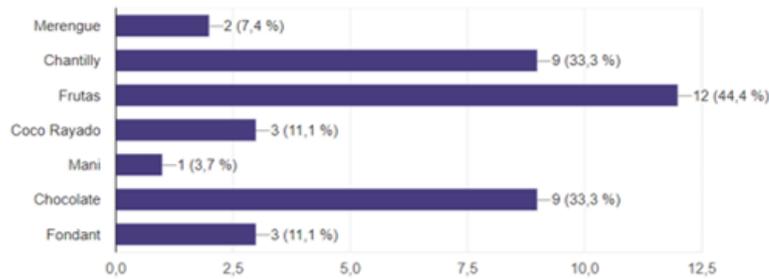
200 respuestas



En la cubierta de las tortas, que prefieres?

[Copiar](#)

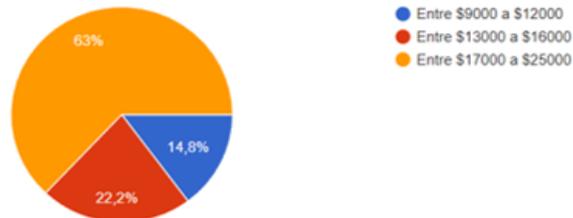
200 respuestas



Cuanto esta dispuesto a pagar por una torta o postre?

[Copiar](#)

200 respuestas



## Estudio técnico

### Tamaño del proyecto

Estimación del tamaño del proyecto

$$T_o = D_o (1+r)^k$$

$$T_o = 131.835 (1 + 0.90)^5$$

$$T_o = 131.835 (1.9)^5$$

$$T_o = 1.252.433$$

**To:** Tamaño recomendado

**Do:** Demanda actual del bien o servicio que tenga relación con el proyecto (resultado de la demanda total según la participación en el mercado, de la actividad 2: Estudio de mercado)

**r:** Tasa de crecimiento de la demanda

**k:** Periodo óptimo

### Capacidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Capacidad diseñada</b>	230	400	540	600	800
<b>Capacidad instalada</b>	200	320	500	580	740
<b>Capacidad real</b>	210	340	497	570	800
<b>Utilización (%)</b>	91.30%	85%	92.04%	95%	100%

### Localización del producto

Preselección de la macrolocalización

Municipio	
A	VENADILLO TOLIMA
B	ALVARADO TOLIMA
C	LERIDA TOLIMA

Métodos de evaluación de la macrolocalización

Factor	Peso	Calificación zona A	Ponderación zona A	Calificación zona B	Ponderación zona B	Calificación zona C	Ponderación zona C
<b>CLIMA</b>	0.25	8	8.25	8	8.25	8	8.25
<b>MATERIA PRIMA</b>	0.25	5	5.25	5	5.25	7	7.25
<b>VIAS</b>	0.20	7	7.20	4	4.20	5	5.20
<b>MERCADO OBJETIVO</b>	0.30	9	9.30	7	7.30	8	8.30
<b>TOTALES</b>	1.00		30.00		25.00		29.00

## Macrolocalización



FUENTE: ESTUDIO AMBIENTAL DEL MUNICIPIO DE VENADILLO  
 TOLIMA(NATURALES, 2009)

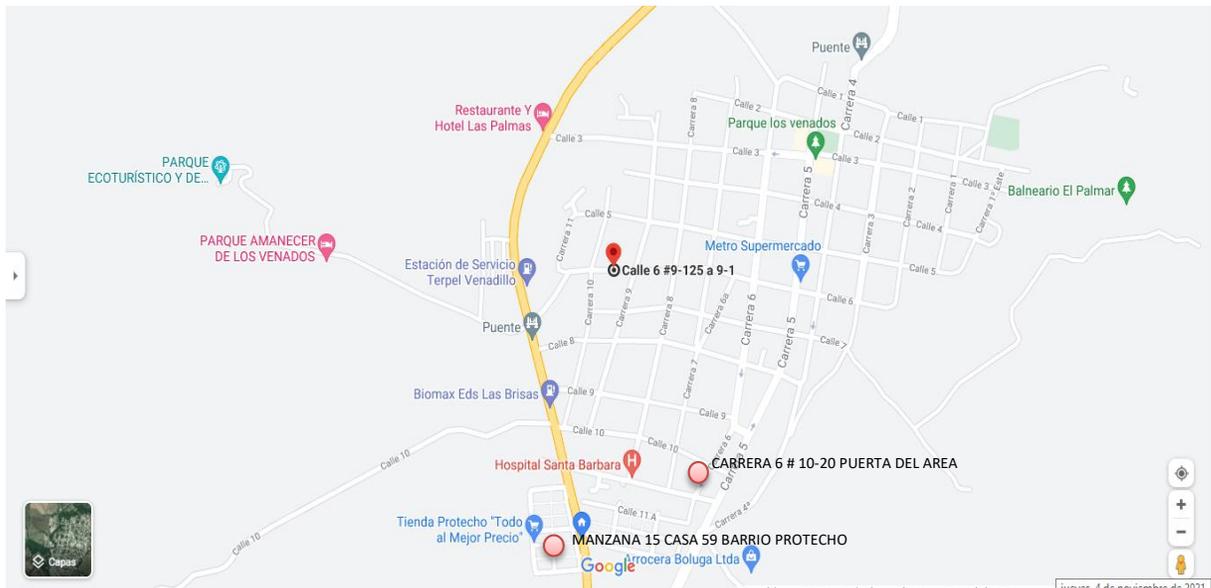
## Preselección de los puntos de micro localización

Dirección	
A	MANZANA 15 CASA 59 BARRIO PROTECHO
B	CALLE 6 NO. 9-12 BARRIO PUEBLO NUEVO
C	CARRERA 6 NO. 10-20 BARRIO PUERTA DEL AREA

## Métodos de evaluación de la microlocalización

Factor	Peso	Calificación zona A	Ponderación zona A	Calificación zona B	Ponderación zona B	Calificación zona C	Ponderación zona C
<b>LOCALIZACIÓN URBANA</b>	0.30	4	4.30	8	8.30	5	5.30
<b>TRANSPORTE</b>	0.20	5	5.20	7	7.20	6	6.20
<b>VIAS</b>	0.20	7	7.20	8	8.20	5	5.20
<b>SERVICIOS PUBLICOS</b>	0.30	9	9.30	8	8.30	9	9.30
<b>Totales</b>	1.00		26		32		26

## Microlocalización



FUENTE: GOOGLE MAPS

### 3.1 Ingeniería del proyecto

#### El proceso del producto

<p><b>Selección del proceso productivo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ADQUISICION DE MATERIA PRIMA</b></li> <li>• <b>PRODUCCION</b></li> <li>• <b>ADAPTACION DEL PRODUCTO</b></li> </ul>
--	--

#### Selección de tecnología, maquinaria y equipo

Tecnología, maquinaria o equipo	Especificación técnica	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Batidora Industrial</b>	La batidora Tilt Head de pedestal con cabezal inclinable KitchenAid® con un tazón de acero inoxidable de 4.2 Litros y 10 velocidades mezcla, amasa y bate fácilmente sus ingredientes favoritos.	1	1.080.000	\$1.080.000
<b>Batidora de mano</b>	Batidora De Mano Home Elements 5 Velocidades + Turbo	1	45.000	\$45.000
<b>Nevera vertical mostrador</b>	Marca Wonder, Modelo WPV-170, Capacidad en	1	1.000.000	\$1.000.000

	volumen150 L, Voltaje110V			
<b>Estufa con Horno a gas</b>	Referencia AT101-5N Peso 28.5 kg Alto 92 cm Ancho 51 cm Número de Puestos 4 Profundidad 60.000	1	500.000	\$500.000
<b>Horno microondas</b>	Microondas blanco de 20 Lts con manija integrada en su diseño. Con su función multietapa programa en un solo instante descongelar y cocinar tus alimentos por un tiempo determinado	1	300.000	\$300.000
<b>Impresora Papel Comestible</b>	Marca Epson, ModeloL3110, Tipo de impresión Color, Funciones de la impresora Impresión, USB	1	1.100.000	\$1.100.000
<b>Teléfono</b>	Motorola, One Macro Dual SIM, Memoria interna 64 GB Memoria RAM 4 GB	1	510.000	\$510.000
<b>Mesa larga metálica</b>	1.83*76*76cm	1	410.000	\$410.000
<b>Mesa giratoria para tortas</b>	diámetro 31 cm, material aluminio, forma redonda	1	90.000	\$90.000
<b>set de moldes (triangulares, rectangulares, de estrella, de corazón, de flor, letras, números)</b>	moldes en aluminio, diámetros 15, 20,25,30 cm.	20	379.000	\$379.000
<b>Total de la inversión Total de tecnología, maquinaria y equipo</b>				<b>\$5.414.000</b>

### Selección de personal de producción

Cargo	Sueldo básico	Días liquidados	Devengado				Total devengado	Deducciones			Total deducciones	Neto pagado mensual	Neto pagado Anual	
			Básico	Auxilio de transporte	Horas extras	Comisiones		Salud	Penión	Fondo de solidaridad				Retención en la

										fuent e			
REPOSTERO(A) 1	600000	30	600000	106454		706454	24000	24000			48000	658454	\$7.901.448
TOTALES costo de mano de obra	60000		600000	106454		706454					48000	658454	\$7.901.448

### Selección de materia prima

Insumo o materia prima por unidad	Unidad de medida para un producto	Cantidad necesaria para un producto	Costo unitario	Costo total
Harina refinada	1 kilo	1	1200 X LIBRA	\$2400
Stevia	½ libra	½ libra	5.2	\$1300
Polvo de hornear	90 gramos	1	1400	\$1400
Mantequilla	220 gramos	2	1000	\$2000
Huevos	10 unidades	10	300	\$3000
Cacao	140 gramos	140 gramos	18.63	\$2609
Canela en polvo	90 gramos	90 gramos	800	\$800
Aceite	120 gramos	120 gramos	6.66	\$800
Esencia de Vainilla	40 gramos	40 gramos	12.63	\$505
Leche deslactosada	1 litro	1	1800	\$1800
Crema de leche	500 gramos	1	4200	\$4200
Fruta	1 libra	1	2200	\$2200
<b>TOTAL</b>				<b>\$23.014</b>

### Descripción del proceso de producción

#### 1. SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA A UTILIZAR

Según el requerimiento por parte del cliente de qué clase de torta o postre quiere así mismo es la selección de la materia prima que se va a utilizar. En este caso una torta de chocolate para un cumpleaños número 2 de un niño, con temática de animales de la selva.

#### 2. PESAJE

Para la preparación del bizcocho, se debe hacer de acuerdo con la receta en la cual se debe pesar los ingredientes tales como la harina, el azúcar Stevia en este caso, cantidad de mantequilla a utilizar, el cacao y el polvo para hornear.

#### 3. MEZCLADO

Con batidora de mano o de mesa pasamos a triturar la mantequilla con el azúcar, todo esto debe mezclarse muy bien hasta formar una crema suave, luego se procede a separar las claras

y yemas de los huevos, con la batidora de mano o de mesa realización el proceso con las claras del huevo formando una nube suave y esponjosa, luego realizamos el mismo proceso con las yemas, al proceso de la mantequilla con el azúcar le agregamos las claras, luego tamizamos los ingredientes secos como son: la harina, polvo para hornear y cacao, se baten muy bien y luego se le agrega canela o esencia de vainilla, por último se le agrega las yemas batidas, observamos la textura de la masa que debe estar sedosa.

#### **4. MOLDEADO**

La masa ya lista la vertimos en un molde según las especificaciones y preferencias del cliente, este molde debe tener a su bordes mantequilla y luego un poco de harina para que no se pegue la masa.

#### **5. HORNEADO**

Se introduce el molde en el horno este deberá tener una temperatura de 170° C por cerca de 45 minutos, con un palillo de pincho se debe chuzar en el medio del bizcocho y así saber si le hace falta más tiempo en el horno, si el palillo sale untado de la masa quiere decir que aún le falta horneado.

#### **6. ENFRIADO**

En este paso es cuando el biscocho paso la etapa de horneado y se debe enfriar a temperatura ambiente, para después manipularla.

#### **7. DESMOLDADO**

Aquí es cuando el bizcocho se ha enfriado lo suficiente como para poderlo desmoldar, con una espátula de repostería la pasamos por los bordes del bizcocho para que sea más fácil sacarla del molde y que no se nos dañe.

#### **8. CORTE Y RELLENO**

Procedemos a cortar por capas nuestro bizcocho para poder introducir el relleno que es de frutas con crema chantilly.

#### **9. RECUBIERTO Y DECORACION**

Aquí procedemos a cubrir la torta con crema pastelera, luego se decora al gusto del cliente.

#### **10. ALMACENAMIENTO**

Ya terminado el proceso de recubrimiento y decoración se refrigera por cierto tiempo.

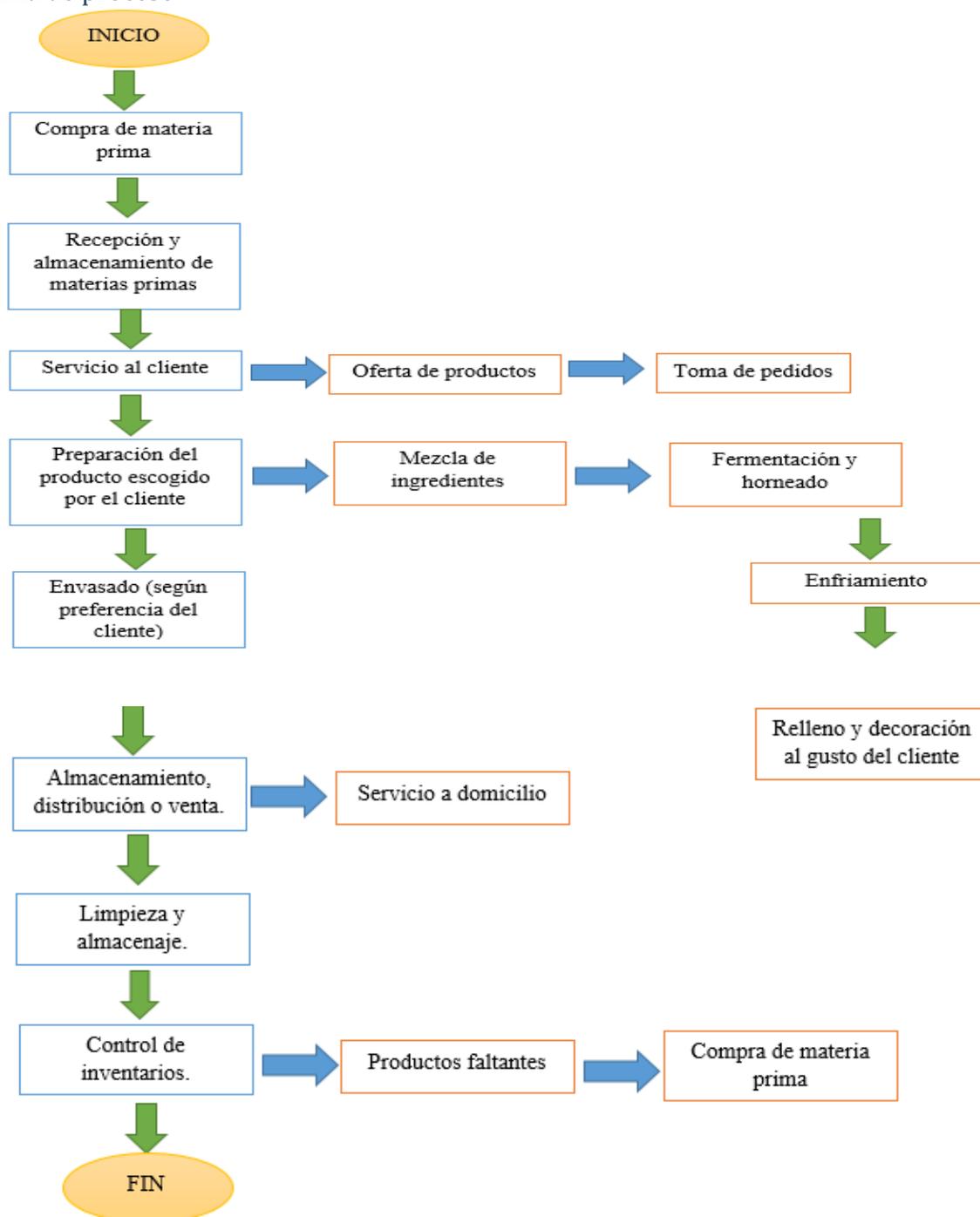
#### **11. DISTRIBUCION**

Se empaco en envase plástico para tortas y se llevó hasta el domicilio del cliente.

## 12. RESULTADO

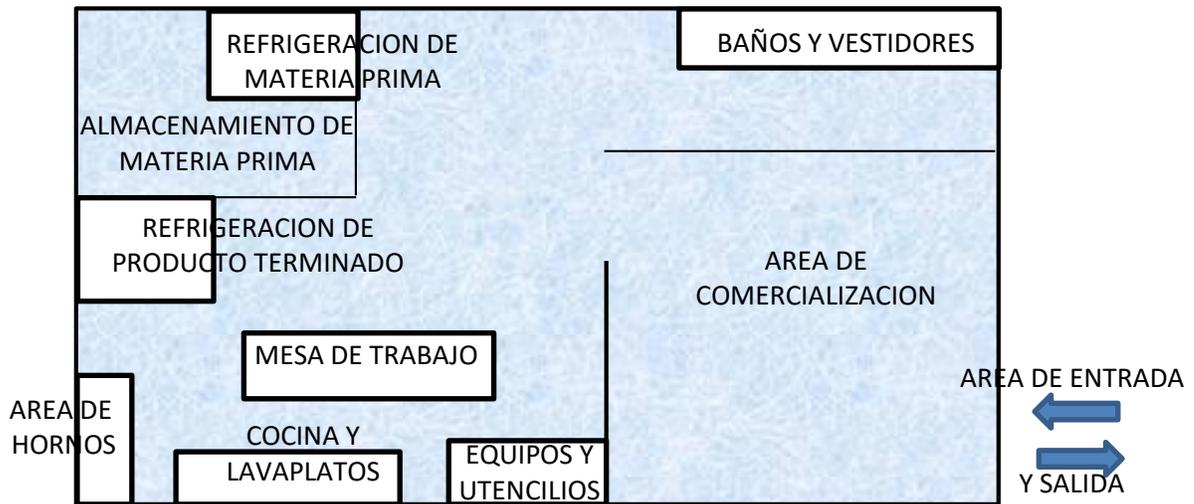


## Diagrama de proceso



### 3.1.1 Distribución

En planta



Otros costos indirectos de producción

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Materiales indirectos necesarios para la producción</b>	1.200.000	1.300.000	1.500.000	1.600.000	1.800.000
<b>Mano de obra indirecta</b>	7.200.000	7.600.000	7.800.000	8.000.000	8.200.000
<b>Alquiler</b>	3.000.000	3.200.000	3.500.000	3.800.000	3.900.000
<b>Impuestos</b>					
<b>Servicios públicos</b>	1.080.000	1.200.000	1.250.000	1.400.000	1.650.000
<b>Mantenimiento de maquinaria y equipo</b>					
<b>Dotación personal de producción</b>	900.000	1.000.000	1.300.000	1.400.000	1.600.000
<b>Suministros de fábrica</b>	3.000.000	3.150.000	3.300.000	3.450.000	3.500.000
<b>Total de costos indirectos de fabricación</b>					

### Estudio Organizacional

#### Filosofía Organizacional

##### Misión

Somos una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos de repostería saludable de alta calidad para toda la población, especialmente para personas diabéticas, intolerantes a la lactosa o con obesidad, que quieran disfrutar en un ambiente

social, agradable y ameno, garantizando confiabilidad en el propósito de la empresa para este grupo de personas, llevarlos a la inclusión de los diferentes ambientes sociales en donde se compartan alimentos tipo tortas y postres satisfaciendo sus gustos, mostrando una perspectiva diferente de la pastelería tradicional.

### Visión

La Microempresa pretende en el 2025 ser reconocida dentro del mercado de la repostería en el Municipio de venadillo y sus alrededores, sobresaliendo por su alta calidad, compromiso por el cuidado de la salud de sus clientes, por la excelente atención al cliente, por la innovación en sabores y presentaciones de los productos.

### Valores corporativos

#### **Trabajo en equipo:**

El trabajo en equipo es indispensable en esta organización cada empleado aporta sus conocimientos en las áreas encargadas que se realizan dentro de la microempresa para así garantizar el logro de los objetivos planteados.

#### **• Compromiso:**

Ser una Microempresa comprometida con el cliente y el usuario, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y deseos.

#### **• Responsabilidad y respeto:**

Cumplir siempre con el trabajo establecido en el momento acordado, al mismo tiempo implementando el respeto mutuo, aceptando las exigencias del mercado y del sector de la repostería.

#### **• Servicio al cliente:**

Proporcionar un servicio excelente donde el cliente para nuestra Microempresa es el más importante, encontrando formas de solucionar problemas y que estén satisfechos con nuestros servicios de alta calidad.

#### **• Amor:**

Como ingrediente principal al momento de preparar todas y cada una de las recetas.

### Políticas institucionales

-  Contar con personal capacitado y con buena presentación higiénica para la elaboración de los productos.
-  Implementar valores como la ética, honestidad, responsabilidad y amabilidad.
-  Mantener controles de bioseguridad en la entrada y salida de personal.
-  Capacitaciones en cuanto a la atención al cliente.
-  Prevenir el desperdicio de insumos y materia prima.
-  Implementar el reciclaje.

### Objetivos corporativos

Trabajar en un ambiente de armonía, que motive sentido de pertenencia, bienestar en los empleados y los clientes. Desarrollar innovación en los productos y servicios que permitan

el mejoramiento continuo, elaborando postres y tortas de la mejor calidad, garantizando ese toque de creatividad en las presentaciones y desarrollos del producto. Hacer que la permanencia de nuestros clientes en nuestro punto de venta sea una experiencia agradable.

### Estructura legal

#### Constitución y legalización de la organización

Razón Social	REPOSTERIA SALUDABLE DELITORTAS
RUT	800091933-5
Forma Jurídica	Sociedad por Acciones Simplificada
Domicilio social	CALLE 6 NO. 9-12 BARRIO PUEBLO NUEVO
% Desembolsado	Capital autorizado en 6 meses \$20.000.000 (100% aporte total ) Capital suscrito ( 50%) Capital pagado ( 100%)
Ampliación prevista	\$25.000.000
Fecha de ampliación	En el año 2025
Participación capital extranjero	N.A.
Relación de socios	Socio 1 Rut 880945367-3 Aporte 33,3% Socio 2 Rut 888045679-7 33.3% Socio 3 Rut 823456789-0 33.3%
Objeto social	Producción y comercialización de tortas y postres saludables.
Órganos de administración y gestión	La asamblea de accionistas y el administrador

### Estructura Administrativa

#### Organigrama



#### Descripción de las funciones

Nombre del Cargo	GERENTE
Dependencia	Area Administrativa

<b>Jefe Inmediato</b>	Asamblea de accionistas
<b>Personas a Cargo</b>	Todo el personal
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar decisiones referentes al desarrollo de las actividades de la empresa</li> <li>• Realizar las labores comerciales y de promoción de la empresa</li> <li>• Ordenar pagos, gastos, comprar y asignación de sueldos.</li> <li>• Tramitación renovación y celebración de todo tipo de contratos que se ejecuten en la</li> <li>• Realizar periódicamente una evaluación financiera de la empresa</li> <li>• Coordinar y elaborar un presupuesto anual de posibles ingresos y egresos</li> <li>• Reclutamiento del personal e inducción</li> <li>• Programar y organizar jornadas de capacitación, charlas y demás actividades</li> </ul>

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>CONTADOR</b>
<b>Dependencia</b>	Area administrative y financiera.
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente
<b>Personas a Cargo</b>	No
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Responder por los documentos como facturas, memos, pedidos, hojas de vida.</li> <li>✚ Dar fe pública de todas las transacciones y hechos económicos, financieros a través de la certificación de los estados contables y notas.</li> <li>✚ Cumplir con los requerimientos directivos.</li> <li>✚ Obligaciones fiscales.</li> <li>✚ registrar los movimientos de manera oportuna.</li> </ul>

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>REPOSTEROS</b>
<b>Dependencia</b>	Cocina y bodega
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente
<b>Personas a Cargo</b>	No
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Almacenar la materia prima.</li> <li>✚ Preparación de los productos de la repostería.</li> <li>✚ Control de inventario de materia prima.</li> <li>✚ Limpieza e higiene de la cocina.</li> <li>✚ Control del reciclaje.</li> </ul>

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>VENDEDOR</b>
-------------------------	-----------------

<b>Dependencia</b>	Sala de ventas
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente
<b>Personas a Cargo</b>	No
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Limpieza de la sala de ventas.</li> <li>✚ Venta de los productos.</li> <li>✚ Organización de la sala.</li> <li>✚ Facturar los productos vendidos.</li> <li>✚ Atención al público.</li> <li>✚ Empacar productos.</li> <li>✚ Realizar inventario de productos.</li> <li>✚ Tomar pedidos.</li> </ul>
<b>Nombre del Cargo</b>	REPARTIDOR
<b>Dependencia</b>	Sala de ventas y entregas a domicilio.
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente
<b>Personas a Cargo</b>	No
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Limpieza de la sala de ventas.</li> <li>✚ Venta de los productos.</li> <li>✚ Organización de la sala.</li> <li>✚ Atención al público.</li> <li>✚ Empacar productos.</li> <li>✚ Tomar pedidos.</li> <li>✚ Llevar domicilios.</li> </ul>
<b>Nombre del Cargo</b>	ASISTENTE DE COMPRAS
<b>Dependencia</b>	Área de compras
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente
<b>Personas a Cargo</b>	No
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Atender solicitud del área de cocina y pasar al área administrativa y financiera para aprobación.</li> <li>✚ Llevar inventario del área de cocina.</li> <li>✚ Hacer Pedido a proveedores.</li> </ul>

### Administración de personal

#### Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
GERENTE	Administrador financiero o administración de empresas.	Administrador, Ciencias Empresariales.	Word, Excel, Software contables.	1 año	6 meses
CONTADOR	Contaduría pública.	Profesional en Contaduría pública.	Word, Excel, Software contables.	1 año	6 meses

REPOSTERO	Profesional en repostería o empírico.	Manipulador de alimentos.	Word, Excel.	1 año	6 meses
VENDEDOR	Mercado y ventas o empírico.	Atención al cliente, inventarios, manipulador de alimentos.	Word, Excel.	1 año	6 meses
REPARTIDOR	N.A.	Atención al cliente, Licencia de conducir.	Word, Excel.	1 año	6 meses
ASISTENTE DE COMPRAS	Técnico en asistente de compras	Compras, inventario, archivista.	Word, Excel.	1 año	6 meses

#### 4.3.3.2. Reclutamiento y contratación

Actividad	Descripción
Medios para la convocatoria	CompuTrabajo, Portales Universitarios, Página de facebook, Portales de la empresa.
Evaluación	Entrevista: <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ conocer información del candidato, de su experiencia o conocimientos.</li> <li>✚ Test de personalidad introspectivo</li> <li>✚ Dinámicas de grupo</li> <li>✚ Pruebas de conocimiento</li> </ul>
Selección	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Se crea un filtro para el proceso de selección.</li> <li>✚ En el test de personalidad pasarán al tercer filtro solo las personas que aprueben el 80% de las dinámicas de grupo</li> <li>✚ Las pruebas de conocimiento las pasarán las personas que tengan el 90% de respuestas correctas.</li> <li>✚ Aprobación de pruebas psicotécnicas.</li> </ul>
Contratación	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Después que las personas hayan pasado todos los filtros y pruebas se inicia un sondeo se llama a los nuevos colaboradores, comienzan con 3 meses de prueba.</li> <li>✚ Les facilitamos el contrato laboral que será por término definido prestación de servicios segundo el cargo, el cual ellos leen y proceden a firmar.</li> <li>✚ Examen médico de ingreso</li> <li>✚ Afiliar al colaborador a salud, pensión, arl y caja de compensación familiar.</li> </ul>
Inducción y capacitación	CHARLAS: <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Atención de los clientes.</li> <li>✚ Forma de trabajo.</li> <li>✚ Políticas de la empresa.</li> <li>✚ Misión y visión.</li> <li>✚ Leyes o normatividad corporativas.</li> <li>✚ Trabajo en grupo.</li> <li>✚ Valores corporativos.</li> <li>✚ Curso de bioseguridad.</li> <li>✚ Curso de ofimática.</li> <li>✚ actualización de curso manipulación de alimentos.</li> <li>✚ Curso de innovación en cuanto a la repostería.</li> </ul>

## Estructura salarial y prestacional

Cargo	Sueldo básico	Días liquidados	Devengado				Total devengado	Deducciones					Total deducciones	Neto pagado mensual	Neto pagado Anual
			Básico	Auxilio de transporte	Horas extras	Comisiones		Salud	Pensión	Fondo de solidaridad	Retención en la fuente	Otras deducciones			
GERENTE	3.000.000	30	3.000.000				3.000.000	120.000	120.000				240.000	2.760.000	33.120.000
CONTADOR	2.800.000	30	2.800.000				2.800.000	112.000	112.000				224.000	2.576.000	30.912.000
REPOSTERO	908.516	30	908.516	106.454			1.014.970	40.598	40.598				81.197	933.773	11.205.276
VENDEDOR	800.000	30	800.000	106.454			906.454	36.258	36.258				72.516	833.937	10.007.252
REPARTIDOR	760.000	30	760.000	106.454			866.454	34.658	34.658				69.316	797.137	9.565.652
ASISTENTE DE COMPRAS	800.000	30	800.000	106.454			906.454	36.258	36.258				72.516	833.937	10.007.252
<b>TOTALES</b>	<b>9.068.516</b>		<b>9.068.516</b>	<b>425.816</b>			<b>9.494.332</b>	<b>379.772</b>	<b>379.772</b>				<b>759.545</b>	<b>8.734.784</b>	<b>104.817.432</b>

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropiaaciones	Valor
Salud	807.018	Cesantia	727.607
Riesgos Profesionales	220.909	Int. S/Cesantia	87.312
Fondo de Pensiones	1.139.319	Prima de Servicios	727.607
ICBF	272.055	Vacaciones	377.250
SENA	181.370	Esap	
Subsidio Familiar	379.773	Escuelas industriales	
<b>Subtotal</b>	<b>3.000.444</b>	<b>Subtotal</b>	<b>1.919.776</b>
<b>Total Apropiaaciones \$ 4.920.220</b>			

## Bienestar laboral

Beneficios	Políticas y condiciones	Presupuesto anual
EMPLEADO DEL MES	<b>Votación entre colaboradores</b>	<b>960.000</b>
PRACTICA DEPORTIVA	<b>Todos deben participar</b>	<b>2.000.000</b>
Total		<b>2.960.000</b>

## Inversiones y gastos Administrativos

### Selección de equipos de cómputo, muebles y encerres

Equipos de cómputo, muebles o encerres	Especificación técnica	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Computadores de mesa todo en uno</b>	Windows 10 Home Single Language 64: actualización gratuita a Windows 11 cuando está disponible Procesador Intel® Core™ i3-10110U (frecuencia base de 2,1 GHz, hasta 4,1 GHz con tecnología Intel® Turbo Boost, 4 MB de caché L3 y 2 núcleos)	3	\$1.815.000	\$ 5.445.000
<b>Escritorio</b>	Escritorio Es 4603	3	\$ 259.900	\$779.700
<b>Impresora</b>	Impresora Multifuncional Hp Laser M137fnw Monocromática	1	\$698.000	\$698.000
<b>Celular corporativo</b>	Samsung Galaxy A10s DualSIM 32 GB rojo 2 GB RAM	1	\$459.900	\$459.900
<b>Estantería</b>	Ancho: 92 cm Profundidad: 30 cm Altura: 200 cm Materiales de la estructura	3	\$ 310.000	\$930.000
<b>Silla</b>	Silla Escritorio Neumática Ecocuero Negro	3	\$ 259.900	\$779.700
<b>Total inversión equipos de cómputo, muebles y encerres</b>				<b>\$9.091.400</b>

### 4.4.4 Proyección de otros gastos Administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios personal Administrativo	64.032.000	65.312.640	68.578.272	73.378.751	80.716.626
Arriendos	3.600.000	4.200.000	5.160.000	6.240.000	7.680.000

Servicios públicos	1.440.000	1.584.000	1.728.000	1.800.000	1.944.000
Materiales de oficina	3.000.000	3.150.000	3.300.000	3.350.000	3.400.000
Aportes parafiscales y apropiaciones	59.042.640	60.000.000	60.200.000	60.280.000	60.300.000
Cafetería	480.000	600.000	660.000	660.000	708.000
Dotaciones personal administrativo	800.000	900.000	1.000.000	1.200.000	1.250.000
Mantenimiento de equipos de cómputo muebles y enseres	300.000	350.000	400.000	420.000	450.000

## Estudio Financiero

### 5.1 Las inversiones del proyecto

#### 5.1.1 Inversiones fijas

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Año 0</b>
Terrenos	
Construcciones y Edificios	
Maquinaria y Equipo de Operación	4.904.000
Muebles y Enseres	4.000.000
Equipo de Transporte	2.500.000
Equipo de Oficina	2.300.000
Semovientes pie de cria	
Cultivos Permanentes	
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>\$13.704.000</b>

#### 5.1.2 Inversiones diferidas

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>Año 0</b>
<b>ESTUDIOS</b>	
GASTOS DE ORGANIZACIÓN (NOTARIALES-OTROS)	850.000
GASTOS DE MONTAJE	2.500.000
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	400.000
<b>CAPACITACIÓN</b>	
<b>OTROS</b>	
IMPREVISTOS	1.000.000

#### 5.1.3 Capital de trabajo inicial

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>Año 0</b>
Efectivo	10.466.000
Cuentas X Cobrar	1.000.000
Provisión Cuentas por Cobrar	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0

Inventarios de Producto en Proceso	0
Inventarios Producto Terminado	130.000
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0
Gastos Anticipados	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>\$11.596.000</b>

#### 5.1.4 Inversión total

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>Año 0</b>
Activos fijos	<b>4.904.000</b>
Activos diferidos	<b>3.200.000</b>
Activo corriente	
<b>Total</b>	<b>\$ 8.104.000</b>

## 5.2 Presupuesto de ingresos y egresos

### 5.2.1 presentación de los presupuestos

#### 5.2.1.1 Proyección de Precios

Precios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	40.000	50.000	55.000	66.000	85.800
Producto 2	35.000	39.000	47.000	56.400	73.320
Producto 3	34.000	38.000	49.000	58.800	76.440
Producto 4	35.000	39.000	42.000	50.400	65.520
Producto 5	25.000	29.000	32.000	38.400	49.920

#### 5.2.1.2 Proyección de producción

Unidades Vendidas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	200	320	470	564	733
Producto 2	153	260	450	540	702
Producto 3	178	380	500	600	780
Producto 4	240	330	460	552	718
Producto 5	164	260	360	432	562

#### 5.2.1.3 Presupuesto de ingresos por ventas

Ventas Totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	8.000.000	16.000.000	25.850.000	37.224.000	62.891.400
Producto 2	5.355.000	10.140.000	21.150.000	30.456.000	51.470.640
Producto 3	6.052.000	14.440.000	24.500.000	35.280.000	59.623.200
Producto 4	8.400.000	12.870.000	19.320.000	27.820.800	47.043.360
Producto 5	4.100.000	7.540.000	11.520.000	16.588.800	28.055.040

#### 5.2.1.4 Presupuesto de materiales

Costo Materia Prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	3.600.000	7.728.000	12.258.540	16.475.568	24.838.438

Producto 2	2.442.500	6.142.500	11.481.750	15.431.580	23.270.598
Producto 3	3.096.492	9.182.700	13.049.000	17.538.000	26.446.680
Producto 4	3.920.000	7.969.500	11.997.720	16.125.024	24.330.148
Producto 5	2.858.800	5.924.100	8.858.800	11.906.352	17.967.140

#### 5.2.1.5 Presupuesto de mano de obra directa

Mano de obra directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	900.000	1.512.000	2.398.410	3.223.260	4.859.790
Producto 2	688.500	1.228.500	2.296.350	3.086.100	4.654.260
Producto 3	801.000	1.795.500	2.551.500	3.429.000	5.171.400
Producto 4	1.080.000	1.559.250	2.347.380	3.154.680	4.760.340
Producto 5	738.000	1.228.500	1.837.080	2.468.880	3.726.060

#### 5.2.1.6 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Costo Indirectos de fabricación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	600.000	979.200	1.481.346	1.866.495	2.595.587
Producto 2	459.000	795.600	1.418.310	1.787.070	2.485.815
Producto 3	534.000	1.162.800	1.575.900	1.985.634	2.762.016
Producto 4	720.000	1.009.800	1.449.828	1.826.783	2.542.471
Producto 5	492.000	795.600	1.134.648	1.429.656	1.990.068

#### 5.2.1.7 Presupuesto de Gasto de ventas

Gasto de Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	3.840.000	4.032.000	4.354.560	4.877.107	5.657.444

#### 5.2.1.8 Presupuesto de gastos de administración

Gastos de Administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	3.100.000	5.180.000	7.455.400	8.833.616	9.325.297

#### 5.2.1.9 Presupuesto de gastos financieros

Gastos de Financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2.024.000	1.781.120	1.567.386	1.379.299	1.213.783

## 5.2.2 Estados financieros proyectados

### 5.2.2.1 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	31.907.000	60.990.000	102.340.000	147.369.600	249.054.624
<b>Devoluciones y rebajas en ventas</b>	0	0	0	0	0
<b>Materia Prima, Mano de Obra</b>	21.025.292	37.270.436	59.076.476	72.838.784	101.000.886
<b>Depreciación</b>	2.930.400	3.314.933	3.718.693	3.266.679	3.607.890
<b>Agotamiento</b>	0	0	0	0	0
<b>Otros Costos</b>	1.200.000	2.505.000	2.381.400	2.667.168	3.093.915
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>6.751.308</b>	<b>17.899.631</b>	<b>37.163.431</b>	<b>68.596.969</b>	<b>141.351.933</b>
<b>Gasto de Ventas</b>	3.840.000	4.032.000	4.354.560	4.877.107	5.657.444
<b>Gastos de Administración</b>	3.100.000	5.180.000	7.455.400	8.833.616	9.325.297
<b>Provisiones</b>	35.452	100.081	205.600	313.843	728.661
<b>Amortización Gastos</b>	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-224.144</b>	<b>8.587.550</b>	<b>25.147.871</b>	<b>54.572.403</b>	<b>125.640.531</b>
<b>Otros ingresos</b>	0	0	0	0	0
<b>Intereses</b>	483.534	778.478	911.964	930.225	856.837
<b>Otros ingresos y egresos</b>	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-707.678</b>	<b>7.809.072</b>	<b>24.235.907</b>	<b>53.642.178</b>	<b>124.783.694</b>
<b>Impuestos (35%)</b>	247.687	2.733.175	8.482.567	18.774.762	43.674.293
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>-459.991</b>	<b>5.075.897</b>	<b>15.753.340</b>	<b>34.867.416</b>	<b>81.109.401</b>

### 5.2.2.2 Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
<b>Utilidad Operacional</b>		-459.991	5.075.897	15.753.340	34.867.416	81.109.401
<b>Depreciaciones</b>		2.930.400	3.314.933	3.718.693	3.266.679	3.607.890
<b>Amortización Gastos</b>		0	0	0	0	0
<b>Agotamiento</b>		0	0	0	0	0
<b>Provisiones</b>		35.452	100.081	205.600	313.843	728.661
<b>Impuestos</b>		247.687	2.733.175	8.482.567	18.774.762	43.674.293
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>-8.458.292</b>	<b>1.154.064</b>	<b>17.028.170</b>	<b>33.115.076</b>	<b>79.205.163</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
<b>Variación Cuentas por Cobrar</b>		-772.611	-1.615.722	-2.297.222	-2.501.644	-5.649.168
<b>Variación Inv. Materias Primas e insumos</b>		-176.815	-131.074	-172.492	-165.251	-327.981
<b>Variación Inv. Prod. En Proceso</b>		-78.766	-53.416	-70.027	-64.751	-131.954
<b>Variación Inv. Prod. Terminados</b>		-27.532	-106.832	-140.054	-129.502	-263.907
<b>Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar</b>		0	0	0	0	0
<b>Otros Activos</b>		0	0	0	0	0
<b>Variación Cuentas por Pagar</b>		0	0	0	0	0
<b>Variación Acreedores Varios</b>		0	0	0	0	0
<b>Variación Otros Pasivos</b>		0	0	0	0	0
<b>Variación del Capital de Trabajo</b>	<b>0</b>	-1.055.723	-1.907.044	-2.679.796	-2.861.148	-6.373.010
<b>Inversión en Terrenos</b>	<b>0</b>	0	0	0	0	0
<b>Inversión en Construcciones</b>	<b>0</b>	0	0	0	0	0

<b>Inversión en Maquinaria y Equipo</b>	-4.904.000	-1.000.000	-1.030.000	-1.081.500	-1.146.390	-1.226.637
<b>Inversión en Muebles</b>	-4.000.000	-400.000	-412.000	-432.600	-458.556	-490.655
<b>Inversión en Equipo de Transporte</b>	-2.500.000	-400.000	-412.000	-432.600	-458.556	-490.655
<b>Inversión en Equipos de Oficina</b>	-2.300.000	-340.000	-350.200	-367.710	-389.773	-417.057
<b>Inversión en Semovientes</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Inversión Cultivos Permanentes</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Inversión Otros Activos</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Inversión Activos Fijos</b>	0	-2.140.000	-2.204.200	-2.314.410	-2.453.275	-2.625.004
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	0	<b>-3.195.723</b>	<b>-4.111.244</b>	<b>-4.994.206</b>	<b>-5.314.423</b>	<b>-8.998.014</b>

### 5.2.2.3 Estado de situación financiera

<b>BALANCE GENERAL</b>	<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>Activo</b>						
<b>Efectivo</b>	10.466.000	1.392.450	1.537.607	18.299.460	49.784.978	122.164.661
<b>Cuentas X Cobrar</b>	1.000.000	1.772.611	3.388.333	5.685.556	8.187.200	13.836.368
<b>Provisión Cuentas por Cobrar</b>		-35.452	-135.533	-341.133	-654.976	-1.383.637
<b>Inventarios Materias Primas e Insumos</b>	0	176.815	307.889	480.381	645.632	973.614
<b>Inventarios de Producto en Proceso</b>	0	78.766	132.182	202.209	266.960	398.913
<b>Inventarios Producto Terminado</b>	130.000	157.532	264.363	404.418	533.919	797.827
<b>Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Gastos Anticipados</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>11.596.000</b>	<b>3.542.721</b>	<b>5.494.840</b>	<b>24.730.890</b>	<b>58.763.713</b>	<b>136.787.745</b>
<b>Terrenos</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Construcciones y Edificios</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Maquinaria y Equipo de Operación</b>	4.904.000	5.313.600	5.650.200	5.930.150	6.160.351	6.348.136

Muebles y Enseres	4.000.000	3.520.000	2.969.600	2.353.280	1.671.205	923.098
Equipo de Transporte	2.500.000	2.320.000	2.069.600	1.753.280	1.371.205	923.098
Equipo de Oficina	2.300.000	1.760.000	1.113.467	361.873	382.418	407.962
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>13.704.000</b>	<b>12.913.600</b>	<b>11.802.867</b>	<b>10.398.583</b>	<b>9.585.179</b>	<b>8.602.293</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>25.300.000</b>	<b>16.456.321</b>	<b>17.297.707</b>	<b>35.129.473</b>	<b>68.348.892</b>	<b>145.390.038</b>
<b>Pasivo</b>						
<b>Cuentas X Pagar Proveedores</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Impuestos X Pagar</b>	0	148.500	43.994	4.037.849	10.771.919	27.978.619
<b>Acreedores Varios</b>		0	0	0	0	0
<b>Obligaciones Financieras</b>	2.300.000	3.864.000	4.780.320	5.126.682	4.971.480	4.374.902
<b>Otros pasivos a LP</b>		0	0	0	0	0
<b>Obligación Fondo Emprender (Contingente)</b>	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
<b>PASIVO</b>	<b>10.300.000</b>	<b>12.012.500</b>	<b>12.824.314</b>	<b>17.164.531</b>	<b>23.743.399</b>	<b>40.353.521</b>
<b>Patrimonio</b>						
<b>Capital Social</b>	15.000.000	16.500.000	18.500.000	23.500.000	29.500.000	37.500.000
<b>Reserva Legal Acumulada</b>	0	0	0	0	819.806	3.006.832
<b>Utilidades Retenidas</b>	0	0	-11.091.684	-13.733.115	-7.584.572	7.724.610
<b>Utilidades del Ejercicio</b>	0	-12.056.179	-2.934.922	8.198.057	21.870.260	56.805.075
<b>Revalorización patrimonio</b>	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>15.000.000</b>	<b>4.443.821</b>	<b>4.473.393</b>	<b>17.964.943</b>	<b>44.605.494</b>	<b>105.036.517</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>25.300.000</b>	<b>16.456.321</b>	<b>17.297.707</b>	<b>35.129.473</b>	<b>68.348.892</b>	<b>145.390.038</b>

## 5.3 Financiamiento

### 5.3.1 Plan de amortización del crédito

Valor del préstamo (\$)	
Interés anual (%)	15,3%
Período del préstamo (años)	4

Año	Saldo inicial	Pago programado	Abono a capital	a Intereses	Saldo final
1	\$2.265.008,78	\$773.174,69	\$450.753,60	\$322.421,08	\$1.849.246,40
2	\$1.849.246,40	\$773.174,69	\$525.077,63	\$248.097,05	\$1.324.168,76
3	\$1.324.168,76	\$773.174,69	\$611.656,83	\$161.517,85	\$712.511,93
4	\$712.511,93	\$773.174,69	\$712.511,93	\$60.662,75	\$0,00

### Evaluación del proyecto

#### Evaluación financiera

Calculo de Tasa de oportunidad

$$WACC = (Kd * D (1-T) + Ke * E) / (E+D)$$

**D:** Deuda financiera = \$10.300.000

**E:** Capital aportado por los accionistas = \$15.000.000

**Kd:** Costo de la deuda financiera = 18% = 0.18

**T:** El impuesto pagado sobre las ganancias = 35% = 0.35

**Ke:** Rentabilidad exigida por los accionistas = 20% = 0.20

$$WACC = (0.18 * 10.300.000(1-0.35) + (0.20 * 15.000.000)) / (15.000.000 + 10.300.000)$$

$$WACC = (1.205.100 + 3.000.000) / 25.300.000$$

$$WACC = 4.205.100 / 25.300.000$$

$$WACC = 0.1662 = 16.62\%$$

Periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{\text{Inversión}}{\text{Promedio de los flujos}}$$

$$PRI = \frac{25.300.000}{(9.073.550 + 145.157 + 16.761.854 + 31.485.518 + 72.379.682)/5}$$

$$PRI = \frac{25.300.000}{11.968.661/5}$$

$$PRI = \frac{13.704.000}{22.339.732}$$

$$PRI = 1.132$$

#### Análisis PRI:

El periodo de recuperación de la inversión es de 1,13 años.

Valor presente neto VPN y Tasa interna de retorno TIR

A= Inversión Inicial

Q= Flujos de Caja

K= Tasa de oportunidad

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$

$$VAN = -25.300.000 + \frac{9.073.550}{(1+0.18)^1} + \frac{145.157}{(1+0.18)^2} + \frac{16.761.854}{(1+0.18)^3} + \frac{31.485.518}{(1+0.18)^4} + \frac{73.379.682}{(1+0.18)^5}$$

$$VAN = -25.300.000 + 7.689.449 + 104.249 + 10.201.782 + 16.239.880 + 32.074.935$$

$$VAN = \$41.010.295$$

#### Análisis VAN:

La inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida, por lo tanto, el proyecto crea valor.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = 29,17\%$$

#### Análisis TIR:

La inversión y puesta en marcha del proyecto generaría mayores ganancias. El proyecto devuelve el capital invertido más una ganancia adicional, por lo tanto, se considera que el proyecto es rentable.

## Relación costo beneficio

$$\frac{B}{C} = \frac{VAI}{VAC + Inversión}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{30.004.000}{15.000.000 + 2.300.000}$$

$$\frac{B}{C} = 2,25$$

### Análisis RBC:

Los beneficios del proyecto son mayores a los costos, en consecuencia, el proyecto podrá ser considerado viable para su implementación.

## Evaluación social

### Beneficios y aportes sociales del proyecto

Factores	Objetivo	Estrategia	Actividades	Presupuesto	Responsable
Social Interno	<b>Clima laboral</b>	<b>Implementar políticas</b>	<b>El empleado del mes</b>	<b>\$80.000 - \$100.000</b>	<b>Gerente</b>
Social Externo	<b>Promociones</b>	<b>Dar a conocer los productos</b>	<b>Promociones por redes sociales</b>	<b>\$100.000</b>	<b>Gerente</b>

## Evaluación Ambiental

### Evaluación del impacto ambiental

Categoría	Nivel de impacto			
	Alto	Medio	Bajo	Nulo
El Ser humano, la fauna y la flora			<b>X</b>	
El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje		<b>X</b>		
Los bienes materiales y el patrimonio cultural				<b>X</b>

### Mitigación y compensación del impacto ambiental

Factores	Objetivo	Estrategia	Actividades	Indicador	Presupuesto	Responsable
El Ser humano, la fauna y la flora	<b>Capacitar al personal</b>	<b>Uso de las 3 R</b>	<b>Capacitaciones</b>		<b>\$70.000</b>	<b>Gerente</b>

	de la empresa					
El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje	<b>Menor uso del plástico</b>	<b>uso de material reciclado</b>	<b>Talleres del buen uso del reciclaje</b>		<b>\$250.000</b>	<b>Gerente</b>
Los bienes materiales y el patrimonio cultural	<b>Sensibilizar a los clientes</b>	<b>Menor uso del plástico</b>	<b>Carteles alusivos a no arrojar basura en la calle o ríos.</b>		<b>\$120.000</b>	<b>Gerente</b>

## CONCLUSIONES

La repostería saludable Delitortas busca destacarse por ser una marca diferente a la competencia por la innovación de productos y la materia prima requerida para la realización de los productos saludables que deseamos ofrecer a nuestros clientes. Sabemos que actualmente el mercado se encuentra saturado de diferentes marcas relacionadas con nuestro emprendimiento ofreciendo productos y servicios destinados a diferentes tipos de clientes o consumidores finales, que para poder sobrevivir en este gran mercado competitivo debemos saber diferenciarnos del resto con la atención al cliente, la innovación de los productos, la utilización de materia prima óptima para lograr las expectativas del cliente.

Desde el punto de vista financiero la microempresa es rentable, al realizar la evaluación obtuvimos como resultado La inversión y puesta en marcha del proyecto generaría mayores ganancias. El proyecto devuelve el capital invertido más una ganancia adicional, por lo tanto, se considera que el proyecto es rentable.

## Referencias bibliográficas

- BARRA, L. (22 de 10 de 2019). *LA BARRA*. Obtenido de LA BARRA:  
<https://www.revistalabarra.com/panaderias-y-reposterias-en-crecimiento/>
- colombia, r. p. (s.f.). *legislacion ambiental*. Obtenido de legislacion ambiental:  
<https://justiciaambientalcolombia.org/herramientas-juridicas/legislacion-ambiental/>
- DANE. (06 de 08 de 2018). *DANE*. Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/enph/boletin-enph-2017.pdf>
- DANE. (2020). *DANE*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/educacion/fuerza-laboral-y-educacion>
- DANE. (17 de 08 de 2021). *DANE*. Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>
- DANE. (5 de 10 de 2021). *DANE*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>
- DANE. (07 de 2021). *DANE*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/importaciones>
- DANE. (24 de 09 de 2021). *DANE*. Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/nacimientos-y-defunciones>
- DANE. (08 de 2021). *EMPLEO Y DESEMPLEO*. Obtenido de EMPLEO Y DESEMPLEO:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- DANE. (02 de 2021). *INFORMACION PARA TODOS*. Obtenido de INFORMACION PARA TODOS:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>
- DEJUSTICIA. (20 de 10 de 2016). *DEJUSTICIA*. Obtenido de DEJUSTICIA:  
[https://www.dejusticia.org/wp-content/uploads/2017/02/fi\\_name\\_recurso\\_868.pdf](https://www.dejusticia.org/wp-content/uploads/2017/02/fi_name_recurso_868.pdf)
- economy, t. g. (s.f.). *the global economy*. Obtenido de the global economy:  
[https://es.theglobaleconomy.com/Colombia/Research\\_and\\_development/](https://es.theglobaleconomy.com/Colombia/Research_and_development/)
- IALIMENTOS. (2015). *IALIMENTOS*. Obtenido de IALIMENTOS:  
<https://www.revistaialimentos.com/ediciones/edicion-28/tratados-de-libre-comercio-y-su-impacto-en-la-industria-de-alimentos/>
- Martha Delgado, C. S. (13 de 08 de 2015). *LA ECONOMÍA DEL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA: DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE MEDIANO PLAZO*. Obtenido de LA ECONOMÍA DEL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA: DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS DE MEDIANO PLAZO:  
[https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/2739/Repor\\_Agosto\\_2015\\_Delgado\\_Ulloa\\_y\\_Ram%C3%ADrez\\_Tolima.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/2739/Repor_Agosto_2015_Delgado_Ulloa_y_Ram%C3%ADrez_Tolima.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- MINCOMERCIO. (s.f.). *MINCOMERCIO*. Obtenido de MINCOMERCIO:  
<https://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes>
- MINSALUD. (19 de 07 de 2020). *MINSALUD*. Obtenido de MINSALUD:  
<https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Tres-de-cada-100-colombianos-tienen-diabetes.aspx>
- PUBLICA, F. (s.f.). *FUNCION PUBLICA*. Obtenido de FUNCION PUBLICA:  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Quezada, W. E. (2014). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO:  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-14682014000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-14682014000200007)

- REYES, H. (06 de 2006). *INDUSTRIA DE LA PANIFICACIÓN Y LA REPOSTERIA*. Obtenido de INDUSTRIA DE LA PANIFICACIÓN Y LA REPOSTERIA:  
<https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/2146/3098.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sierra, C. S. (17 de 09 de 2021). *LA REPUBLICA*. Obtenido de LA REPUBLICA:  
<https://www.larepublica.co/economia/en-julio-la-economia-colombiana-crecio-a-una-tasa-anual-de-143-segun-el-dane-3234176>
- Solarte, T. M. (2019). *Plan de Marketing*. Obtenido de Plan de Marketing:  
[https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17488/3/2019\\_plan\\_marketing\\_estrat%C3%A9gico.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/17488/3/2019_plan_marketing_estrat%C3%A9gico.pdf)
- tahona. (05 de 10 de 2015). *la tahona*. Obtenido de la tahona:  
<https://www.revistalatahona.com/2015/10/la-implantacion-de-la-tecnologia-en-el-sector/>
- TOLIMA, C. M. (2020). *CONCEJO MUNICIPAL DE VENADILLO TOLIMA*. Obtenido de CONCEJO MUNICIPAL DE VENADILLO TOLIMA:  
[https://venadillotolima.micolombiadigital.gov.co/sites/venadillotolima/content/files/000390/19455\\_plan-de-desarrollo-20202023-aprobado.pdf](https://venadillotolima.micolombiadigital.gov.co/sites/venadillotolima/content/files/000390/19455_plan-de-desarrollo-20202023-aprobado.pdf)
- venadillo, m. d. (s.f.). *municipio de venadillo*. Obtenido de municipio de venadillo:  
<https://www.tolima.gov.co/tolima/informacion-general/turismo/2023-municipio-de-venadillo>