

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE REPOSTERÍA DERIVADOS DE LA
GULUPA EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**



Brillith Lorena Rengifo Gómez

Janeth Marinella Orozco Muñoz

Fundación Universitaria De Popayán

Facultad de ciencias económicas, contables y administrativas

Programa de Administración de empresas

Popayán, Noviembre, 2021

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE REPOSTERÍA DERIVADOS DE LA
GULUPA EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**



Brillith Lorena Rengifo Gómez

Janeth Marinella Orozco Muñoz

Director:

Felipe Acosta Ortega

Fundación Universitaria De Popayán

Facultad de ciencias económicas, contables y administrativas

Programa de Administración de empresas

Popayán, Noviembre, 2021

Agradecimientos

Este proyecto de emprendimiento, ha requerido de todos nuestros esfuerzos y dedicación. Es necesario culminar este ciclo de vida sin antes expresar nuestros más humildes agradecimientos a cada una de las personas que se citara a continuación quienes contribuyeron e hicieron posible la realización del presente trabajo.

Agradecemos a Dios por todas las bendiciones recibidas a lo largo de nuestra vida siendo el apoyo y fortaleza espiritual en este proceso.

Gracias a nuestros padres nombres por ser el apoyo incondicional para el cumplimiento de este sueño quién con amor, paciencia y esfuerzo nos brindaron el mayor ejemplo de perseverancia resaltando todos los valores inculcados para el logro de nuestras metas.

A nuestros hermanos y demás familia que con su cariño y motivación estuvieron en cada momento difícil extendiendo su mano y apoyo para poder continuar.

A la fundación universitaria de Popayán ya toda la Facultad administrativa, directivos y docentes por permitirnos enriquecernos de conocimiento y de manera especial a nuestro tutor nombre por habernos guiado en este camino y hacer posible concluir este ciclo.

Brillith Lorena Rengifo Gómez

Janeth Marinella Orozco Muñoz

Tabla de contenido

Introducción.....	8
CAPÍTULO I. Planteamiento Del Problema	10
1.1 Problema de Investigación.....	10
<i>1.1.1 Planteamiento del Problema</i>	<i>10</i>
<i>1.1.2 Formulación del Problema</i>	<i>13</i>
1.2 Objetivos	13
<i>1.2.1 Objetivo General.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.2. Objetivos Específicos</i>	<i>13</i>
1.3 Justificación	14
CAPITULO II. Marcos de Referencia	17
2.1Antecedentes	17
<i>2.1.1 Antecedentes Internacionales.</i>	<i>17</i>
<i>2.1.2 Antecedentes Nacionales.....</i>	<i>19</i>
2.2 Marco Conceptual.....	20
CAPITULO III. Marco Metodológico.....	22
3.1 Tipo de Investigación.	22
3.2 Fuentes y Técnicas de Recolección de Información	22
3.3 Población y Muestra.....	24
CAPÍTULO IV- Estudio de Mercado.....	26
4.1 Análisis del Sector	26
4.2 Demanda	30
<i>4.2.1 Perfil del Cliente</i>	<i>30</i>
<i>4.2.2 Demanda del Proyecto.....</i>	<i>31</i>
4.3 Análisis de la competencia.....	32
4.4 Oferta	35
<i>4.4.1 Oferta del proyecto</i>	<i>35</i>
4.5 Mezcla de mercado.....	36
<i>4.5.1 Producto.....</i>	<i>36</i>
<i>4.5.2 Precio</i>	<i>39</i>
<i>4.5.3 Canal de distribución</i>	<i>39</i>
CAPITULO V. Análisis de Resultados.....	43
CAPITULO VI. Estudio Tecnico.....	436

6.1. Tamaño y capacidad del proyecto	54
6.2. Localización del Proyecto	54
6.2.1 Macrolocalizacion.	54
6.2.2 Microlocalizacion.	56
6.3. Ingeniería del Proyecto	58
6.3.1. El proceso de Producción.....	58
6.3.2 Distribución de planta	64
6.4 Maquinaria y equipos	69
6.5. Seguridad Industrial	70
CAPÍTULO VII- Estudio Administrativo y Legal.....	72
7.1. Planeación estratégica.....	72
7.1.1. Misión	72
7.1.2. Visión.....	72
7.1.3. Valores corporativos	73
7.1.5 Políticas	74
7.2. Estructura organizacional	75
7.3. Gastos de nómina.	78
7.4. Constitución de la organización.....	79
7.4.1 Gastos de constitución.	81
CAPÍTULO VIII. Estudio Financiero.....	83
Conclusiones	86
Recomendaciones	88
Referencias Bibliográficas	89
Anexos	94

Lista de figuras

Figura 1. <i>Tasa de crecimiento del PIB nacional, Industria manufacturera y Subsector de productos de panadería y repostería 2018-2020</i>	28
Figura 2. <i>PIB Cauca 2018-2020</i>	30
Figura 3. Logotipo	38
Figura 4. <i>Canal de distribución</i>	40
Figura 5. <i>Genero de los encuestados</i>	43
Figura 6. <i>Edad de los encuestados</i>	44
Figura 7. <i>Sector de residencia de los entrevistados</i>	45
Figura 8. <i>Consumo de productos de pastelería y repostería</i>	45
Figura 9. <i>Frecuencia de consumo</i>	46
Figura 10. <i>Sabores de preferencia de los encuestados</i>	47
Figura 11. <i>Cualidades que determinan el consumo de un postre</i>	48
Figura 12. <i>Atributos físicos de un establecimiento que determinan la compra de un postre</i>	48
Figura 13. <i>Lugar preferido para compra de postres</i>	49
Figura 14. <i>Intención de compra de un producto de repostería como regalo o detalle</i>	50
Figura 15. <i>Monto de inversión para la compra de un postre</i>	50
Figura 16. <i>Intención de compra de un producto innovador en la ciudad de Popayán</i>	51
Figura 17. <i>Grado de conocimiento sobre la fruta Gulupa</i>	52
Figura 18. <i>Intención de compra de la fruta Gulupa en el sector de repostería</i>	52
Figura 19. <i>Proceso de elaboración de pasteles y Cup Cakes de Gulupa</i>	60
Figura 20. <i>Proceso de elaboración de postres</i>	63
Figura 21. <i>Distribución de planta de GULUPASTEL</i>	64
Figura 22. <i>Distribución de almacenamiento de inventarios y materias primas bajo el método ABC (área de almacén)</i>	66
Figura 23. <i>Proceso de producción de Pastel/ cup cake en área de producción 1</i>	67
Figura 24. <i>Proceso de producción de postres en área de producción 2</i>	69
Figura 25. <i>Organigrama de Gulupastel</i>	76

Lista de tablas

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta	23
Tabla 2. <i>Cálculo de los compradores potenciales y reales del emprendimiento.</i>	31
Tabla 3. <i>Análisis de la competencia</i>	33
Tabla 4. <i>Participación de un proyecto en el mercado según características de los competidores</i>	35
Tabla 5. Portafolio de productos de GULUPASTEL.....	37
Tabla 6. Ventas de por producto para el año 1.	38
Tabla 7. Precio por producto.	39
Tabla 8. Costo de la estrategia de publicidad.	41
Tabla 9. <i>Calendario promocional</i>	42
Tabla 10 <i>Costo de la estrategia de promoción.</i>	42
Tabla 11. <i>Producción nacional de Gulupa</i>	55
Tabla 12. <i>Método Cualitativo-Cuantitativo</i>	57
Tabla 13. Control de inventarios.	65
Tabla 14. Maquinaria y equipos para la producción.	69
Tabla 15. <i>Seguridad industrial para Gulupastel</i>	71
Tabla 16. Descripción de áreas de Gulupastel.....	77
Tabla 17. Gastos de nómina.	78
Tabla 18. Requisitos para formalizar una empresa en la ciudad de Popayán.....	81
Tabla 19. Gastos de constitución.....	82
Tabla 20. Resumen de presupuesto GULUPASTEL	83
Tabla 21. Proyección ingresos y egresos GULUPASTEL.....	85

Introducción

El emprendimiento en Colombia se ha convertido en un medio para afrontar problemas como el desempleo y la falta de ingresos, especialmente de la población más joven del país; en este sentido, según el Global Entrepreneurship Monitor, Colombia ocupa actualmente el cuarto puesto dentro de 35 economías mundiales con las mayores tasas de actividad emprendedora en etapa temprana (inpulsa, 2021), cifra que elevo con la pandemia.

Lo anterior deja en evidencia que la actividad empresarial en el país, aun cuando se frenó con la coyuntura generada durante el año 2020, mantiene una dinámica basada en diversificación de actividades, tal así, que las industrias manufactureras fueron de las actividades que más aportaron al PIB, contribuyendo con 0,9 puntos al crecimiento anual de la economía y con una tasa de crecimiento del 7% en el año 2021 (La República, 2021).

Dentro de este sector, cabe resaltar el crecimiento que ha tenido la elaboración de productos alimenticios y más aun el de repostería, ya que tras el confinamiento y las medidas de aislamiento preventivo que se generaron con la pandemia provocada por el Covid-19 durante el año 2020, el consumo de este tipo de productos se elevó.

Dentro de este contexto donde la economía colombiana busca avanzar en la senda de crecimiento para contrarrestar los devastadores efectos de la pandemia y los emprendimientos se convierten en un salvavidas para que los jóvenes sin oportunidades laborales ganen un espacio de participación dentro del mercado, el documento que se presenta a continuación es el reflejo del espíritu emprendedor que busca desde la identificación de una necesidad insatisfecha, generar empresa a partir del desarrollo de productos innovadores con de materias primas autóctonas como lo es la Gulupa, la cual es

una baya redonda con un diámetro entre 4 y 8 cm y un peso aproximado de 60 gr de cascara color púrpura y pulpa de color amarillo, muy similar a la maracuyá, y que tiene actualmente el departamento del Cauca como el cuarto productor a nivel nacional.

En este sentido, el documento se estructura en nueve capítulos que muestran de manera amplia el proceso de investigativo en torno al problema identificado, empleando una metodología de tipo descriptivo que usa la encuesta como herramienta de recolección de información y el análisis documental para conocer no solo referentes teóricos y antecedentes, sino para analizar el contexto actual del sector, a partir de información de fuentes como el DANE, lo cual aporta evidencia para el desarrollo posterior de los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero; por último se encuentran las conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos.

CAPÍTULO I. Planteamiento Del Problema

1.1 Problema de Investigación.

1.1.1 Planteamiento del Problema

Tras la pandemia generada por el covid-19 en el mundo, los niveles de desempleo se incrementaron de manera importante, pues como lo afirma la OIT (2021), los mercados de trabajo de regiones como América Latina y el Caribe , Europa y Asia, se vieron fuertemente afectados por la pérdida el 8,8% de las horas de trabajo a nivel mundial con respecto a los registro del último trimestre del año 2019 (p.1); es decir que se perdieron 255 millones de empleos a tiempo completo, lo cual impactó a su vez el poder adquisitivo de las personas y sus ingresos, sin dejar de lado que en términos de género, la brecha laboral entre hombres y mujeres se hizo más amplia, porque la fuerza laboral femenina alcanzo mayores niveles de desempleo.

Esta situación no fue ajena en el país, pues según Morales (2020), mientras en Colombia se reportaban 1.23 millones de personas contagiadas por COVID-19, la cifra de desempleados, para septiembre de 2020, las triplicaba con 3.79 millones de personas; sin embargo, por cada hombre que perdió su empleo 2.2 mujeres lo hicieron, ubicando la tasa de desempleo femenino en 22.8 % frente al 13.9 % para el caso masculino.

Por lo anterior, la destrucción de empleos durante el año 2020 genero un gran impacto en la dinámica económica del país, pero los emprendimientos se convirtieron en el salvavidas de muchos colombianos, pues como lo afirma Hinojosa (2021) “los altos índices de informalidad, las altas tasas de desempleo y las limitaciones a la movilidad indujeron un aumento de estos”, los cuales fueron apoyados por el gobierno con la Ley 2069 de Impulso de Emprendimiento del 31 de diciembre de 2020· la cual aprobó créditos por más de un

billón de pesos, y las líneas de garantía de crédito que han servido para financiarlos teniendo en cuenta la crisis derivada por la pandemia, sin embargo es importante destacar que ya los emprendedores contaban con un apoyo como lo es la ley de fomento a la cultura del emprendimiento o ley 1014 del año 2006, la cual tiene por objetivo:

Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo. (Congreso de Colombia, 2006, p.1)

Frente a esto, cabe recordar que en Colombia ya se encontraba en vigencia la ley 2069 del 31 de diciembre de Impulso de Emprendimiento, tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

En este sentido, sectores como el de la panadería y la pastelería en Colombia no solo dan cuenta de la importancia y de la potencialidad de un negocio rentable, sino que a su vez facilita el emprendimiento, tal como lo afirma Montenegro (2021), actualmente 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.

Frente a esto es importante destacar que la pandemia generó una diversificación en el consumo lo cual ha sido un fenómeno que muestra nuevas preferencias de los clientes, por tanto, Portafolio (2021), en sus análisis sobre los movimientos de sus pedidos y el comportamiento de sus clientes, explica que:

Si bien a toda hora del día se nota un aumento en la demanda desde que comenzó la pandemia, la mayor actividad se ha notado en las franjas correspondientes al almuerzo, las meriendas de la mañana y de tarde, siendo esta última la que más creció, 107%. En concordancia con esto, los productos indulgentes o de capricho aparecen en los pedidos de los consumidores para satisfacer los antojos, destacándose los postres en general con un aumento del 100 %, seguido de los productos de panadería (70 %), los helados (80 %) y las empanadas (59 %). (Portafolio, 2021, par. 6)

Partiendo de esto, según cifras de la Cámara de Comercio del Cauca (2020) durante el tercer trimestre del año 2020, es decir entre los meses de julio y septiembre, la creación de empresas se incrementó en un 2,9% con relación al mismo periodo del año anterior, específicamente en el sector de comercio al por mayor, el cual registro un crecimiento del 23%; en este sentido se puede afirmar que en la ciudad de Popayán actualmente existe una gran oferta de productos de repostería y heladería en respuesta de los nuevos emprendimientos que surgieron tras la pandemia, aunque también participan en el mercado empresas de gran trayectoria en la cultura Payanesa como lo es Doña Chepa y La Fontana, que buscan satisfacer las necesidades de los consumidores de estos productos.

Sin embargo, estas empresas que se encuentran en el mercado, carecen de innovación o mejoras en las características básicas, especificaciones técnicas, y componentes intangibles, motivo por el cual un emprendimiento que tenga una oferta de postres y pasteles con nuevos sabores como la gulupa, siendo esta una fruta exótica que se cultiva en la región, podría fortalecer el desarrollo del sector por la vía de la innovación.

1.1.2 Formulación del Problema

Partiendo de lo anterior, una vez se ha tenido en cuenta el panorama favorable para la demanda de productos de repostería, es necesario preguntarse:

¿Es prefactible la creación de una empresa que ofrezca productos de repostería a base de la fruta Gulupa en la ciudad de Popayán?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Elaborar un estudio de prefactibilidad de una empresa que ofrezca productos de repostería a base de la fruta Gulupa en la ciudad de Popayán.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que identifique la aceptación y viabilidad de los productos de repostería a base de gulupa.
- Realizar un estudio técnico, que determine la localización, el tamaño, la capacidad del proyecto y el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción.
- Realizar un estudio administrativo que establezca las normas legales necesarias, que permita el buen funcionamiento organizacional para el proyecto
- Realizar la evaluación financiera del proyecto que permita analizar su viabilidad económica.

1.3 Justificación

Este estudio de prefactibilidad se constituye como una oportunidad para impulsar el crecimiento económico de la ciudad de Popayán y del departamento, toda vez que, tras los efectos del aislamiento social y la cuarentena, provocados por la expansión del Covid-19, se afectó el nivel de empleo en la región generando pérdidas de puestos de trabajo y deterioro en la calidad de vida de la población, dada la disminución de los ingresos monetarios, de hecho, como lo reseña el diario *El Nuevo Liberal* (2020) en su edición del 6 de junio del año 2020, la ciudad ocupa el décimo puesto a nivel nacional con una tasa de desempleo de 20,7% en respuesta a una caída en la ocupación del sector hotelero, el cierre temporal y definitivo de empresas y la caída en el crecimiento del sector de la construcción.

En este sentido, la puesta en marcha de un emprendimiento de estas características de acuerdo a Illesca (2017) “es viable y puede contribuir al desarrollo empresarial de la ciudad y mejorar la calidad nivel de vida para sus habitantes” (p.109), además de impulsar la reactivación económica por la vía del fortalecimiento del sector gastronómico, con base en un modelo innovador que podría llegar a posicionarse en el mercado teniendo en cuenta casos exitosos a nivel nacional y local como *Repostería en tiempo de jazz* que tiene una oferta basada en productos 100% orgánicos, *Paletas Michelle* que basa su oferta en productos con recetas italianas, *La Paletteria* que ofrece paletas en forma de corazón de diversas combinaciones de sabores de plantas medicinales y frutas, y finalmente *Antonina's a lo vallecaucano* que se caracteriza por ofrecer helados artesanales que no contienen colorantes ni sabores artificiales (*El Tiempo*, 2016), *Doña Chepa* que ofrece postres tradicionales como los aplanchados y la *Fontana* que tiene un portafolio de productos compuesto por tortas frías, tortas caseras, postres y helados.

Resulta pertinente recordar que Popayán según la Alcaldía municipal (2021), ha sido la primera ciudad en ser nombrada Ciudad de la Gastronomía de la UNESCO y la ceremonia oficial tuvo lugar el 11 de agosto de 2005. La participación de la Corporación Gastronómica de Popayán en colaboración con la ciudad para desarrollar su industria gastronómica ha conocido un gran éxito y la notable oferta gastronómica de la ciudad (en cuanto a platos así como restaurantes) resulta muy valiosa para la Red.

Por lo anterior, esta idea de negocio se justifica porque permite atender la necesidad de innovación que tiene este tipo de productos en el mercado y la necesidad de los clientes adquirir productos con alta calidad y sabores diferenciados, como ocurre con el estudio de Parra (2017), quien intenta dar solución a este problema identificado, encontrado que resulta viable desde el punto de vista financiero, sin dejar de lado que contribuye también al mejoramiento del nivel de ocupación y la demanda de productos del sector agrícola del departamento del Cauca, en función de una variedad de productos de repostería derivadas de la Gulupa, una fruta exótica poco comercializada y conocida que constituye un elemento diferenciador para vender un nuevo sabor, siendo originaria de la región del Amazonas en el Brasil y se destaca por su color morado poco usual y tiende a hacer más dulce, este fruto cuenta con muchos beneficios para el cuidado del ser humano como lo son las vitaminas, hierro, siendo rica en fibra, gracias a sus atributos se puede contemplar como una fruta novedosa ante los ojos del consumidor en este sector.

Por otra parte, en la actualidad en el perfil productivo de las actividades agropecuarias del municipio de Toribio del departamento, se destaca el cultivo de la Gulupa, situación que ha contribuido al cambio del paradigma de los cultivos ilícitos que se presenta en el norte del Cauca, motivo por el cual esta idea de negocio podrá aumentar la visibilidad de la fruta en el mercado y así fortalecer su producción en la región.

Se podría afirmar que con la existencia del emprendimiento se mejorará la proyección de la fruta en los mercados locales, toda vez que sus usos, aunque son amplios, aun lo han logrado un amplio reconocimiento, ni posicionamiento dentro de los gustos y preferencias de los consumidores.

Además de esto, este estudio de factibilidad ayuda a los estudiantes a reforzar los conocimientos que adquiridos en el programa de administración de empresas ofrecido por la Fundación Universitaria de Popayán (FUP), situación que le hace posible no solo ponerlos en práctica, sino hacer parte de la cultura empresarial de la ciudad, mediante la creación de una empresa que ofrece productos de repostería innovadores, tal como ocurre con el trabajo de Ayala (2017), el cual mediante la realización estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero demuestra cómo es posible formalizar un emprendimiento de tipo familiar, señalando que es posible incursionar con este tipo de productos al mercado, toda vez que existe una demanda insatisfecha.

Finalmente, con este estudio se logra ratificar, la misión de la FUP la cual se basa en la formación integral de personas que comprometan sus esfuerzos en el desarrollo sostenible de la Región y del País, sobre la base de la idoneidad profesional, de la adquisición y práctica de valores morales y de la ética, para la solución de problemas regionales; por otra parte, se espera que este estudio sirva como referente para futuros proyectos empresariales.

CAPITULO II. Marcos de Referencia

2.1 Antecedentes

Los antecedentes son importantes porque dan soporte al estudio, por tal motivo, para desarrollar este apartado, como primera medida se realizó una búsqueda de estudios académicos en fuentes secundarias de Google Académico reconocidas de diversos investigadores relacionados en el tema de estudios de factibilidad dentro de un contexto internacional y nacional, teniendo en cuenta los últimos cinco (5) años de publicación y poniendo como criterios de búsqueda palabra claves como estudio de factibilidad, repostería y postres.

Esta búsqueda arrojó como resultado 3 estudios de las universidades de la Loja de Ecuador, Puebla de México y Católica de Colombia, denominados *Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de pasteles con endulzantes stevia para personas diabéticas en la ciudad de Loja*, *Plan de negocios para la propuesta de creación de una empresa de postres caseros* y *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa “gis cake & bakery” dedicada a la producción y comercialización de alta pastelería y repostería*, respectivamente, los cuales se presentan a continuación y que sirven como referencia para el tema central de este estudio.

2.1.1 Antecedentes Internacionales.

En el 2017 Illesca denomina su estudio “*Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de pasteles con endulzantes stevia para personas diabéticas en la ciudad de Loja*”, de la Universidad de Nacional de Loja, Ecuador. Para el autor, el trabajo tiene como fin mejorar el desarrollo empresarial de la

cuidad y la calidad de vida para sus habitantes, partiendo de un estudio de mercado el cual logro determinar una demanda potencial de 276.680 pasteles que consumen al año para o cual se requiere una capacidad instalada de 70.080 pasteles al año, mientras que para la capacidad utilizada de prevé un monto de 16.640 pasteles al año.

El estudio de Illesca (2017) concluye que el proyecto es factible porque la evaluación financiera muestra que el Valor Presente Neto (VPN) es positivo y la inversión genera rendimiento durante un periodo de 5 años; además al estudiar la Tasa Interna de Retorno (TIR) que alcanzo un valor de 70,14% se puede afirmar que la rentabilidad interna de la inversión es mal alta que los rendimientos esperados a futuro si se compara por ejemplo con la tasas de interés bancarias; Finalmente, el tiempo que se requiere para que el proyecto permita al inversor recobrar el capital, es de 4 meses y 13 días, haciendo a este más atractivo porque se considera que este es un tiempo corto para recobrar la inversión.

Por otra parte, en el año 2017, Parra denominó su estudio "*Plan de negocios para la propuesta de creación de una empresa de postres caseros*" de la Universidad de Puebla, México. Este estudio tiene como objetivo crear una micro empresa que produzca postres basada en recetas caseras, como respuesta a la falta de innovación que tiene este tipo de productos en el mercado y la necesidad de los clientes adquirir productos con alta calidad y sabores diferenciados; por este motivo el autor realiza un estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero, empleando desde el punto de vista metodológico las encuestas como instrumento de recolección de datos, para conocer el comportamiento del mercado y los gustos y preferencias d ellos consumidores.

Según los expuesto por Parra (2017), los resultados que arrojaron los estudios, permiten determinar que la inversión en el proyecto es de 278.041 pesos, de los cuales el

mayor porcentaje se encuentran en inversiones fijas de planta y equipo y en capital de trabajo; por otra parte, en la evaluación financiera los resultados obtenidos por el VPN igual a 27.492.721, la Recuperación del capital de 2 año 3 meses y 4 días y la TIR equivalente al 98% deja en evidencia la viabilidad que tiene el proyecto, dada la capacidad de generar beneficios económicos con bajo riesgo, la oportunidad que existe en el mercado de expansión y crecimiento, partiendo de la existencia de ventajas competitivas del producto en relación a la calidad e innovación.

2.1.2 Antecedentes Nacionales.

A nivel nacional se encuentra el trabajo de grado de Ayala (2017), denominado *“Estudio de factibilidad para la creación de la empresa “gis cake & bakery” dedicada a la producción y comercialización de alta pastelería y repostería”* de la Universidad Católica de Colombia. En este trabajo, el autor estudia la factibilidad para la creación de la empresa de alta pastelería y repostería, como respuesta al incremento en la demanda que han experimentado los productos de esta empresa que es de tipo familiar y comenzó como una idea pequeña de negocio, pero que requiere de consolidarse en el mercado (p.12); en este sentido, Ayala (2017) define el mercado objetivo para la empresa, estudia a su vez los aspectos técnicos del sistema de producción, la estructura organizacional que necesita para su correcta administración y finalmente analiza la viabilidad financiera.

El estudio concluye que existe un mercado objetivo y un consumidor dispuesto a pagar en promedio 6.500 por cada producto, que requiere de unas instalaciones con una área aproximada de 40 mts, que deberá ser constituida bajo la figura de Sociedad por Acciones simplificada (SAS) y finalmente con el análisis financiero realizado el autor

demuestra que el proyecto es viable porque tienen un flujo de efectivo positivo para los 5 años bajo análisis, donde el valor presente neto es de \$390.242 y la tasa interna de retorno igual a 155.63%, lo cual supone una rentabilidad mayor al 100% por encima de las tasa interbancarias.

2.2 Marco Conceptual

- **Estudio de factibilidad:** es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnico, económico, financiero, de mercado y otros que se requieran. (Santos, 2008, par.1)
- **Empresa:** La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio. (Thomson, 2006, par.8)
- **Emprendimiento:** proceso en cadena en la que cada eslabón es un estadio distinto del proyecto y que a medida en que se va avanzando en el proyecto va tomando madurez, transformándose gradualmente desde una idea inicial difusa hasta una empresa consolidada. (Torres, Et al, 2019)

- **Estudio de mercado:** Este capítulo se destina al estudio de la demanda de producto. En esencia se trata de determinar cuánto se puede vender y a qué precio, especificando las características del producto y abordando los problemas de comercialización derivados de “llevar” el producto al consumidor. (Santos, 2008, par.23)
- **Estudio técnico:** El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinan los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. (Santos, 2008, par.23)
- **Estudio Administrativo:** trata de manera especial sobre la estructura organizacional que tendrá el proyecto de acuerdo a las funciones o actividades que deben llevarse a cabo, para ello se plantea la realización de un organigrama que tenga en cuenta, las funciones sustantivas, de apoyo y de control. Además, se precisan las necesidades de personal de acuerdo a los requerimientos en cuanto a tareas, y especialidades, así como la cantidad de trabajadores y directivos que son necesarios en cada uno de esos niveles o categorías. (Santos, 2008, par.23)
- **Estudio financiero:** Permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean. (Santos, 2008, par.33)

CAPITULO III. Marco Metodológico

3.1 Tipo de Investigación.

Debido a las características del *Estudio de prefactibilidad para la puesta en marcha de la elaboración de productos de repostería derivados de la gulupa en la ciudad de Popayán*, el cual busca dar respuesta a la necesidad de consumo de productos innovadores, se realiza un investigación de tipo descriptivo ya que permite dimensionar de manera amplia la realidad del consumo de productos de repostería en la ciudad de Popayán e identificar los hábitos y necesidades a la hora de adquirir este tipo de productos; además porque tiene como objetivo describir el comportamiento de las variables, como lo son aquellas partes interesadas que inciden en la puesta en marcha de un proyecto, sin tener en cuenta ningún tipo de hipótesis en relación a ellas, con base en la realización de un estudio de mercados que emplea la encuesta como instrumento de recolección de información.

El tipo de investigación seleccionado para llevar a cabo este estudio es descriptivo

La investigación descriptiva, por otra parte, trata de describir las características más importantes de un determinado objeto de estudio con respecto a su aparición y comportamiento, o simplemente el investigador buscará describir las maneras o formas en que éste se parece o diferencia de él mismo en otra situación o contexto dado. (Universidad Nacional Autónoma de México, s.f. p.17).

3.2 Fuentes y Técnicas de Recolección de Información

Para llevar a cabo este estudio de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo, se emplearon las siguientes fuentes de información:

Fuentes primarias: Las fuentes primarias del estudio fueron los futuros clientes del proyecto, quienes mediante la encuesta (Anexo 1) proporcionaron la información necesaria y relevante para la elaboración de esta investigación.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta

Ejecutor del estudio	Brillith Lorena Rengifo Gómez Janeth Marinella Orozco Muñoz
Referencia	Estudio de prefactibilidad para la elaboración de productos de repostería derivados de la gulupa en la ciudad de Popayán
Naturaleza del estudio	Cuantitativo – Descriptivo
Técnica	100 % encuestas On line
Numero de preguntas	16
Tipo de preguntas	Cerradas
Universo	292.541 personas
Margen de Error	5%
Nivel de Confianza	95%
Muestra	384 elementos encuestados
Zona Influencia	Popayán
Población Objetivo	Habitantes de la ciudad de Popayán
Objetivo	Conocer las preferencias, los hábitos de consumo y la intención de compra de postres y productos de repostería hechos a base de Gulupa, en los habitantes de la ciudad de Popayán
Información esperada	Identificar el perfil del consumidor, conocer el mercado objetivo, la propensión al consumo de postres y productos de repostería a base de Gulupa y disposición de pago.
Fecha de trabajo de Campo	1 al 30 de junio 2021

Fuente: elaboración propia (2021).

Fuentes secundarias: Las fuentes secundarias contienen información relevante para el desarrollo de este estudio, en este sentido, las fuentes utilizadas fueron:

- **Google Académico:** en el cual se consultaron libros on line, sobre temas como estudios de prefactibilidad y metodología de la investigación
- **Periódicos:** en los cuales se consultaron información sobre el comportamiento en la demanda de postres y comportamiento del sector de repostería en Colombia.
- **DANE:** información estadística de Colombia, para identificar la población y comportamiento del PIB dentro de las cuentas nacionales
- **Redalyc:** en el cual se consultaron estudios de universidades como la de Puebla, Loja y católica

3.3 Población y Muestra.

La población para el estudio vendrá dada por los habitantes del municipio de Popayán, los cuales según el DANE para el año 2017 ascendían a 282.500; sin embargo, al proyectarla para el año 2021 con una tasa de crecimiento del 0.88%/Año, esta sería de 292.541.

Partiendo de lo anterior, para conocer el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula para el cálculo de población finita por medio de la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo (292.541)

Z'' = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (1,960)"

e = Erro de estimación máximo aceptado (5%)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (50%)

$q = (1 - p) =$ Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (50%)

Reemplazando en la ecuación se tiene:

$$n = \frac{292.541 * 1,960^2 * 50,00\% * 50,00\%}{5,00\%^2 * (292.541 - 1) + 1,960^2 * 50,00\% * 50,00\%} = 383.66$$

El resultado de la ecuación arrojó que se deben realizar 384 encuestas a los habitantes del municipio de Popayán.

CAPÍTULO IV- Estudio de Mercado

4.1 Análisis del Sector

Según Buissonneau et al (2021), a nivel mundial las tendencias de consumo de productos de panadería y repostería han evolucionado, desde las formas más tradicionales hasta las más innovadoras, en términos de calidad y sabor, situación que deja de manifiesto que este sector se ha globalizado y ha creado nuevas oportunidades para las empresas que se dedican a esta actividad. Así, dentro del contexto nacional según Montenegro (citado por Buissonneau et al, 2021), este sector es muy importante y facilita el emprendimiento en Colombia, porque existen más de 25 000 panaderías y pastelerías, con ventas de más de tres billones de pesos y 400 000 empleos directos.

El modelo de panaderías y pastelerías en Colombia ha ido ganando espacio entre los consumidores debido a la variedad que hoy existe en la oferta. El cliente puede encontrar espacios desde tradicionales hasta de diseño y una variedad de productos que abarca desde lo típico de cada región hasta elaboraciones de productos de diferentes países. (Buissonneau et al, 2021, p.53)

Sin embargo, aunque los establecimientos de panadería y repostería pertenecen a un sector jalonador, es importante analizar su comportamiento dentro la economía nacional y regional, por ello se debe tener en cuenta que estos establecimientos se encuentran ubicados dentro de la división 10 de la clasificación industrial CIIU perteneciente al sector de industrias manufactureras, grupo 108 de elaboración de otros productos alimenticios, clase 1081 elaboración de productos de panadería.

Cabe aclarar que la Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), según el DANE (2021), es una clasificación de actividades económicas por procesos productivos que clasifica unidades estadísticas con base en su actividad económica principal y tiene como propósito ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión, análisis y presentación de estadísticas de acuerdo con esas actividades

Así, según la información suministrada por el DANE (2021), durante los años 2018-2020, el PIB nacional registro una fuerte caída de -5,5% para el ultimo años bajo análisis, como respuesta a los efectos de la pandemia en la economía y los cierres de establecimientos y empresas para mitigar la propagación del virus y aunque la industria manufacturera presento el mismo comportamiento con una tasa de crecimiento del -4,6%, el subsector de productos de panadería de manera contraria supero las expectativas de crecimiento, pasando de 2,7% en el año 2018 a 11,3% para el año 2020, tal como se puede apreciar en la siguiente figura.

Figura 1. Tasa de crecimiento del PIB nacional, Industria manufacturera y Subsector de productos de panadería y repostería 2018-2020



Fuente: elaboración propia con base DANE. Cuentas nacionales (2021)

Según Salazar (2021), la caída del PIB nacional solo es comparable con la crisis que atravesó el país en el año 1999.

Esta se trata de la mayor caída del PIB desde que se tienen series de crecimiento, es decir, desde 1975, una contracción aún mayor que la que sucedió en 1999, que es considerada como una de las crisis económicas más agudas, que no solo hizo que el Producto Interno Bruto (PIB) cayera a mínimos de 4,5%, según cifras del DANE, sino que tuvo consecuencias en el empleo y llevó a que se hicieran cambios estructurales en la política monetaria y cambiaria del país. (Salazar, 2021, parr.2)

Por otra parte, aunque para la caída del PIB aportó la industria manufacturera, el sector de panadería y repostería registro un crecimiento significativo en respuesta según el estudio de Correales et al (2020), porque el confinamiento obligatorio causado por el

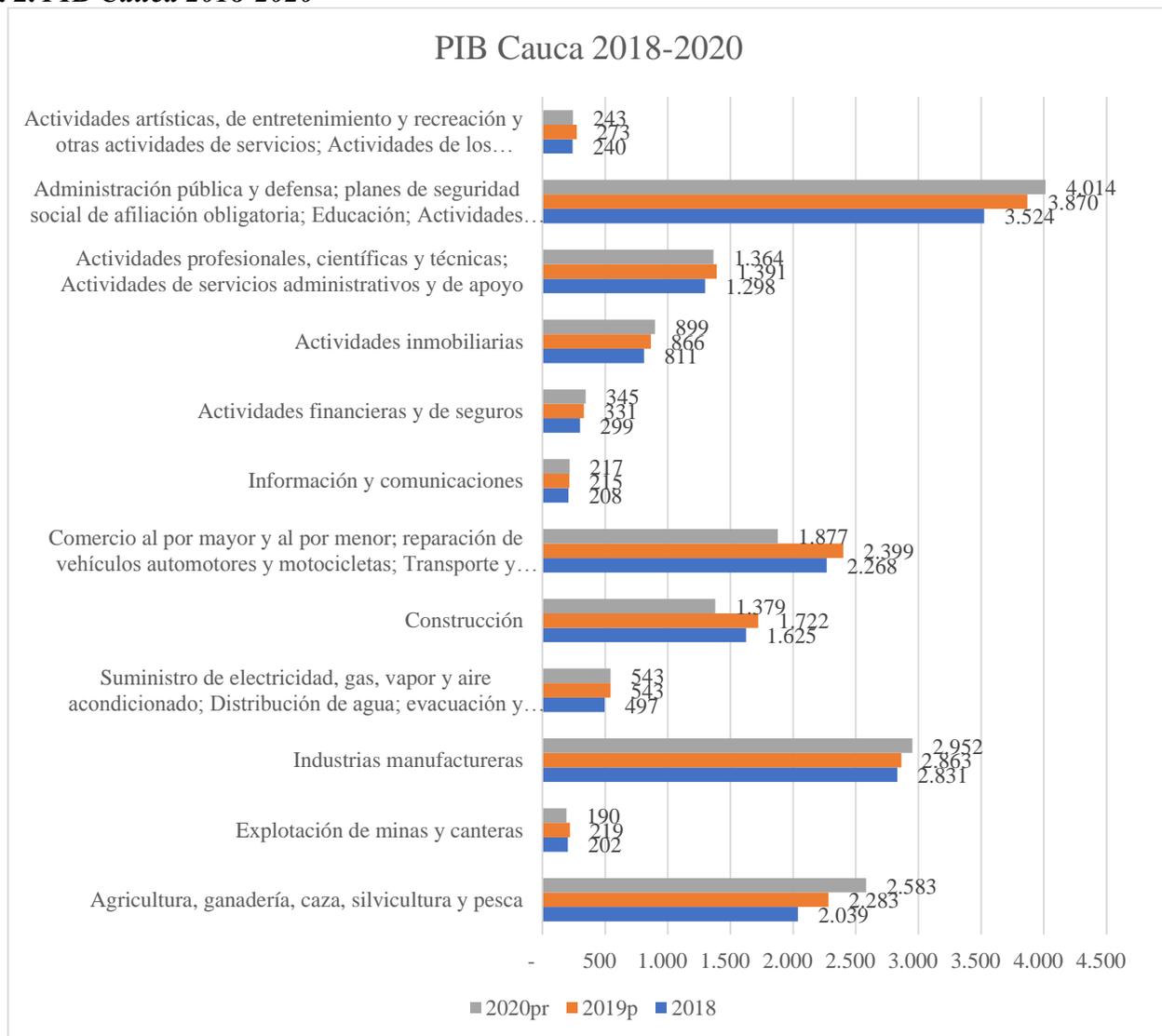
Covid-19 cambio los hábitos de consumo de alimentos de las personas especialmente en la población joven colombiana, en respuesta a los efectos psicológicos del confinamiento que hace relacionar el estado anímico- emocional con el consumo de ciertos alimentos .

Existen ciertos factores que son relevantes a la hora de combinar el estado de confinamiento y los hábitos de consumo. Estos que mencionamos son factores que inciden de manera subconsciente en los consumidores y modifican su comportamiento de consumo. El estrés, la ansiedad y el miedo son factores que conducen a lo descrito (Correales et al,2020, p.2).

Siguiendo con el estudio de Correales (2020), se puede afirmar que el confinamiento y el teletrabajo, durante la cuarentena aumentaron del consumo de alimentos con altos valores de dulce, pues el 54% de la población estaba en condición de teletrabajo y de esta el 44% afirmó haber incremento el consumo de alimentos con alto contenido calórico como los postres y golosinas, como respuesta a que “permanecer en casa de forma no voluntaria afecta emocionalmente a las personas y a su vez por medio del desarrollo de emociones negativas permite el aumento de consumo de alimentos inhibidores como lo son alimentos dulces” (p.7)

A nivel regional, se puede apreciar según la figura 16, que para el departamento del Cauca el sector industrial manufacturero creció un 4.2% para el año 2020 en relación con el año 2018, haciendo que la participación del sector fuera del 16,2% , por debajo solo del sector de administración pública y defensa.

Figura 2. PIB Cauca 2018-2020



Fuente: elaboración propia con base DANE. Cuentas nacionales (2021)

4.2 Demanda

4.2.1 Perfil del Cliente

Según la encuesta realizada, los clientes potenciales son todas las personas que se encuentran dentro de los rangos de edades de los 18 a 40 años, que habitan los sectores sur

y norte de la ciudad de Popayán, estos se caracterizan por ser personas que consumen postres cuatro (4) veces al mes, con una propensión a pagar entre \$6.000 y \$10.000 pesos.

En este sentido, el emprendimiento busca ofrecer productos variados de acuerdo con las preferencias del consumidor, permitiendo una facilidad de elección según sus gustos y necesidades.

4.2.2 Demanda del Proyecto

La siguiente tabla, muestra el cálculo del número de compradores que habitan en la ciudad de Popayán, que se encuentran dentro del rango de edad de 18 a 40 años y se habitan en las comunas 2 y 6, además consumen helados y postres 4 veces al mes.

Tabla 2. Cálculo de los compradores potenciales y reales del emprendimiento.

Población Cauca 18-40 años	Población Popayán 18-40 años (Compradores potenciales)	Población de Popayán 18-40 años de las comunas 2 y 6 (Compradores reales)
557.806	100.405	46.186

Fuente: elaboración propia con base en cifras del DANE y resultados de la encuesta del estudio (2021).

Partiendo de esta tabla, a continuación, se calcula la demanda potencial y la demanda real.

Demanda potencial.

Volumen de ventas= compradores * cantidad de producto adquirido por el comprador en un periodo de tiempo determinado.

Volumen de ventas = 46.186 x 48 unidades de producto al año.

Volumen de ventas = 2.216.944

Esta proyección está basada en la población dentro del rango de edad entre los 18 y 30 años según las cifras suministradas por el DANE para el año 2021 y el cálculo de unidades que se estima puedan ser consumidas anualmente según datos arrojados por la encuesta realizada.

Demanda real.

Volumen de ventas = compradores * cantidad de producto adquirido por el comprador en un periodo de tiempo determinado.

Volumen de ventas = 100.405 x 48 unidades de producto al año.

Volumen de ventas = **4.819.444**

Por lo tanto, la demanda real del emprendimiento será de **4.819.444** unidades; Este valor hace referencia al número de unidades totales de postres y pasteles que el emprendimiento podría llegar a vender, sin tener en cuenta la competencia ni el porcentaje de participación en el mercado.

4.3 Análisis de la competencia

En la Ciudad de Popayán existe una gran oferta de productos en el sector de la repostería tanto formales e informales, debido a la demanda que tienen, por tal motivo se identificaron los principales competidores que cuentan con modelos de negocios muy similares y una alta participación en el mercado, atrayendo a los consumidores no solo por

los sabores, presentación y calidad en los productos, sino también por la innovación que tienen los procesos.

A continuación, se presenta una tabla que muestra las características de los principales competidores del sector de productos de panadería y repostería en la ciudad de Popayán.

Tabla 3. *Análisis de la competencia*

Razón Social	Dirección	Descripción
La Fontana 	Dirección: <u>Cl 6 7-78</u> Horario de atención: 8:00 am- 6:pm Servicio a domicilio: No Sedes: sí. centro comercial Campanario	Tiene su planta propia de producción, con maquinaria de última tecnología para el desarrollo de los diferentes procesos, además cuenta con cómodas instalaciones para la parte administrativa y varios establecimientos ubicado en diferentes zonas de la ciudad de Popayán como lo es zona Centro, Sur y Norte, ofertando en cada uno de ellos productos de panadería y pastelería contratando personal calificado e impactando a través del tiempo con sus productos como “ Postre genovesa, tres leches y demás” logrando superar su empresa siendo líder en el mercado de panadería, pastelería y heladería que cuentan con tecnologías de punta y personal altamente capacitado, dedicados a la elaboración de productos de alta calidad, cuentan con domicilios en la ciudad, llegando a satisfacer al cliente en gustos, preferencia, siendo vigentes como el primer día de su inauguración
Mi vaquita.	Dirección: Cr6 45 N – 49 Popayán, Cauca Horario de atención: 9:00am am- 6:00pm Servicio a domicilio: si Sedes: No	Este establecimiento conocido por sus delicias de diferentes productos en la ciudad de Popayán ubicado en la zona norte, se caracteriza por ser una empresa llamativa y calificada por sus excelentes pro



Don Jacobo:

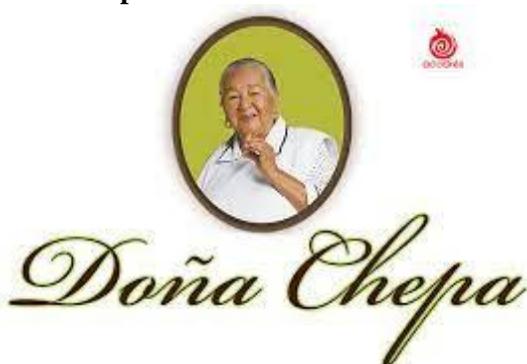


Dirección: Carrera 9 #21 Norte-1 a 21 Norte-93, Popayán, Cauca
 Horario de atención: 10:00am am- 7:00pm
 Servicio a domicilio: No
 Sedes: No

ductos y participación en celebraciones y acompañamiento en diferentes eventos sociales y familiares que dan a conocer día a día por su experiencia en postres, helados, cremas con fresas, tortas, genovesa y demás productos que su equipo de personal de trabajo se esmeran por dar a conocer y dar una atención satisfactoria a los clientes, obteniendo una nueva experiencia en los diferentes postres que ofertan estos prestigiosos negocios ganando reconocimiento a través de su trayectoria en el tiempo pero que hacen la diferencia por el gran impacto de sus productos.

Esta empresa, ha generado gran impacto con sus productos como “ Postre genovesa, tres leches y demás” siendo reconocidos y dando la misma satisfacción al cliente siendo vigentes como el primer día de su inauguración, dándoles a conocer sus celebraciones y compartiendo en diferentes eventos sociales y familiares obteniendo una nueva experiencia en los diferentes postres que ofertan estos prestigiosos negocios ganando reconocimiento a través de su trayectoria en el tiempo pero que hacen la diferencia por el gran impacto de sus productos.

Doña Chepa:



Dirección: Cl. 2A #4-46, Popayán, Cauca
 Horario de atención: 8:00am- 7:00pm
 Servicio a domicilio: No
 Sedes: si

Esta empresa que ha deleitado a los payaneses y muchos colombianos ganándose el respeto, la confianza y que ha logrado llegar a muchos hogares con su dulzura, afecto y tradición dando a conocer sus aplanchados siendo la base de su negocio familiar y los pastelitos de ojalde siendo participe de muchas celebraciones y trayendo consigo mismos platos típicos siendo parte del patrimonio gastronómico de la ciudad blanca. Dando a conocer los competidores directos en esta ciudad, se puede observar que tenemos una competencia muy fuerte en el mercado en la cual queremos entrar a combatir, sin embargo se presenta una alta

participación de demanda en este sector por su amplia segmentación brindando oportunidades para nuevos proyectos de emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.4 Oferta

4.4.1 Oferta del proyecto

La oferta del emprendimiento estará en función del porcentaje de participación que se espera logre durante el primer año operacional con base en la cifra de demanda real; así se espera que la participación sea de un 0,5% por que existen en el mercado algunos grandes competidores que ofrecen productos similares, tal como lo muestra la siguiente tabla de Entrepreneur elaborada a partir de la guía de diseño. Mentoría para el emprendedor.

Tabla 4. *Participación de un proyecto en el mercado según características de los competidores*

¿Qué tan grandes son tus competidores?	¿Que tantos competidores tienes?	¿Qué tan similares son sus productos a los tuyos?	¿Cuál parece ser su porcentaje?
Grandes	Muchos	Similares	0 - 0,5%
Grandes	Alguno	Similares	0 - 0,5%
Grandes	Uno	Similares	0,5% - 5%
Grandes	Muchos	Diferentes	0,5% - 5%
Grandes	Alguno	Diferentes	0,5% - 5%
Grandes	Uno	Diferentes	10% - 15%
Pequeños	Muchos	Similares	5% - 10%
Pequeños	Algunos	Similares	10% - 15%
Pequeños	Muchos	Diferentes	10% - 15%
Pequeños	Algunos	Diferentes	20% - 30%
Pequeños	Uno	Similares	30% - 50%
Pequeños	Uno	Diferentes	40% - 80%
Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	80% - 100%

Fuente: Entrepreneur (s,f)

Partiendo de lo anterior, la oferta del proyecto será:

Oferta= Demanda real X cuota de mercado del proyecto en el 1er año operativo

Oferta= 4.819.444 x 0,5%

Oferta= 110.847 unidades

En este sentido, el numero productos que se espera sea ofrecido por el emprendimiento para el primer año operativo será de 110.847.

4.5 Mezcla de mercado

4.5.1 Producto

Gulupastel ofrece nuevos productos de repostería a base de la Gulupa, en la ciudad de Popayán, enfocados a dar a conocer al consumidor productos de calidad que satisfagan sus gustos y necesidades, recreando diseños y características personalizadas a nuestro proyecto, siendo partícipes del cuidado del medio ambiente.

La línea de pasteles, postres y cup cake hacen la diferencia en este emprendimiento por el procedimiento que se realiza y la personalización que nos identifica a la hora de elaborar estos productos con materias primas y maquinaria de excelente calidad para llegar al cliente final.

Por otra parte, dentro del portafolio de productos se busca ofrecer a los clientes postres de maracuyá, tres leches y chocolate, como productos complementarios en respuesta a los resultados que arrojó la encuesta, en la cual estos sabores tuvieron una presencia de 66,5%, 55,3% y 46,6% respectivamente.

Portafolio de productos.

A continuación, se presenta la tabla 5, que muestra la composición del portafolio de productos de Gulupastel .

Tabla 5. *Portafolio de productos de GULUPASTEL*

Producto	Imagen	Descripción	Participación del producto dentro del portafolio
Cupcake de Gulupa		También conocido como patty cake o fairy cake, es una pequeña tarta individual que se cocina frecuentemente en moldes similares a los empleados para hacer muffins o magdalenas; esta elaborado con mantequilla, harina, levadura, huevos y azúcar.	20%
Postres Gulupa, Maracuya, tres leches y chocolate		Alimento dulce que se sirve al final de cada comida o que puede ser consumido en cualquier hora del día; se caracterizan por ser frío. Esta elaborado a base de fecula de maíz, leche condensada y crema de leche.	50%
Pastel de gulupa.		Dulce elaborado con una masa a base de harina, mantequilla, huevos, azúcar, leche, y otros ingredientes, que se cuece al horno y se rellena o se cubre de crema, chocolate, frutas u otros productos de repostería.	30%

Fuente: Elaboración propia (2021) Imágenes no tienen derecho de autor.

Por otra parte, teniendo en cuenta la participación de cada producto sobre el portafolio, a continuación, se muestran las cantidades que se espera sean vendidas en el año.

Tabla 6. Ventas de por producto para el año 1.

Producto	participación	Unidades año 1
Cupcake	0,2	22169
Postre gulupa	0,2	22169
Postre maracuyá	0,1	11085
Postre tres leches	0,1	11085
Postre chocolate	0,1	11085
Torta 1/2	0,1	11085
Torta Lb	0,2	22169
TOTAL	1	110847

Fuente: Elaboración propia (2021)

Logotipo y eslogan

El logotipo que se presenta a continuación distingue al proyecto, ya que plasma la especialidad de la repostería enfocada en postres y pasteles y su intención no solo de ofrecer productos con sabores exóticos, sino también cargados de amor y diseño.

Figura 3. Logotipo



Fuente: Elaboración propia (2021).

Eslogan: “El dulce sabor de lo exótico”.

4.5.2 Precio

El precio de los productos ofrecidos por el emprendimiento, está determinados por el costo de producción (Anexo 1) por unidad más un margen de ganancia del 50% tal como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 7. *Precio por producto.*

Producto	Costo por unidad	Utilidad del 50%	Precio de venta
Cupcake	\$ 1.942,4	\$ 971,2	\$ 3.000
Postre gulupa	\$ 2.539,2	\$ 1.269,6	\$ 4.000
Postre maracuyá	\$ 2.461,2	\$ 1.230,6	\$ 4.000
Postre tres leches	\$ 2.309,2	\$ 1.154,6	\$ 4.000
Postre chocolate	\$ 2.309,2	\$ 1.154,6	\$ 4.000
Torta 1/2	\$ 11.986,9	\$ 5.993,4	\$ 18.000
Torta Lb	\$ 23.973,7	\$ 11.986,9	\$ 36.000

Fuente: Elaboración propia (2021)

4.5.3 Canal de distribución

Para entender el canal de distribución utilizado para este emprendimiento, se debe tener en cuenta que el producto ofrecido es un bien que requiere un canal de distribución específico, también es necesario reconocer el mercado hacia el cual va dirigido y el área de acción del proyecto.

La distribución que empleara es el canal directo, tal como se puede apreciar en la figura, ya que este es quien transforma la materia prima (Gulupa) que se adquiere de los proveedores en un producto de consumo y lo vende al consumidor final.

Figura 4. *Canal de distribución*

Fuente: Elaboración propia (2021).

4.5.4 Publicidad y promoción.

Estas estrategias se basan en un análisis de la situación actual, del mercado y de la competencia, además de la identificación del público objetivo y los canales de comunicación a utilizar.

Estrategia de publicidad

- Contratar servicio SEO a través de Google, con el fin de incrementar la visibilidad del de la página web y redes sociales para mejorar la calidad y cantidad de tráfico.
- Contratar campaña de marketing con nano influencers es decir, aquellos que tiene entre 1.000 a 10.000 seguidores, con el fin de que este pueda establecer una relación con el emprendimiento, se amplifique el alcance y se pueda influenciar los hábitos de consumo de su audiencia, teniendo en cuenta que las redes sociales tanto del influencer como las de GULUPASTEL deben compartir un público en común. Esta estrategia se plantea teniendo en cuenta que el público objetivo son personas que interactúan constantemente en redes sociales.
- **Radio.** La radio es el medio más accesible a todo lo largo y ancho del país, por tanto, la radio ofrece la oportunidad de una exposición masiva de los mensajes publicitarios, de esta manera se plantea pautar 2 veces por semana en la estación de

Radio 1 en la frecuencia 100.1 FM, durante un tiempo de 15 segundos (costo por pauta = 43.000)

- **WhatsApp Business.** El WhatsApp es una aplicación mundialmente aceptada por la población de diversos rangos de edad y se ha convertido en un medio masivo de comunicación; en este sentido se plantea adquirir un celular por valor de 479.900 para instalar el WhatsApp Business, que es una aplicación de descarga gratuita disponible para Android y iPhone, que ha sido desarrollada especialmente para pequeñas y medianas empresas.

Esta facilitara las interacciones con los clientes, ya que ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes, además mostrando la información más importante, como la dirección, correo electrónico y sitio web, estadísticas sobre el envío de mensajes, entrega y se lectura exitosa.

Tabla 8. *Costo de la estrategia de publicidad.*

Estrategia	Cantidad	Valor Unitario	Total
Servicio SEO	12,00	\$ 1.200.000,00	\$ 14.400.000,00
Diseño de página web	1,00	\$ 850.000,00	\$ 850.000,00
Campaña con nano influencer (1.000 a 10.000)	12,00	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00
Cuña radial	12,00	\$ 344.000,00	\$ 4.128.000,00
Calendario promocional	1,00	\$ 21.164.948,00	\$ 21.164.948,00
		TOTAL	\$ 42.942.948,00

Fuente: elaboración propia (2021).

Estrategia de promoción

- Diseñar un calendario promocional de acuerdo con las fechas especiales del año 2022 para incrementar el número de clientes nuevos.

Tabla 9. *Calendario promocional*

Fecha	Promoción	Producto	Mes															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Mes de la mujer	Compre 5 cupckes y lleve el 6to gratis	Cupcake																
Mes de la madre	Compre un pastel de libra y lleve la segunda a mitad de precio	Pastel																
Temporada de vacaciones	Compre dos de gulupa y lleve gratis un postre de tres leches o chocolate	Postres.																
Mes del amor y amistad	Compre un postre de maracuyá y segundo con el 50% de descuento.	Postres.																
Halloween	Pague1 lleve 2 en cupcakes de Halloween.	Cupcakes																
Fin de año	50% en pasteles de media libra de temporada.	Pastel																

Fuente: elaboración propia (2021).

Tabla 10 *Costo de la estrategia de promoción.*

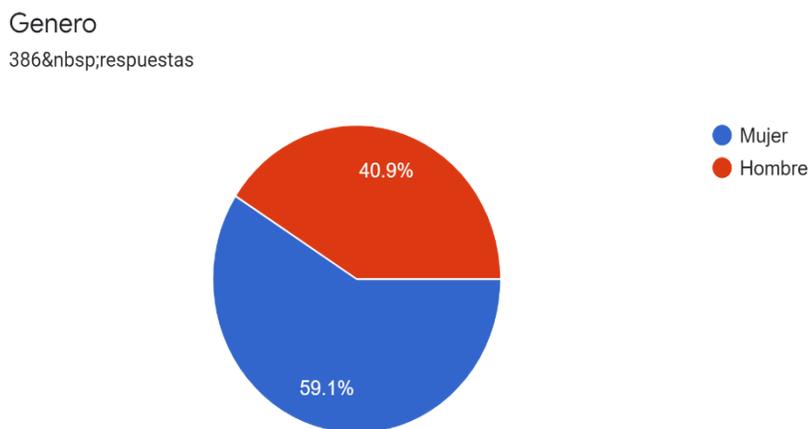
Calendario promocional	Mes	Unidades	costo unidad	Total
Mes de la mujer	marzo	369	\$ 1.942,4	\$ 716.751,8
Mes de la madre	mayo	923	\$ 11.986,9	\$ 11.063.862,6
Temporada de vacaciones	julio /agosto	1847	\$ 2.309,2	\$ 4.265.092,4
Mes amor y amistad	septiembre	461	\$ 1.230,6	\$ 567.306,6
Halloween	octubre	921	\$ 1.942,4	\$ 1.788.965,8
Navidad	diciembre	461	\$ 5.993,4	\$ 2.762.968,9
TOTAL				\$ 21.164.948,0

Fuente: elaboración propia (2021).

CAPITULO V. Análisis de Resultados

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 384 personas, los días 1 al 30 de junio de año 2021, las cuales por motivo de la pandemia provocada por el COVID-19, se debió realizar vía internet, mediante la aplicación formulario de Google, a los habitantes de la ciudad de Popayán; esta encuesta tiene como finalidad conocer las necesidades y satisfacción de los consumidores en la ciudad de Popayán frente al sector de la repostería, obteniendo información de la aceptabilidad de un nuevo producto a base de la Gulupa.

Figura 5 *Genero de los encuestados.*

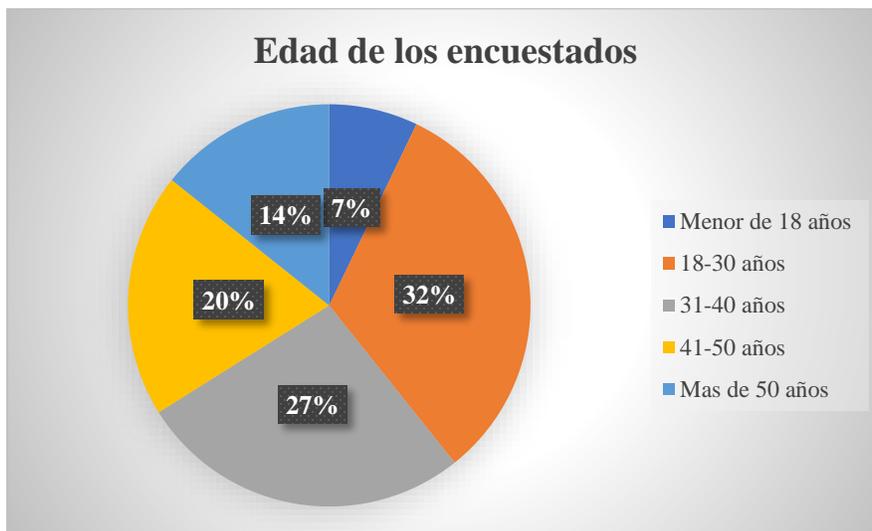


Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se puede apreciar en la figura 1, el 59,1% de los encuestados pertenece al género femenino seguido del género masculino que obtuvo una participación de 40,9% en el total de la muestra; esta variable permite inferir que existe una tendencia sesgada hacia un género en particular, lo cual es muy importante porque permite orientar el portafolio de

productos del proyecto hacia las necesidades específicas de las mujeres, las cuales se perfilan como mayores consumidoras.

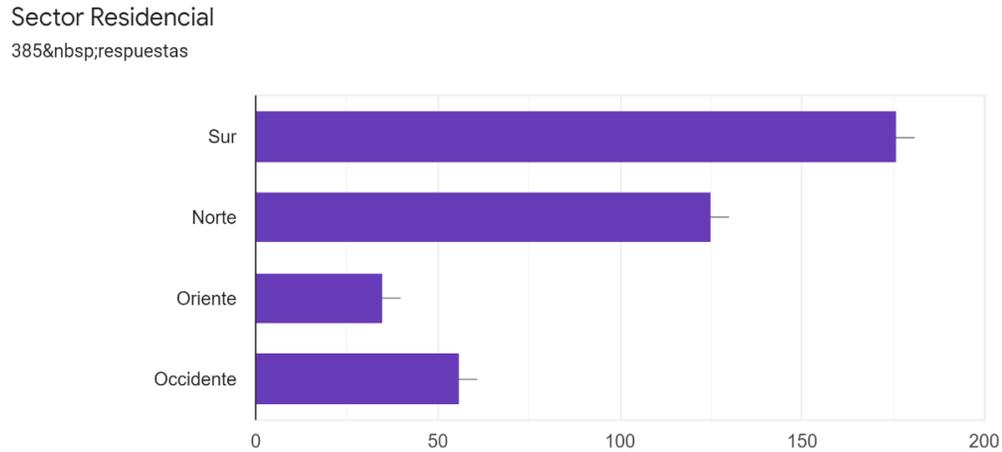
Figura 6. *Edad de los encuestados*



Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se puede apreciar en la figura 2, el 32% de los encuestados se encuentran dentro del rango de edad de 18-30 años, seguido del rango 31-40 años que obtuvo una participación de 27% en el total de la muestra; estos resultados permiten afirmar que el perfil demográfico para el emprendimiento, incluye personas jóvenes y adultas los cuales se caracterizan por ser económicamente activas, estar en edad de trabajar y estudiar.

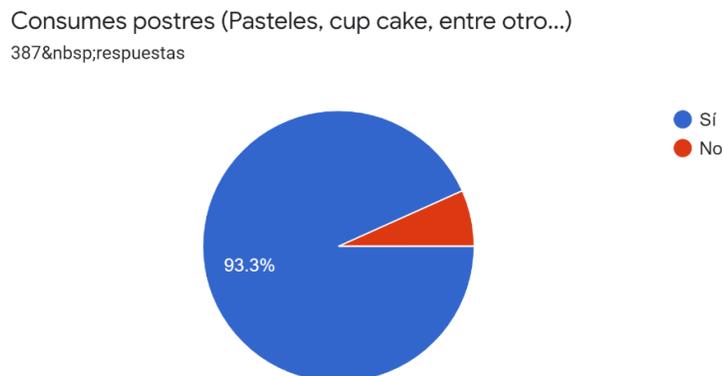
Figura 7. Sector de residencia de los entrevistados.



Fuente: Elaboración propia (2021).

La figura 3, muestra como el sector de mayor residencia de los encuestados es el sur con un 45,7% , seguido de norte con un 32,5% , occidente con un 14,5% y finalmente el oriente con un 9,1%, lo cual resulta importante, toda vez que se requiere conocer donde se encuentra la demanda potencial del proyecto y a partir de esta información determinar la Microlocalizacion en el estudio técnico.

Figura 8. Consumo de productos de pastelería y repostería.

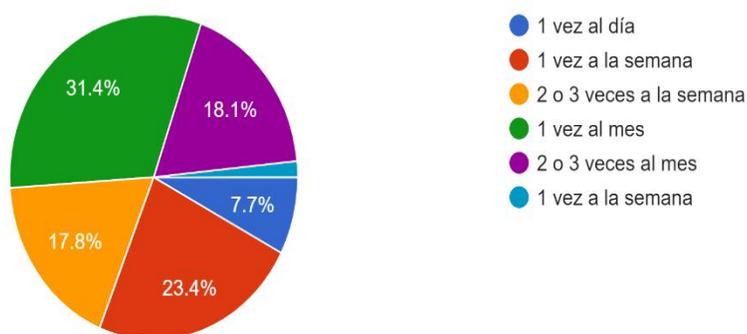


Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se pueda apreciar en esta figura, el 93,3% de los encuestados afirman consumir productos de pastelería y repostería, en contraste con un 6,7% que no los consume. Estas cifras son de gran importancia para el posterior desarrollo del proyecto, toda vez que muestra una demanda potencial de este tipo de productos.

Figura 9. *Frecuencia de consumo.*

Cada cuanto consume un postre ?
376 respuestas

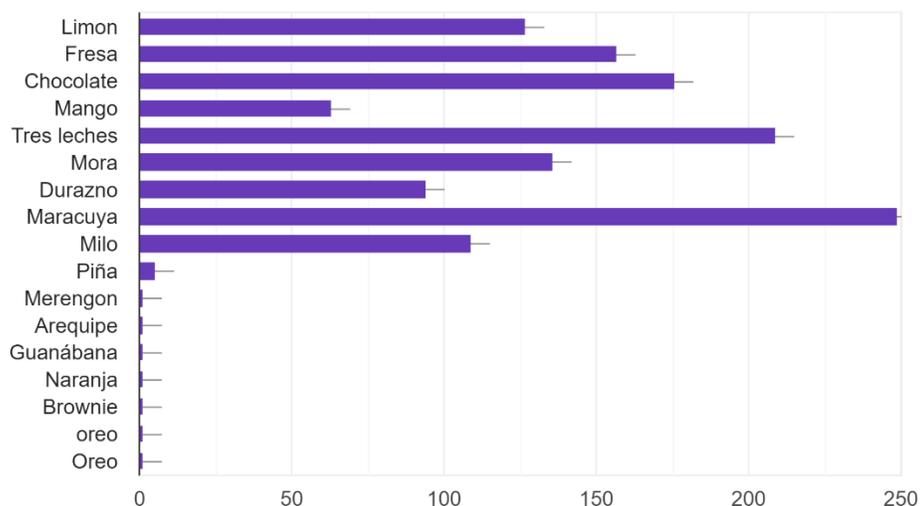


Fuente: Elaboración propia (2021).

La figura 5, muestra la frecuencia de consumo de productos de postres entre los encuestados, en este sentido, el 31,4% afirma consumirlos una vez al mes, seguido de un 25% que lo consume una vez a la semana, un 18,1% que los consume 2 o 3 veces al mes y en menor frecuencia se encuentra el consumo diario con un 7,7%. Esta información resulta relevante, toda vez que para el estudio técnico permite determina la capacidad de producción que debe tener el proyecto en función de la demanda.

Figura 10. Sabores de preferencia de los encuestados.

Cuales son los sabores de postres que frecuentemente consumes ? Marca los de tu preferencia.
377 respuestas

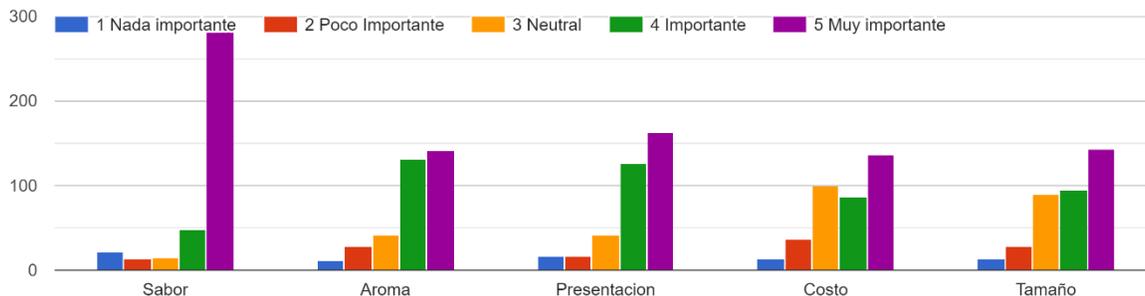


Fuente: Elaboración propia (2021).

La figura 6 revela que el sabor de mayor preferencia de postre para los encuestados es de maracuyá con un 66%, seguido de tres leches con un 55,4%, chocolate con un 46,7%, fresa con un 41,6% y mora con un 36,1%. Por otra parte, los de menor preferencia son oreo, arequipe, guanaba, naranja, brownie, merengo y piña, los cuales alcanzaron una calificación inferior al 1%.

Figura 11. *Cualidades que determinan el consumo de un postre*

De las cualidades de los postres ¿Cuáles son las que mas valoras? Por favor indique su grado de importancia de 1 a 5.

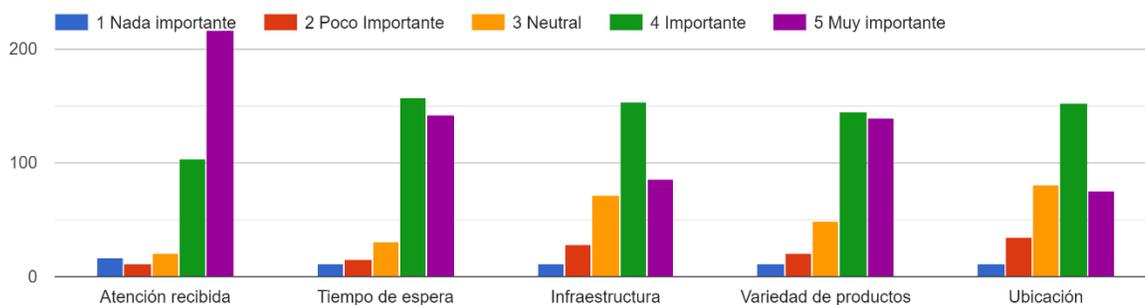


Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se puede apreciar en la figura 7, el sabor, la presentación y el aroma son los factores que determinan en mayor medida el consumo de un postre, toda vez que alcanzaron una calificación de 74,8%, 43,2% y un 37,4% respectivamente; sin embargo, con menor calificación pero no menos importante se encuentran el tamaño y el costo.

Figura 12. *Atributos físicos de un establecimiento que determinan la compra de un postre.*

¿Qué atributos considera mas importantes en el lugar de compra? Por favor indique su grado de importancia de 1 a 5.

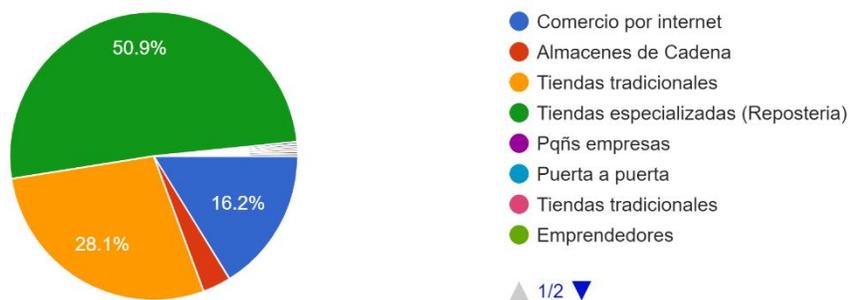


Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se puede apreciar en la figura 8, de los cinco atributos consultados en la encuesta, la atención al cliente, el tiempo de espera y la variedad de productos dentro del portafolio, son los elementos con mayor peso en la determinación de realizar la compra de postres en un establecimiento, los cuales alcanzaron una calificación de 57,5%, 37,6%, y 36,8% respectivamente, en comparación con atributos como la infraestructura y la ubicación que obtuvieron las calificaciones más bajas.

Figura 13. *Lugar preferido para compra de postres.*

¿Qué establecimiento prefieres para realizar la compra de tus postres?
377 respuestas

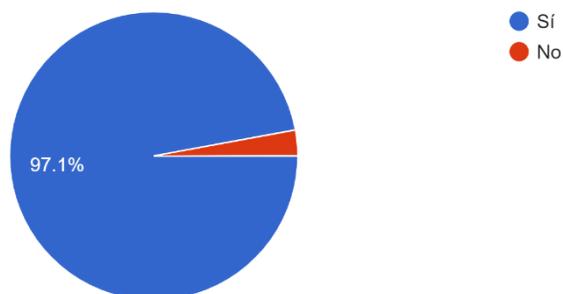


Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se puede apreciar en la figura 9, el 50,9% de los encuestados prefirieron las tiendas especializadas de repostería para la compra de postres, seguido de un 28,1% que prefieren las tiendas tradicionales y un 16,1% el comercio por internet; esta información resulta importante porque permite definir los canales de distribución del producto, a fin de poder atender las preferencias de los consumidores y ser competitivos en el mercado.

Figura 14. *Intención de compra de un producto de repostería como regalo o detalle*

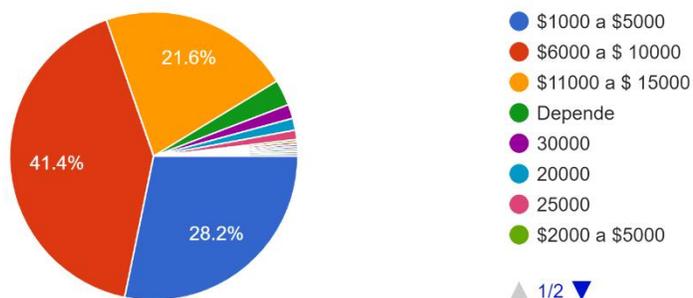
¿Compraría algún producto de repostería para algún regalo o detalle?
379 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2021).

Figura 15. *Monto de inversión para la compra de un postre.*

¿Qué valor invertiría a la hora de adquirir una porción de postre ?
379 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2021).

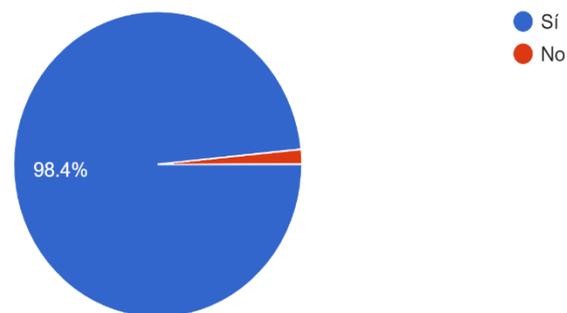
La figura 10 muestra como el 97,1% de los encuestados afirman que comprarían un producto de repostería como regalo, en contraste con un 2,9% que no lo percibe como una opción de compra para un detalle. Por otra parte, la figura 11, muestra como el 41,4% de los encuestados tiene una disposición de pago para los postres entre 6.000 y 10.000,

seguido de 28,2% que estaría dispuesto a pagar entre 1.000 y 5.000 y un 21,6% que estaría dispuesto a pagar entre 11.000 y 15.000 pesos.

Figura 16. *Intención de compra de un producto innovador en la ciudad de Popayán.*

¿Te gustaría que en la Ciudad de Popayán se ofertara un producto innovador diferente a las frutas tradicionales en el sector de la repostería?

381 respuestas



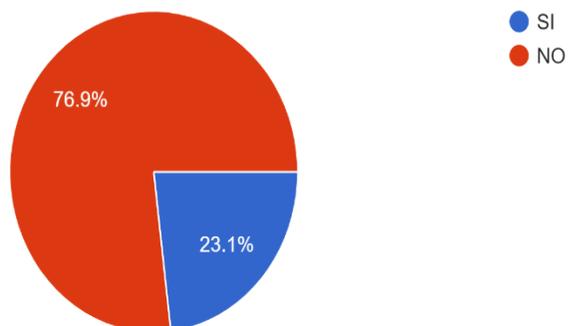
Fuente: Elaboración propia (2021).

Como se pueda apreciar en la figura 12, en la ciudad de Popayán y teniendo en cuenta la información suministrada por los encuestados el 98,4% afirman que les gustaría que en la ciudad se ofreciera un producto innovador que contenga frutas diferentes a las tradicionalmente empeladas en los productos de repostería.

Figura 17. Grado de conocimiento sobre la fruta Gulupa.

¿ Conoces la fruta " GULUPA" ?

381 respuestas

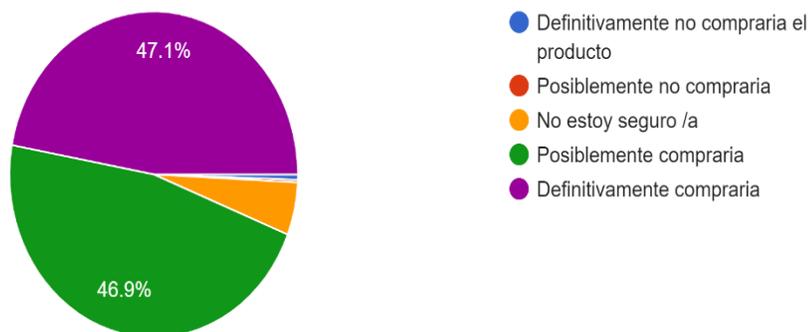


Fuente: Elaboración propia (2021).

Figura 18. Intención de compra de la fruta Gulupa en el sector de repostería.

Si este producto " Gulupa" se encontrara en el mercado del sector de la repostería. ¿Lo comprarías?

382 respuestas



Fuente: Elaboración propia (2021).

Finalmente, las figuras 13 muestra el grado de conocimiento que tienen los encuestados sobre la fruta exótica Gulupa, donde el 76,9% afirman no conocerla, en contraste con un 23,1% que afirma conocerla; esto se podría explicar porque según Estrada (2020), en el país esta fruta es de poca circulación y consumo, aunque con una muy alta demanda en producción. que se cultiva comercialmente en 12 departamentos, con cerca de 2.144 hectáreas sembradas en total; por otra parte, la figura 14 revela que el 94% de los encuestados están dispuestos a consumirla, lo cual se podría explicar por su origen exótico y porque es un fruto muy apetecido para el consumo en fresco debido a su sabor y aroma, especialmente en la industria que por su penetrante aroma puede ser utilizada en la generación de nuevos sabores en jugos y bebidas (Fedepasifloras, s,f).

CAPÍTULO VI- Estudio Técnico

6.1. Tamaño y capacidad del proyecto

Con base a la investigación de mercados, en la cual la oferta para el primer año operativo arrojó un valor de 110.847 unidades de pasteles, cupcakes y postres, la capacidad de producción instalada que se tendrá mensualmente será de 9.237 , es decir 307 diarios; no habrá un programa de producción determinado ya que los productos se realizan según el comportamiento de la demanda.

Por otra parte, una vez definida la producción máxima diaria de pasteles, cupcakes y postres, es importante dejar claro que un incremento en la demanda no podrá ser atendida con la capacidad instalada propuesta, porque se requiere de un aumento en el número de maquinarias, mano de obra e insumos, en este sentido no se tendrá el espacio suficiente para realizar cualquier ampliación, además Gulupastel operará 8 horas diarias, desde las 8 A.M hasta las 6 P.M.

6.2. Localización del Proyecto

6.2.1 Macrolocalización.

La Macrolocalización de Gulupastel será en el municipio de Popayán (Cauca- Colombia) región que cuenta con las siguientes ventajas competitivas y comparativas:

- Programas que favorecen la creación de establecimientos comerciales: no existen imposiciones que afecten el funcionamiento de este tipo de empresas, tal como es el caso de Ingenia de la Cámara de Comercio del Cauca, el cual es un “servicio de

apoyo a la creación de empresa y fortalecimiento de las empresas existentes, que se realiza de manera práctica a través de capacitaciones, acompañamiento personalizado y comunidades de práctica.” (CCC, 2020)

- Infraestructura vial: porque es atravesada por la troncal de occidente o troncal 25 que es una vía internacional que inicia en el Puente Internacional Rumichaca (Nariño) y finaliza en la ciudad de Barranquilla (Atlántico), atravesando el país de Sur a Norte.
- Acceso a materias primas: el departamento ocupa el quinto puesto de producción de Gulupa a nivel nacional con 79 Has cultivadas y 611 Ton de producción para el año 2018. (Minagricultura, 2018, p.9), tal como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 11. *Producción nacional de Gulupa.*

Departamento	Área (Ha)					Producción (Ton)					Rendimiento (Ton/Ha)				
	2014	2015	2016	2017	2018*	2014	2015	2016	2017	2018*	2014	2015	2016	2017	2018*
ANTIOQUIA	235	-	587	882	1.332	2.788	-	10.716	16.276	23.710	18,30	18,40	18,60	18,70	18,88
CUNDINAMARCA	233	285	166	222	296	1.763	2.220	1.547	2.075	2.726	9,90	9,90	10,10	10,15	10,25
TOLIMA	213	240	349	437	547	2.240	4.228	1.534	1.925	2.384	18,00	18,00	18,10	18,20	18,37
BOYACÁ	80	178	162	194	234	539	462	492	592	706	7,10	6,90	6,80	6,84	6,90
CAUCA	53	55	58	68	79	63	126	450	526	611	5,00	5,00	5,10	5,13	5,18
Otros	122	103	175	200	229	839	780	1.206	1.380	1.572	11,36	12,52	12,54	12,61	12,72
Total	936	861	1.497	2.003	2.716	8.232	7.816	15.945	22.774	31.709	11,62	11,79	11,87	11,95	12,05

Fuente: Minagricultura (2018).

- Mercado de consumo: en la ciudad de Popayán como se pudo apreciar en el estudio de mercado existe una demanda potencial insatisfecha para este tipo de productos, lo cual le permitirá al emprendimiento ingresar con éxito al mercado

- Mano de obra: actualmente la ciudad cuenta con centros de estudios de pastelería y repostería, lo cual garantiza mano de obra calificada para llevar a cabo las funciones específicas que requieren los procesos de producción.
- Servicios generales:
 - ✓ Acceso a bancos.
 - ✓ Acceso a transporte urbano.
 - ✓ Servicio de energía y agua potable.
 - ✓ Servicios de comunicaciones.
 - ✓ Saneamiento de la zona y red de alcantarillado.
 - ✓ Recolección de basuras

6.2.2 Microlocalización.

Este análisis se realiza con el fin de seleccionar la comuna para la ubicación del emprendimiento.

Avaluación cuali-cuantitativa de la localización

Como se puede apreciar en la tabla, se enlistaron 7 factores de éxito que determinan la localización del proyecto, en relación a dos lugares específicos como lo son la comuna 4 y 6 de la ciudad de Popayán.

Tabla 12. Método Cualitativo-Cuantitativo.

Factor clave del éxito.	ponderado	Norte (comuna 2)		Sur (comuna 6)	
		Clasificación	Puntuación	Clasificación	Puntuación
Disponibilidad de transporte	0,10	100	10	100	10
Cercanía proveedores	0,20	70	14	70	14
Oferta de mano de obra	0,05	100	5	100	5
Disponibilidad de servicios públicos	0,10	100	10	100	10
Infraestructura del local	0,20	100	20	70	14
Tamaño del Mercado	0,20	80	16	100	20
Zona comercial	0,15	100	15	50	7.5
total	1,00		90		80,5

Fuente: elaboración propia (2021).

Como se puede observar la calificación del sector norte en la comuna 2 alcanzo un valor de 90 por encima de la ubicación del sur en la comuna 6 que obtuvo un valor de 80,5 dado que existen factores como la infraestructura del local el cual se puede ubicar en las zonas de comidas que ofrecen los centros comerciales como Campanario y Terra plaza y las zonas de alto flujo comercial como la calle 6ta en el barrio los hoyos, autopista norte en la glorieta de Bella Vista y las ubicadas en el barrio la Paz y ciudadela San Eduardo que ponen a la ubicación del norte en ventaja sobre la zona sur, aun cuando esta tenga un mayor tamaño de mercado.

Por lo anterior, el lugar donde se llevará a cabo el emprendimiento será en el sector norte de la ciudad, específicamente en la comuna cuatro, ya que corresponde a un sitio donde se encuentra la demanda potencial y cuenta con las siguientes características:

- Medios y costos del transporte: la zona cuenta con acceso a medios de transporte urbano lo cual facilita la compra de insumos, acceso a clientes y colaboradores.
- Cercanía con los proveedores: los principales proveedores están ubicados en la zona centro de la ciudad, en el barrio la esmeralda y centro, la cual esta solo a 20 minutos

de lugar de localización del emprendimiento, lo cual garantiza un abastecimiento continuo de insumos para la producción.

- **Costo y Topografía:** la zona cuenta con locales comerciales amplios para la ubicación de las maquinarias y mobiliario necesario para ofrecer los productos.
- **Mano de Obra:** en el sector se cuenta con mano de obra calificada para prestar los servicios, lo cual es un factor muy importante de decisión.

6.3. Ingeniería del Proyecto

6.3.1. El proceso de Producción

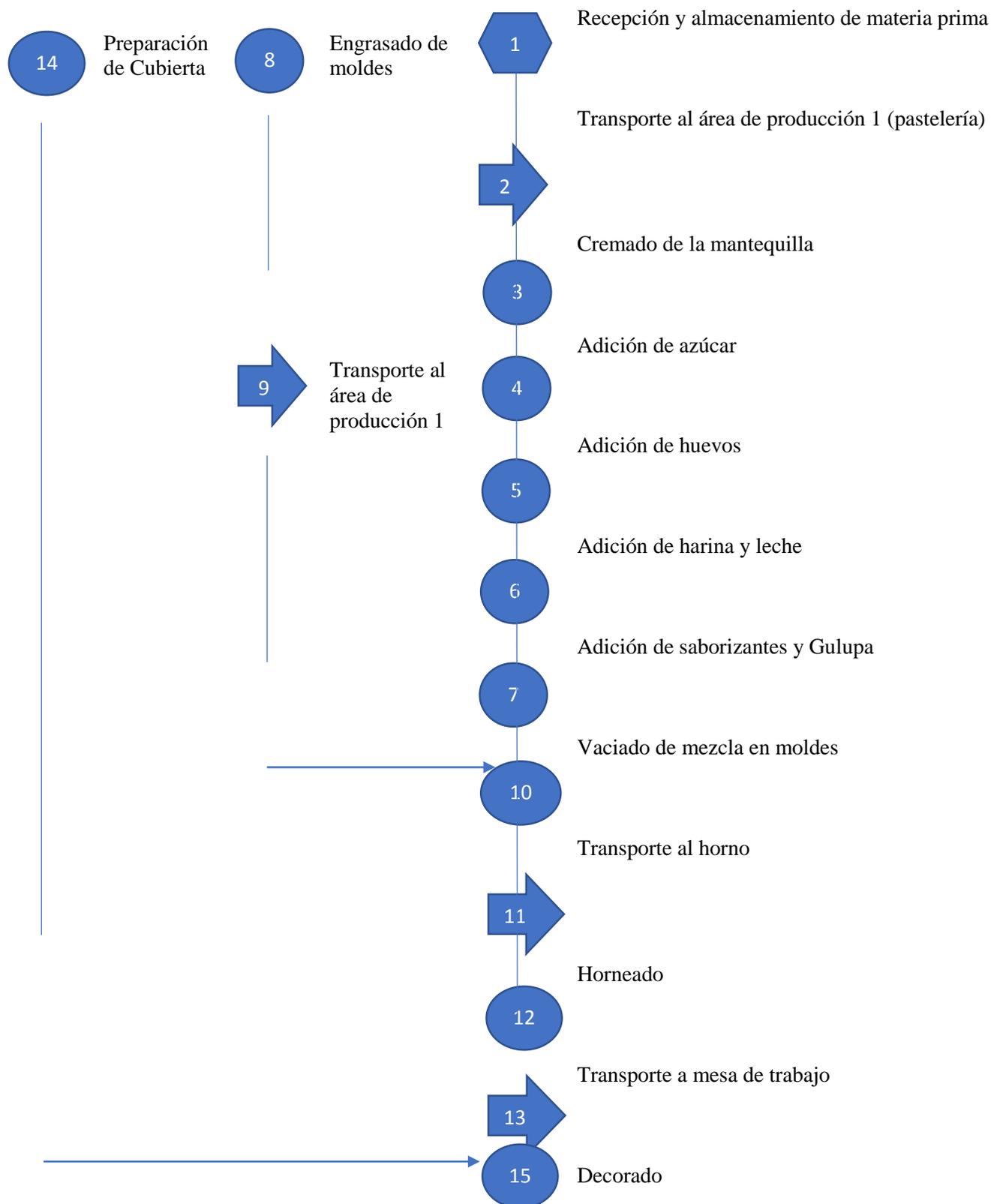
Proceso de producción de Pastel/ cup cake.

Para la elaboración de pasteles y cupcakes de Gulupa, se debe realizar el siguiente proceso (figura 19):

- **Recepción y almacenamiento de materia prima.** Una vez se realiza la compra de insumos, se reciben las materias primas y se almacenan hasta el momento de su utilización en el área de almacén el cual es un lugar fresco y con poca humedad; para el caso de los huevos, la leche y la mantequilla se deben guardar en el refrigerador.
- **Transporte al área de producción 1:** una vez se tiene definida la producción del día, se toman las materias primas requeridas y se transportan a las mesas de trabajo.
- **Cremado de la mantequilla:** La mantequilla se deposita en una máquina batidora en donde se bate de 18 a 20 min para incorporar el aire requerido.
- **Adición de azúcar:** Se agrega la azúcar a la mezcla previamente realizada por un tiempo de 2 a 4 min.

- **Adición de huevo:** Se agregan los huevos y se mezcla por un tiempo de 2 a 4 min.
- **Adición de harina y leche:** Se agrega la harina y en seguida la leche durante 5 min.
- **Adición de saborizantes y Gulupa:** Se agregan saborizantes, gulupa picada y se mezclan durante un tiempo de 2 a 4 min.
- **Engrasado de moldes:** en una mesa de trabajo, se realiza el engrasado de los moldes en que se verterá la mezcla, el cual se hace con mantequilla para evitar que el pastel/cupcake se pegue al molde.
- **Transporte al área de producción 1:** Los moldes ya engrasados se transportan a la máquina batidora que contiene la mezcla de ingredientes.
- **Vaciado de mezcla en moldes:** La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados, hasta que la superficie quede uniforme.
- **Transporte a horno:** Los moldes con mezcla se transportan al horno.
- **Horneado:** La mezcla se deja hornear a una temperatura promedio de 350° C durante 30 min aproximadamente.
- **Transporte a mesa de trabajo:** Al terminar de hornearse el pastel/cup cake se transporta a la mesa de trabajo.
- **Preparación de la cubierta:** se prepara la cubierta que se pondrá al pastel/cup cake con crema dulce.
- **Decorado:** se pone la cubierta previamente preparada al pastel/cup cake
- **Almacenamiento:** El producto terminado se almacena en las vitrinas de exhibición por un periodo no mayor a 5 días.

Figura 19. *Proceso de elaboración de pasteles y CupCakes de Gulupa.*



Almacenamiento

16

Fuente: Elaboración propia (2021)

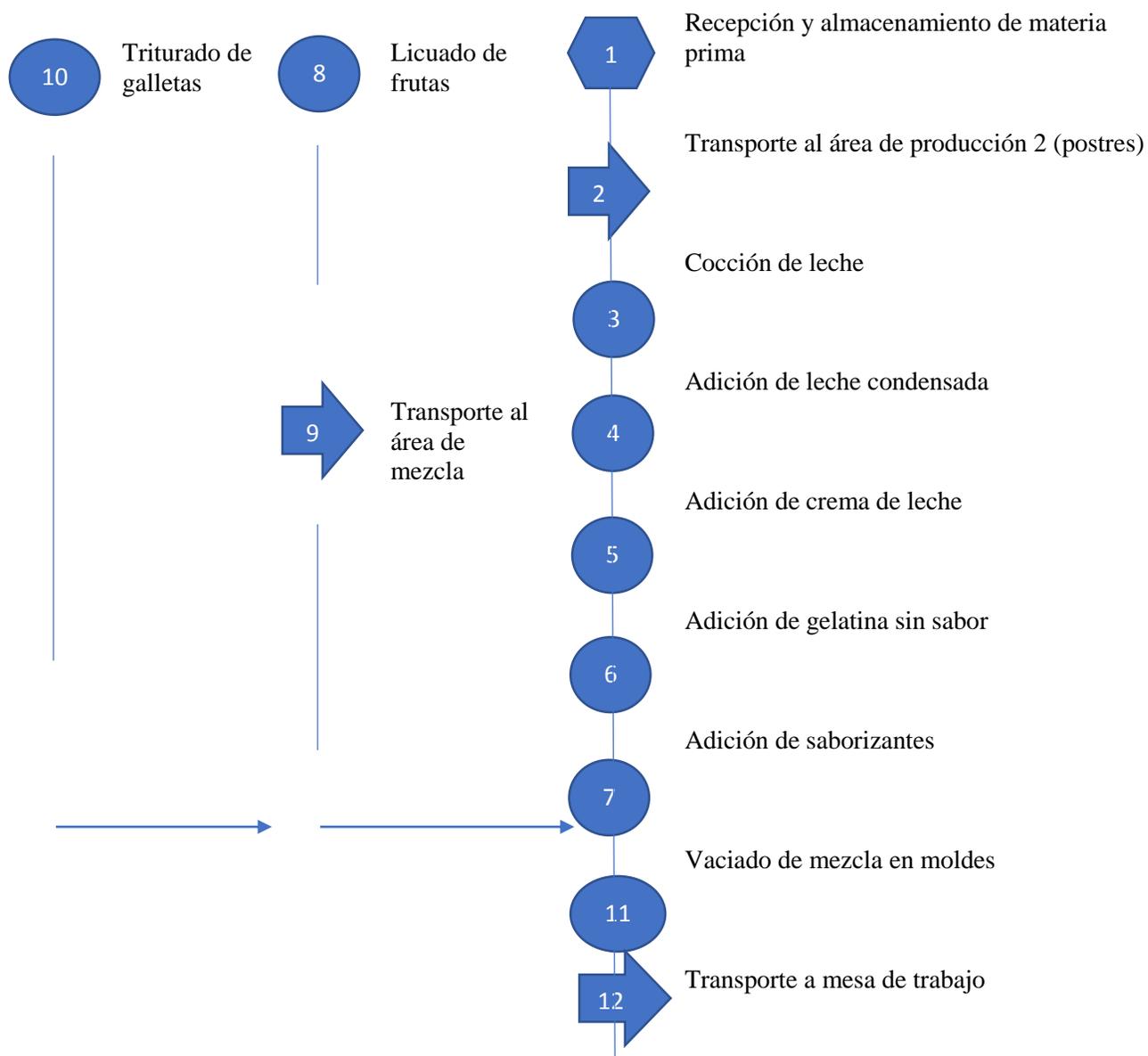
Proceso de producción de postres

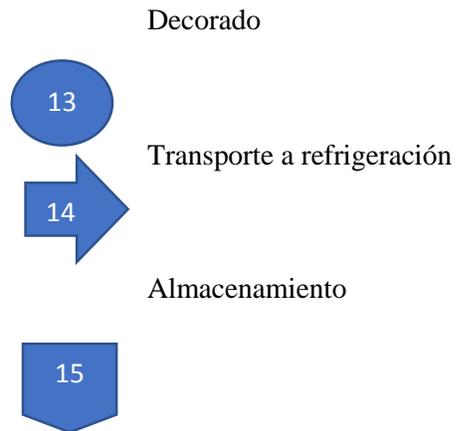
Para la elaboración de postres de Gulupa, se debe realizar el siguiente proceso (figura 20):

- **Recepción y almacenamiento de materia prima.** Una vez se realiza la compra de insumos, se reciben las materias primas y se almacenan hasta el momento de su utilización en el área de almacén el cual es un lugar fresco y con poca humedad; para el caso de la leche se debe guardar en el refrigerador.
- **Transporte al área de producción 2:** una vez se tiene definida la producción del día, se toman las materias primas requeridas y se transportan a las mesas de trabajo.
- **Cocción de la leche:** La leche se deposita en una olla en donde se pone a hervir a fuego lento de 20 a 30 min.
- **Adición de leche condensada:** Se agrega la leche condensada a la leche previamente hervida por un tiempo de 2 a 4 min.
- **Adición de crema de leche:** Se agrega la crema de leche y se mezcla por un tiempo de 2 a 4 min.
- **Adición de gelatina sin sabor:** Se agrega la gelatina sin sabor durante 5 min.
- **Adición de saborizantes:** Se agregan saborizantes y se mezclan durante un tiempo de 2 a 4 min.

- **Triturado de galletas:** se prepara la base que se pondrá al postre son galletas dulces.
- **Vaciado de mezcla en moldes:** las galletas trituradas y la mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes, hasta que la superficie quede uniforme.
- **Transporte a mesa de trabajo:** Al terminar el vaciado en moldes se transporta a la mesa de trabajo.
- **Decorado:** se ponen trozos de fruta al postre.
- **Transporte a refrigeración:** Los postres terminados se transportan a las neveras para su refrigeración.
- **Almacenamiento:** El producto terminado se almacena en las vitrinas de exhibición por un periodo no mayor a 5 días.

Figura 20. *Proceso de elaboración de postres.*



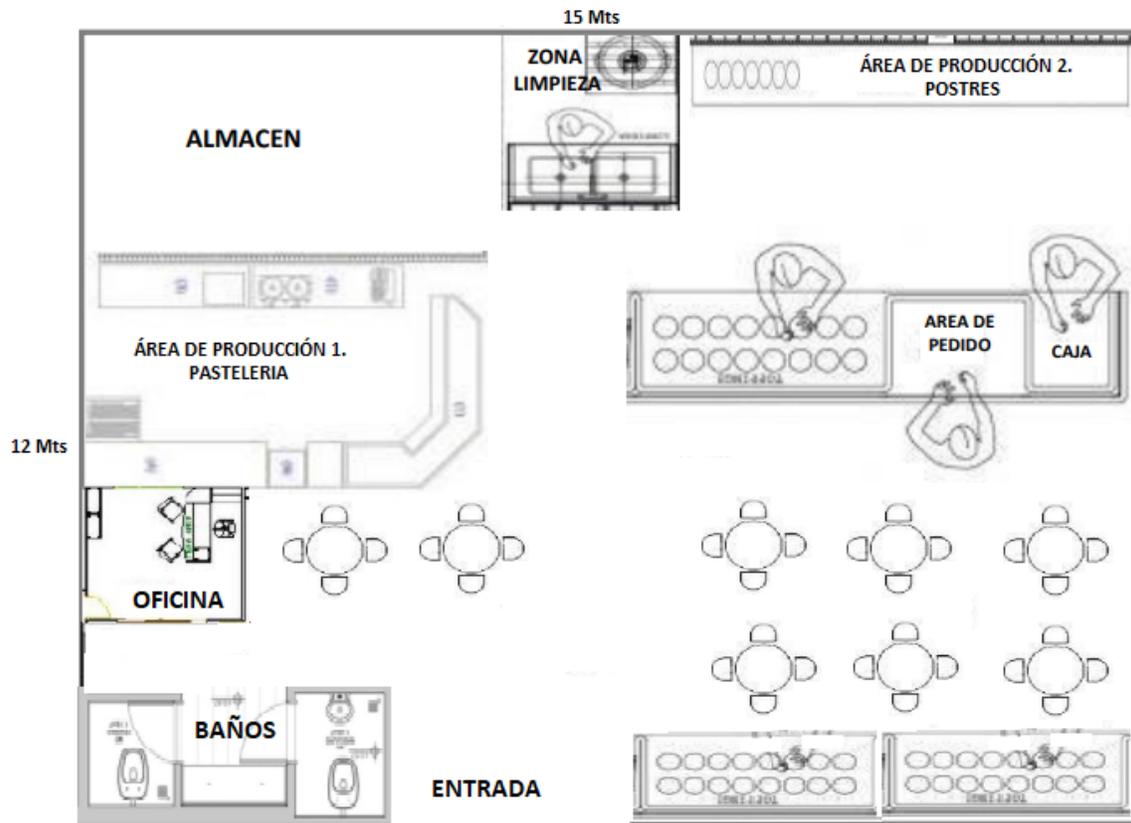


Fuente: Elaboración propia

6.3.2 Distribución de planta

La distribución de planta para GULUPASTEL, vendrá dada como se presenta a continuación.

Figura 21. *Distribución de planta de GULUPASTEL.*



Fuente: Elaboración propia bajo licencia Autocad.(2021)

Esta distribución de planta tiene un área de 180 Mts² e incluye las siguientes áreas:

- Almacén: Área en la cual almacenan los inventarios y se garantiza el abasto suficiente de los insumos y materias primas, así como el adecuado manejo y custodia de las existencias. Para ello se implementará el método ABC C (por sus siglas en inglés Activity Based Costing es decir, costeo basado en actividades), el cual según Rivera (2019) permite identificar los productos que tienen mayor rotación para así comenzar un mejor control de estos.

Tabla 13. Control de inventarios.

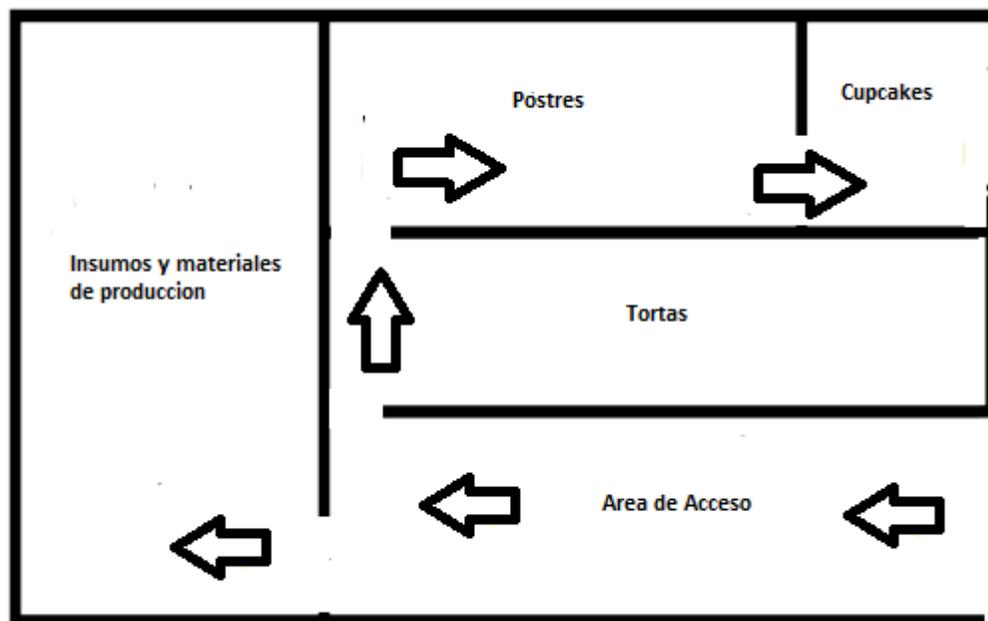
Clasificación de artículos	Descripción	Producto	Unidades	Costo	Total inversión	Inventario %	Inventario Unidades -año
----------------------------	-------------	----------	----------	-------	-----------------	--------------	--------------------------

A	Son aquellos en los que la empresa tiene la mayor inversión, y representan aproximadamente el 20% de los artículos del inventario. Estos son los más costosos o los que rotan más lentamente en el inventario. Es importante evitar mantener inventarios altos de estos artículos.	Tortas	33254	\$ 17.980,3	\$ 597.917.862,9	0,2	6.650,82
B	Son aquellos que les corresponde la inversión siguiente en términos de costo. Consisten en el 30% de los artículos. Es necesario aplicar un nivel de control administrativo medio.	Postres	55424	\$ 2.404,7	\$ 133.276.890,5	0,3	16627,05
C	Son aquellos que normalmente en un gran número de artículos correspondientes a la inversión más pequeña. Consiste aproximadamente el 50% de todos los artículos del inventario. Es importante asignar menos recursos para el manejo de estos artículos.	Cupcake	22169	\$ 1.942,4	\$ 43.062.212,1	0,5	11084,7

Fuente: elaboración propia con base en Rivera (2019)

Por lo anterior, siguiendo el método de control de inventarios ABC, el almacén tendrá la siguiente distribución para almacenamiento de producto terminado:

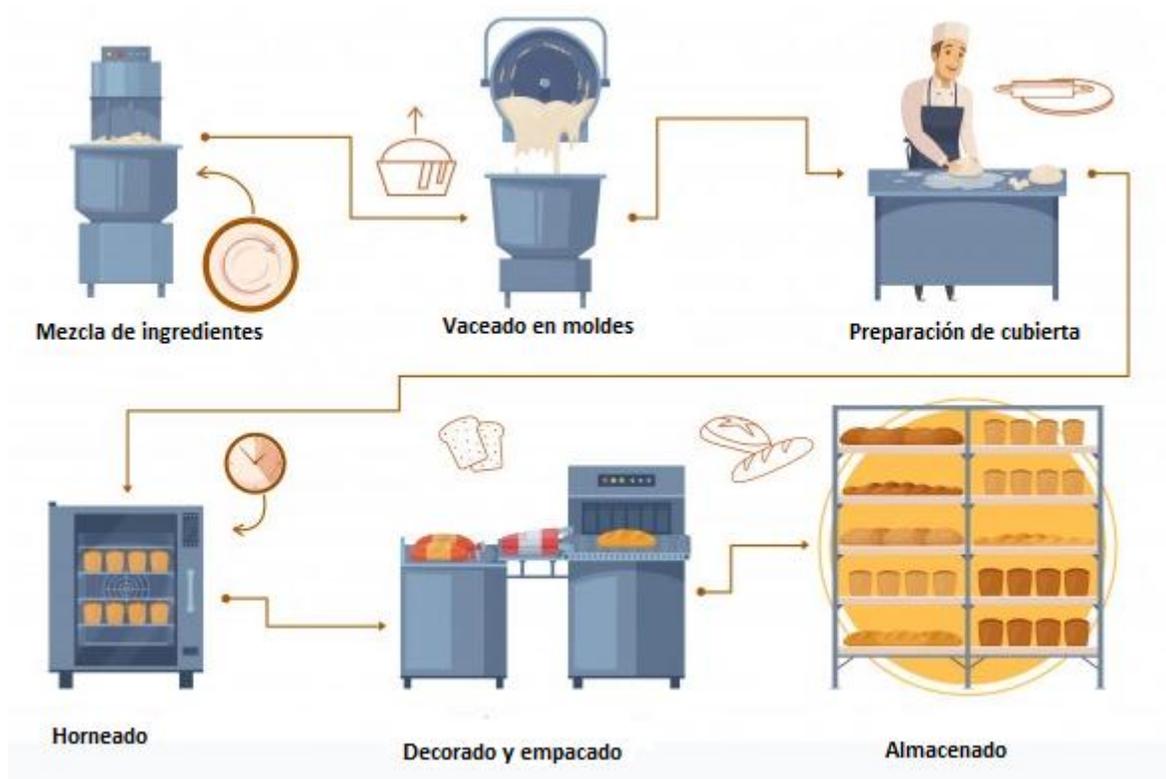
Figura 22. *Distribución de almacenamiento de inventarios y materias primas bajo el método ABC (área de almacén)*



Fuente: elaboración propia (2021)

- Área de producción 1 (pastelería): lugar en el cual se lleva a cabo la transformación de materias primas en productos terminados como los pasteles y cup cakes, cuenta con personal y maquinaria adecuada para el desarrollo de los procesos, siguiendo el procedimiento nombrado en el numeral 6.3.1 (*Proceso de producción de Pastel/ cup cake.*).

Figura 23. Proceso de producción de Pastel/ cup cake en área de producción 1.



Fuente: Dreamstime. (2021)

- Zona de limpieza: lugar en el que se lleva a cabo la eliminación física de materias orgánicas y de contaminación sobre los objetos, además se desinfectan las materias primas y utensilios, mediante el empleo de agua, jabón o detergente.
- Área de producción 2 (postres): Lugar en el cual se lleva a cabo la transformación de materias primas en productos terminados como los postres, cuenta con personal y maquinaria adecuada para el desarrollo de los procesos, siguiendo el procedimiento nombrado en el numeral 6.3.1 (*Proceso de producción de postres*).

Figura 24. *Proceso de producción de postres en área de producción 2.*



Fuente: Dreamstime. (2021)

- Área de pedidos: Lugar en el cual el cliente se ubica para ser atendido y en el cual se ubican teléfonos públicos, revisteros, afiches y vitrinas con postres, pasteles y cup cake.
- Oficina: área destinada para realizar actividades administrativas y contables de Gulupastel.
- Baños: Lugar en el cual los clientes realizan procesos de limpieza, en espacios cómodos y privados.

6.4 Maquinaria y equipos

A continuación, se presenta la maquinaria y equipos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

Tabla 14. *Maquinaria y equipos para la producción.*

DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Maquinaria				
Horno de panadería 4 cámaras en acero	Elaboración de Producto	1	\$ 1.250.000,00	\$ 1.250.000,00
batidora 30 lts	Elaboración de Producto	2,00	\$ 3.290.000,00	\$ 6.580.000,00

molde cupcakes	Elaboración de Producto	10,00	\$	26.000,00	\$	260.000,00
molde pastel 500 gr	Empaque del producto	10,00	\$	9.500,00	\$	95.000,00
molde pastel 250 gr	Elaboración de Producto	10,00	\$	6.800,00	\$	68.000,00
tasas mezcladoras	Elaboración de Producto	12,00	\$	4.500,00	\$	54.000,00
gramera	Elaboración de Producto	2,00	\$	14.000,00	\$	28.000,00
kit de decoración	Elaboración de Producto	2	\$	120.000,00	\$	240.000,00
vitrina mostrador para panadería	Elaboración de Producto	1	\$	4.500.000,00	\$	4.500.000,00
espátulas	Elaboración de Producto	6	\$	3.800,00	\$	22.800,00
cuchillos	Elaboración de Producto	4	\$	2.800,00	\$	11.200,00
licuadora	Elaboración de Producto	1	\$	135.000,00	\$	135.000,00
cucharas	Elaboración de Producto	12	\$	1.500,00	\$	18.000,00
vitrina refrigeradora	Elaboración de Producto	1	\$	5.000.000,00	\$	5.000.000,00
Equipos						
computador de mesa	Actividades contables y administrativas	2	\$	1.200.000,00	\$	2.400.000,00
impresora	Actividades contables y administrativas	1	\$	650.000,00	\$	650.000,00
teléfono celular	Actividades comerciales y de ventas	1	\$	699.800,00	\$	699.800,00
caja registradora	Actividades de ventas	1	\$	1.250.000,00	\$	1.250.000,00

Fuente: Elaboración propia. (2021)

6.5. Seguridad Industrial

La seguridad industrial para el emprendimiento es de gran importancia, porque garantiza un lugar de trabajo libre de riesgos y una buena salud de los trabajadores. En este sentido, la tabla que se presenta a continuación, muestra los riesgos a los que enfrentan los colaboradores en relación a las tareas que desempeñan y el lugar de trabajo, además de las medidas preventivas que se deben tomar y los elementos de protección personal que estos deben usar.

Tabla 15. Seguridad industrial para Gulupastel

Tipo de riesgo	Riesgos	Medidas preventivas	Elementos de Protección personal
Tarea	<p>-Atrapamientos, golpes y/o cortes producidos por máquinas con partes móviles no protegidas (sin resguardos). Ejemplos: la batidora, cuchillos, tijeras, etc.</p> <p>-Manejo manual de carga.</p> <p>-Quemaduras según el combustible utilizado, los hornos presentan cierto peligro de fuego y explosión, llamaradas vapor, rescoldos, escorias no calcinadas completamente.</p> <p>-Contacto con elementos cortopunzantes.</p> <p>-Dermatitis alérgica en personas con cierta predisposición.</p>	<p>-Utilización de medios auxiliares para transportar los utensilios y productos de trabajo (carros, transpaleta).</p> <p>-Utilizar equipos de protección individual.</p> <p>-Respetar cargas máximas según Ley 20001 y DS 63.</p> <p>-Comprar máquinas y herramientas seguras, que tengan elementos de protección incorporados.</p> <p>-Comprobar que los dispositivos de protección por recubrimiento cercado son eficaces.</p> <p>-Usar dispositivos de protección tipo defensa o barrera.</p> <p>-Comprobar periódicamente la eficiencia de los medios de protección.</p> <p>-Usar la herramienta y el utillaje adecuados a cada operación a realizar. Usarlos de modo adecuado.</p> <p>-Mantener las distancias adecuadas entre las máquinas.</p>	<p>Guantes para prevenir calor de hornos.</p> 
Lugar de trabajo	<p>-Exposición a polvos de harina.</p> <p>-Exposición a altas temperaturas.</p> <p>-Caídas al mismo nivel por suelos mojados y resbaladizos o por obstrucciones de objetos.</p> <p>-Superficies desiguales con diferentes alturas</p> <p>-Maquinaria (batidora, hornos).</p> <p>-Sistema de alumbrado eléctrico.</p> <p>-Cables, conductores, cajas de distribución.</p> <p>-Dispositivos de conexión.</p> <p>-Contacto eléctricos directos o indirectos con maquinaria y sistema de alumbrado.</p> <p>-Riesgo de incendio por combustible a alta temperatura.</p>	<p>-Eliminar del suelo suciedades y obstáculos con los que se pueda tropezar.</p> <p>-Utilizar calzado adecuado.</p> <p>-Antes de comenzar a trabajar realizar un control visual para detectar defectos reconocibles.</p> <p>-Llevar a cabo un examen periódico de las instalaciones eléctricas y del material eléctrico por personal especializado.</p> <p>-No utilizar, hasta que las revise un especialista, maquinaria o herramientas eléctricas que hayan sufrido un golpe fuerte o hayan sido afectadas por la humedad.</p> <p>-En caso de avería, desconectar la tensión y sacar el enchufe, comunicar los daños y hacerlos reparar por personal autorizado para trabajos eléctricos. Nunca reparar por su cuenta.</p> <p>-No trabajar con iluminación inadecuada o escasa.</p>	<p>Mascarilla facial de papel.</p>  <p>Gorros.</p>  <p>Calzado con suela antideslizante.</p> 

Fuente: Elaboración propia con base en la ficha técnica de prevención de riesgos (Mutual seguridad)

CAPÍTULO VII- Estudio Administrativo y Legal

El estudio que se presenta a continuación, tiene como objetivo determinar la planeación estratégica, la estructura organizacional y la forma jurídica bajo la cual se espera pueda ser constituido el emprendimiento denominado Gulupastel, en la ciudad de Popayán.

7.1. Planeación estratégica

7.1.1. Misión

La misión propuesta para Gulupastel es:

Somos una empresa dedicada a la elaboración de productos de repostería derivados de la Gulupa haciendo uso de sus beneficios con su sabor exquisito y precios asequibles que satisfagan las necesidades del consumidor en gustos y preferencias, cultivando en ellos la elección de nuestros productos por su calidad, variedad e innovación en la ciudad de Popayán.

7.1.2. Visión

La visión propuesta para Gulupastel es:

Ser una empresa líder en el negocio de la repostería para el año 2026 siendo reconocida en el sur occidente del país, destacándose por la excelente calidad y sabor de nuestros exquisitos postres y cupcakes, atención y servicio al cliente, mejorando las condiciones actuales de vida.

7.1.3. Valores corporativos

Los valores corporativos propuestos para Gulupastel son:

- **Compromiso:** Asumiendo con responsabilidad las funciones y valores que faciliten alcanzar la misión de la empresa, cumpliendo y llevando a cabo todo aquello que se ha acordado.
- **Innovación:** desarrollando nuevos sabores que se anticipen y satisfagan las necesidades de nuestros clientes, con productos de alto valor.
- **Confiabilidad:**
- **Responsabilidad:** Demostrando ser responsables con los clientes y el medio ambiente, dejando de lado los beneficios económicos.
- **Carácter emprendedor:** teniendo siempre la iniciativa y capacidad para resolución de problemas, proponer y gestionar soluciones, capacidad de trabajo en equipo y de evaluar a otros y autoevaluarnos.
- **Honestidad:** Comportándonos con integridad de manera coherente, siendo leales con nuestros clientes y respetando la competencia.

7.1.4 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos son acciones a realizar en corto, mediano o largo plazo, los cuales deben ser no muy ambiciones, concretos y cuantificables (Palacios, 2011, p.71); en este sentido, teniendo en cuenta las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno y las fortalezas y debilidades del emprendimiento, se plantean los siguientes objetivos estratégicos de mediano y largo plazo.

- Incrementar la oferta del portafolio de productos en la línea de galletería.

- Incrementar la participación en el mercado en un 10% anual.
- Abrir cinco sedes de Gulupastel en diferentes regiones del país.
- Exportar el 10% de la producción total de Gulupastel.

7.1.5 Políticas

Dentro del marco de la norma ISO: 9001: 2015, que describe el sistema de gestión de calidad y el enfoque basado en procesos para una empresa, el apartado 5.2 establece los requisitos para el diseño de una política empresarial, la cual estará respaldada por la dirección (p.17); en este sentido, a continuación, se presenta la política de calidad de la empresa.

Política de calidad de Gulupastel

La alta dirección de Gulupastel postres y cupcakes, consciente del compromiso que tiene con sus clientes, dispone de los recursos necesarios para garantizar que todos los productos de repostería y pastelería, cumplen estrictamente todas las expectativas solicitadas y necesidades de sus clientes y partes interesadas.

Por ello ha orientado la obtención de los siguientes objetivos con base en los requisitos de la norma ISO 9001 (2015):

- Satisfacer las necesidades de los clientes con una atención personalizada
- Optimizar la gestión empresarial dentro de un proceso de mejora continua.
- Garantizar la excelencia de los resultados en los productos.
- Capacitar de manera continua al personal para lograr su desarrollo personal y profesional.

- Cumplir las exigencias de la legislación y normativas vigentes.
- Dar un enfoque a la organización de gestión de procesos.
- Asignación eficaz de responsabilidades y funciones.

La presente Política será mantenida y revisada periódicamente, comunicada a todos los empleados y puesta a disposición de los clientes.

Firmado por:

Dirección de Gulupastel.

Popayán, octubre 10 de 2021

7.2. Estructura organizacional

A continuación, se ilustra el organigrama a futuro de Gulupastel con una estructura de modelo lineal que se basa en el principio de jerarquía y en el principio de la unidad de mando.

Figura 25. Organigrama de Gulupastel.



Fuente: Elaboración propia (2021).

Tabla 16. Descripción de áreas de Gulupastel

ÁREA	DESCRIPCIÓN	TALENTO HUMANO
Dirección General	Es la encargada de establecer los objetivos de la empresa, el plan de negocios, metas y toma de decisiones en situaciones críticas.	Gerente: 1
Administrativa y contable	Esta área toma en cuenta todo lo relacionado con el funcionamiento de la empresa, abarca desde la contratación del personal hasta la compra de insumos, el pago del personal, verificar que el personal cumpla con su horario, la limpieza del local, el pago a los proveedores, el control de los inventarios de insumos y de producción. Además, es la encargada de llevar un sistema contable en el que se detallen los ingresos y egresos monetarios, la emisión de facturas y los costos asociados con el desarrollo de la empresa.	Administrador: 1 Contadora: 1
Ventas	Área encargada del impulso y ventas del producto y del servicio al cliente.	Cajero: 1 Vendedor:1
Producción	Tiene como función principal, la transformación de insumos o recursos en productos finales.	Repostero: 1 Pastelero:1 Auxiliar de cocina: 1

Fuente: Elaboración propia (2021).

7.3. Gastos de nómina.

Tabla 17. Gastos de nómina.

Institución	Formación Académica	Función	Dedicación (H/Sem)	Semanas	Salario Mensual	Valor Hora (\$)	Total
Fundación Universitaria de Popayán	Administrador	Gerente	48	52	\$ 2.000.000	\$ 10.417	\$ 26.000.000,00
Fundación Universitaria de Popayán	Administrador	Administrador	48	52	\$ 1.500.000	\$ 7.813	\$ 19.500.000,00
Fundación Universitaria de Popayán	Contador	Contador	48	52	\$ 1.200.000	\$ 6.250	\$ 15.600.000,00
SENA	Técnico en operaciones de caja y servicio	Cajero	48	52	\$ 1.014.980	\$ 5.286	\$ 13.194.740,00
SENA	Técnico en ventas de mostrador	Vendedor	48	52	\$ 1.014.980	\$ 5.286	\$ 13.194.740,00
SENA	Repostero	Repostero	48	52	\$ 1.014.980	\$ 5.286	\$ 13.194.740,00
SENA	Pastelero	Pastelero	48	52	\$ 1.014.980	\$ 5.286	\$ 13.194.740,00
SENA	Técnico en auxiliar de cocina	Auxiliar de cocina	48	52	\$ 1.014.980	\$ 5.286	\$ 13.194.740,00
TOTAL					\$ 9.774.900	\$ 50.911	\$ 127.073.700,00

Fuente: Elaboración propia. (2021)

7.4. Constitución de la organización

El tipo de organización jurídica bajo la cual se desarrollará Gulupastel es una sociedad por acciones simplificadas (Anexo 2), definida según Restrepo (2019), como:

Una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las actividades que se prevean en su objeto social, la cual busca estimular el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que ofrece tanto a nivel de su constitución como de su funcionamiento y para efectos tributarios se rige por las reglas que aplican a la sociedad anónima. (parr.2)

Las principales características de la Sociedad por acciones simplificada (SAS) son:

- La denominación social debe ir seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificadas " o de las letras "S.A.S".
- El capital se encuentra dividido en acciones de igual valor que se representan en títulos negociables.
- En el momento en que se constituya la sociedad, debe suscribirse no menos del cincuenta por ciento del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte del valor de cada acción de capital que se suscriba. En el momento de señalarse el capital autorizado, debe indicarse el monto del capital suscrito y pagado.
- Las acciones son indivisibles.
- Cada acción confiere a su propietario determinados derechos, entre los cuales están, el de participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas y votar en ella; el de inspeccionar los libros y papeles del comerciante dentro de los quince días hábiles anteriores a las reuniones de la asamblea y el de negociar libremente las acciones a menos

que se encuentre estipulado el derecho de preferencia en favor de la sociedad o de los accionistas o de ambos.

- Las acciones de la compañía pueden ser ordinarias o privilegiadas.
- Las acciones no suscritas en el acto de constitución de la compañía y las que emita posteriormente la sociedad se colocan de acuerdo con un reglamento de suscripción de acciones elaborado previamente.
- El pago de las acciones puede realizarse con bienes distintos al dinero, para lo cual debe realizarse el correspondiente avalúo.
- A cada suscriptor de acciones se le expide un título o títulos que justifiquen su calidad de tal.
- Las acciones son libremente negociables, salvo excepciones legales.
- Por lo menos una vez al año, el treinta y uno de diciembre, la sociedad deberá cortar sus cuentas y producir el inventario y el balance general de sus negocios.
- Debe constituir una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formada con el diez por ciento de las utilidades liquidas de cada ejercicio.
- La sociedad se disolverá por las causales generales de disolución y por las especiales establecidas para ese tipo de compañía, entre las cuales tenemos la ocurrencia de pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito y la pertenencia del noventa y cinco por ciento o más de las acciones suscritas en cabeza de un solo accionista.

7.4.1 Gastos de constitución.

Tabla 18. Requisitos para formalizar una empresa en la ciudad de Popayán

Requisitos para formalizar una empresa en la ciudad de Popayán	
Inscripción en industria y comercio.	Dependiendo de la actividad económica que realiza la empresa se liquida el impuesto de industria y comercio. El pago puede hacerse en las cajas de la Alcaldía Municipal de Popayán (Banco de Occidente), Banco Santander, Banco Davivienda, Banco AvVillas, Banco Caja Social, Banco Sudameris y Banco de Occidente oficina Catay. El formulario tiene un costo de seis mil pesos.
Permiso de uso del suelo	De acuerdo a la normatividad vigente y a la ubicación de su empresa, siempre obedeciendo a las zonas comerciales establecidas por el Plan de Ordenamiento Territorial POT, se otorga el aval. El trámite se realiza, sin ningún costo, en la Oficina Asesora de Planeación de la Alcaldía Municipal de Popayán. La vigencia del certificado es de dos (2) años.
Certificado de seguridad	Es expedido por el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Popayán, Carrera 4 N° 10A – 80, y su valor está directamente relacionado con lo reportado por usted en la liquidación de industria y comercio. La vigencia del documento es de un (1) año.
Registro mercantil:	Permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante, su costo varía según el valor de los activos declarados.
Inscripción de la empresa ante cámara de comercio:	Para llevar a cabo este trámite, se debe tomar la decisión sobre qué tipo de figura se va a constituir ante la Cámara de Comercio, si es persona natural o persona jurídica.
Inscripción a registro único tributario ante la Dian:	Se realiza ante la oficina de la Dian y permite obtener el Número de Identificación Tributaria, RUT (en el caso de las personas natural) o NIT (en el caso de las personas jurídicas). También se puede hacer el trámite a través de www.dian.gov.co .
Solicitud de resolución de facturación ante la Dian	Se puede tramitar en www.dian.gov.co pero requiere que el usuario se registre previamente como usuario del portal para adelantar todo el trámite.

Fuente: elaboración propia con base en la Alcaldía de Popayán (2021).

Por lo expuesto en la tabla anterior, antes de iniciar la actividad operativa de Gulupastel es necesario incurrir en unos gastos para el inicio de la actividad, como por ejemplo gasto de constitución antes las autoridades locales, tal como se presenta a continuación.

Tabla 19. Gastos de constitución.

Tramite	Entidad	Costo
Inscripción en industria y comercio.	Alcaldía Municipal	\$ 6.000
Impuesto de registro.		\$ 45.000
Matricula.	Cámara de comercio	\$ 36.000
Formulario de registro mercantil.	del Cauca	\$ 6.100
Inscripción de libros.		\$ 15.000
	TOTAL	\$ 108.100

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Alcaldía de Popayán y Cámara de Comercio del Cauca (2021).

CAPÍTULO VIII. Estudio Financiero.

El estudio financiero que se presenta a continuación, muestra de manera detallada las inversiones y gastos requeridos para la puesta en marcha del emprendimiento denominado GULUPASTEL, bajo el esquema propuesto por el Fondo Emprender SENA, el cual está integrado por elementos informativos que permiten observar la viabilidad del mismo, teniendo en cuenta las operaciones necesarias para que el emprendimiento marche y visualizando su crecimiento en el tiempo.

Es importante tener en cuenta que el Fondo Emprender SENA, es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional y que tiene por objetivo apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas, facilitando el acceso a capital al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas (Sena, 2021).

Tabla 20. Resumen de presupuesto GULUPASTEL

RUBROS	Efectivo	TOTAL
01. Talento humano	\$ 127.073.700,00	\$ 127.073.700,00
02. Equipos y software	\$ 4.999.800,00	\$ 4.999.800,00
03. Capacitación y participación en eventos	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00
04. Servicios tecnológicos y pruebas	\$ 925.760,00	\$ 925.760,00
05. Materiales, insumos y documentación	\$ 700.737.126,90	\$ 700.737.126,90
06. Protección de conocimiento y divulgación	\$ 42.942.948,00	\$ 42.942.948,00

07. Gastos de viaje	\$	110.000,00	\$	110.000,00
08. Infraestructura	\$	2.000.000,00	\$	2.000.000,00
09. Administrativos	\$	34.980.000,00	\$	34.980.000,00
10. Interventoría	\$	1.000.000,00	\$	1.000.000,00
11. Otros	\$	4.022.333,00	\$	4.022.333,00
TOTAL	\$	919.151.667,90	\$	919.151.667,90

Fuente: Elaboración propia (2021)

Tabla 21. Proyección ingresos y egresos GULUPASTEL

INGRESOS	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)	TOTAL (\$)
Saldo inicial efectivo	\$ 1.285.825.500	\$ 1.339.830.171	\$ 1.396.103.038	\$ 1.454.739.366	\$ 1.515.838.419	\$ 1.579.503.633
Giro Sistema General de Regalías						
EGRESOS POR RUBROS						
01. Talento humano	\$ 127.073.700	\$ 130.301.372	\$ 133.611.027	\$ 137.004.747	\$ 140.484.667	\$ 144.052.978
02. Equipos y software	\$ 4.999.800	\$ 5.126.795	\$ 5.257.016	\$ 5.390.544	\$ 5.527.464	\$ 5.667.861
03. Capacitación y participación en eventos	\$ 360.000	\$ 369.144	\$ 378.520	\$ 388.135	\$ 397.993	\$ 408.102
04. Servicios tecnológicos y pruebas	\$ 925.760					
05. Materiales, insumos y documentación	\$ 700.737.127	\$ 718.535.850	\$ 736.786.661	\$ 755.501.042	\$ 774.690.768	\$ 794.367.914
06. Protección de conocimiento y divulgación	\$ 42.942.948	\$ 44.033.699	\$ 45.152.155	\$ 46.299.020	\$ 47.475.015	\$ 48.680.880
07. Gastos de viaje	\$ 110.000	\$ 112.794	\$ 115.659	\$ 118.597	\$ 121.609	\$ 124.698
08. Infraestructura	\$ 2.000.000	\$ 2.050.800	\$ 2.102.890	\$ 2.156.304	\$ 2.211.074	\$ 2.267.235
09. Administrativos	\$ 34.980.000	\$ 35.868.492	\$ 36.779.552	\$ 37.713.752	\$ 38.671.682	\$ 39.653.942
10. Interventoría	\$ 1.000.000	\$ 1.025.400	\$ 1.051.445	\$ 1.078.152	\$ 1.105.537	\$ 1.133.618
11. Otros	\$ 4.022.333	\$ 4.124.500	\$ 4.229.263	\$ 4.336.686	\$ 4.446.838	\$ 4.559.787
TOTAL	\$ 919.151.668	\$ 942.498.120	\$ 966.437.573	\$ 990.985.087	\$ 1.016.156.108	\$ 1.041.966.473

Fuente: Elaboración propia (2021)

Conclusiones

A modo de conclusión, se puede afirmar que el estudio de mercado permitió conocer que el sector de productos de panadería durante el año 2020 creció a una tasa mayor que la de la industria manufacturera a la cual pertenece y que el PIB nacional, reflejando esto, una gran oportunidad de negocio, además este subsector creció para este mismo periodo a una tasa de 4,2% en el departamento del Cauca; Por otra parte, con la encuesta se logró identificar el perfil del cliente de Gulupastel como personas que pertenecen a los rangos de edades de los 18 a 40 años, que habitan los sectores sur y norte de la ciudad de Popayán, y que se caracterizan por ser consumidores de postres cuatro (4) veces al mes, con una propensión a pagar entre \$6.000 y \$10.000 pesos. En este sentido, el portafolio de productos se compone de tres líneas postres, cupcakes y pasteles, los cuales se distribuirán bajo un canal directo y con unas estrategias de publicidad enfocadas a captar la atención de los clientes que emplean buscadores SEO y los nano influencers y WhatsApp web como medio para enterarse de las ofertas del mercado.

El estudio técnico arrojó que la Macrolocalización del proyecto en el departamento del Cauca responde en mayor medida a la producción de la Gulupa., lo cual reduce los costos de transporte de la misma y garantiza el acceso constante en cualquier época del año; en relación a la Microlocalización, el análisis cuali-cuantitativo muestra que el local debe ubicarse en la zona norte de Popayán, lo cual responde en gran medida por el acceso a servicios públicos, transporte, mano de obra y la existencia de una zona comercial, aun cuando el tamaño del mercado sea menor que el de la zona sur; por otra parte, en pro del buen funcionamiento del emprendimiento se propone dotar al personal de elementos de protección personal propios para el desarrollo de la actividad productiva, con lo cual se busca evitar accidentes y enfermedades laborales

constituyéndose esta, como una medida de prevención ajustada a las norma de calidad y que está consignada en la política de calidad como compromiso de la alta dirección.

El estudio administrativo permitió identificar que la figura jurídica más propicia para la constitución de Gulupastel es la SAS, por que brinda facilidades y flexibilidades tanto a nivel de su constitución como de su funcionamiento, además de esto la estructura organizativa tiene en cuenta tres áreas destinadas a la producción, las ventas y administrativo y contable, necesarios para el desempeño del emprendimiento, para lo cual se emplea el personal mínimo requerido (7 en total y el contador como un cargo staff), aun cuando se puede llegar a generar sobrecarga laboral en los colaboradores; por otra parte aunque el estudio no presenta una matriz DOFA, para el diseño de los objetivos estratégicos se tuvo en cuenta las oportunidades y amenazas del entorno y las fortalezas y debilidades del emprendimiento en el mediano y largo plazo, destacándose dentro de estos la ampliación del portafolio, el incremento de la participación en el mercado y la internacionalización de los productos en respuesta a la versatilidad del insumo principal como lo es la Gulupa.

El estudio financiero permitió identificar que el 76% de los egresos para el emprendimiento corresponden a materiales e insumos, lo cual se puede explicar por el alto volumen de producción que se requiere para atender la demanda anual de postres, cupcakes y pasteles la cual es de 110.847 unidades; seguidamente se encuentra la mano de obra tanto directa como indirecta que abarca el 13,8% de los egresos que equivale a \$127.073.700 millones de pesos; Además de esto se pudo identificar que el costo total de Gulupatel para el primer año de operación es de \$919.151.668 millones de pesos, y los ingresos percibidos por las ventas es de 1.285.825.500 millones de pesos, con lo cual se podría afirmar que se genera utilidad que cubre los egresos.

Recomendaciones

Como principales recomendaciones se tienen:

- Dado el gran impacto económicos y social que tiene el emprendimiento Gulupastel, es importante presentarlo al fondo emprender del SENA para garantizar su ejecución debido al elevado costo del mismo, el cual requiere de financiación externa.
- Es importante tener en cuenta incrementar el número de colaboradores una vez se ponga en marcha el emprendimiento para evitar sobrecargas laborales, e incluso ampliar los turnos para atender la demanda en crecimiento que se proyecta para los próximos años.

Referencias Bibliográficas

Alcaldía de Popayán. (2021). Los requisitos para formalizar su empresa en la ciudad de Popayán.

<http://www.popayan.gov.co/empresarios/programa-formalizate/requisitos>

Alcaldía de Popayán. (2021). Reconocimientos de la UNESCO.

<http://www.popayan.gov.co/turistas/informacion-importante/reconocimientos-unesco>

Ayala, C. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa “gis cake & bakery” dedicada a la producción y comercialización de alta pastelería y repostería*. [Trabajo de pregrado- Universidad Católica de Colombia].

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15626/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20LA%20EMPRESA%20GIS%20CAKE%20%20BAKERY%20DEDICADA%20A%20LA%20PRODUCCI%C3%93N%20Y%20COMERC513.pdf>

Buissonneau, E., Gómez, J., y Mosquera, J. (2021). Pronóstico de Demanda para la empresa El

Parisino S.A.S. <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/8096/1/DDMAE144.pdf>

Cámara de comercio del Cauca (2020). *Creación de empresas aumentó 2,9% en el tercer trimestre de 2020*. <https://www.cccauca.org.co/actualidad/noticias/creacion-de-empresas-aumento-29-en-el-tercer-trimestre-de-2020>

Cámara de comercio del Cauca (2021). *Ingenia*. <https://www.cccauca.org.co/programa-ingenia/ingenia>

Correales, D., Deiva, J., y Noriega, M. (2020). *Cambios en la Dieta de Jóvenes Colombianos Durante la Cuarentena*.

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10319/NoriegaMaria2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- DANE. (2021). Cuentas nacionales. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>
- DANE. Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIU). <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>
- El Nuevo Liberal (2 de junio de 2020). Pandemia y aislamiento acentúan el desempleo en Popayán. <https://elnuevoliberal.com/pandemia-y-aislamiento-acentuan-el-desempleo-en-popayan/>
- El tiempo. (21 de noviembre de 2016). *Las delicias del dulce en las diferentes regiones de Colombia*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13212115>
- Entrepreneur. (9 de enero de 2021). ¿Cómo calcular tu participación de mercado y punto de equilibrio?. <https://www.entrepreneur.com/article/264164>
- Estrada. C. (2020). Colombia exporta en promedio us\$75 millones al año de la fruta exótica gulupa. <https://www.agronegocios.co/agricultura/colombia-exporta-en-promedio-us75-millones-al-ano-de-la-fruta-exotica-gulupa-2975537>
- Fedepasifloras. org. (s,f). Gulupa (P. edulis f. edulis Sims). <http://fedepasifloras.org/es/gulupa/>
- Hinojosa, S. (2021). La pandemia y el auge del emprendimiento. <https://razonpublica.com/la-pandemia-auge-del-emprendimiento/>
- Illesca, M. (2017). *Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de pasteles con endulzantes stevia para personas diabéticas en la ciudad de Loja*. [Trabajo de pregrado- Universidad Nacional de Loja].

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18368/1/M%C3%B3nica%20Alexandra%20Illescas%20Burguan.pdf>

Inpulsa Colombia. (2021). Colombia: el cuarto país con mayor tasa emprendedora en el mundo.

<https://innpulsacolombia.com/innformate/colombia-el-cuarto-pais-con-mayor-tasa-de-actividad-emprendedora-en-el-mundo>

La República. (18 de mayo de 2021). El sector industrial generó \$25,97 billones durante los primeros tres meses de este año. [https://www.larepublica.co/economia/el-sector-](https://www.larepublica.co/economia/el-sector-manufacturero-genero-2597-billones-en-el-primer-trimestre-de-este-ano-3170855#:~:text=Las%20industrias%20manufactureras%20fueron%20de,97%20billones%20en%20el%20trimestre.)

[manufacturero-genero-2597-billones-en-el-primer-trimestre-de-este-ano-3170855#:~:text=Las%20industrias%20manufactureras%20fueron%20de,97%20billones%20en%20el%20trimestre.](https://www.larepublica.co/economia/el-sector-manufacturero-genero-2597-billones-en-el-primer-trimestre-de-este-ano-3170855#:~:text=Las%20industrias%20manufactureras%20fueron%20de,97%20billones%20en%20el%20trimestre.)

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. 27 de enero de 2006. D.O. No. 46164.

Ministerio de agricultura. (2018). CADENA DE PASIFLORAS.

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Pasifloras/Documentos/2018-09-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa.

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Montenegro, A. (2021). Top de las panaderías con mayores ingresos operacionales.

<https://www.revistalabarra.com/panaderias-y-reposterias-en-crecimiento/>

Morales, M. (2020). El desempleo: una pandemia que azota a Colombia.

<https://universidadean.edu.co/blog/el-desempleo-una-pandemia-que-azota-colombia>

Mutual de seguridad. (2014). Ficha técnica de prevención de riesgos laborales.

https://ww2.mutual.cl/Portals/0/prevencion_riesgos/campana_mano_a_mano_2014_b/arc_hivos/comercio/panadero.pdf

Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2005). Popayán, Colombia. Ciudad gastronómica de la UNESCO.

<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-cities-network/gastronomy/popayan/>

Organización Internacional de Normalización. (2015). Sistema de gestión de la calidad (ISO 9001). <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Organización Internacional del Trabajo (2021). La COVID- 19 y el mundo del trabajo. Séptima edición Estimaciones actualizadas y análisis. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dgreports/-/dcomm/documents/briefingnote/wcms_767045.pdf

Parra, O. (2017). *Plan de negocios para la propuesta de creación de una empresa de postres caseros*. [Trabajo de posgrado - Universidad de Puebla].

<https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/463>

Portafolio.com. (2021). Los postres son la revelación de las comidas a domicilio.

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/postres-entre-las-comidas-a-domicilio-que-mas-crecieron-en-la-pandemia-569109>

Restrepo, M. (2019). SAS Colombia: definición, características y ventajas.

<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>

Rivera. W. (2019). Análisis e implementación del sistema ABC en el inventario agrícola de una planta de producción de alcohol.

<https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/1720/AN%C3%81LISIS%20E%20IMPLEMENTACI%C3%93N.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salazar, C. (16 de febrero de 2021). *La caída de 6,8% del Producto Interno Bruto de 2020 fue la peor de la historia del país*. <https://www.larepublica.co/economia/la-caida-de-68-del-producto-interno-bruto-de-2020-fue-la-peor-de-la-historia-del-pais-3125632>

Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía*, 11.

Sena. (2021). Fondo emprender. <https://www.fondoemprender.com//SitePages/Home.aspx>

Torres, P., Miranda, Y., Manga, L., Flórez, X., Gómez, M., Narváez, A., Palma, F., & Flórez, J. (2019). La competitividad y la sostenibilidad de las Scale-ups de Latinoamérica. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n28/19402821.html>

Thompson, I. (2006). Definición de empresa. *Promonegocios. Net*. Recuperado de la página: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicionconcepto.html> [Acceso 2 de septiembre de 2021].

Universidad Nacional Autónoma de México. (s,f). *Métodos de investigación*. Recuperado de: https://drive.google.com/file/d/18vu0JpyQ1tGiN2TfZPjYbD_UATdJHDIY/view

Anexos

Anexo 1. Encuesta

 <p style="font-size: small;">FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN</p>	<p>REGISTRO ENCUESTA SOBRE CONSUMO DE PRODUCTOS DE REPOSTERÍA</p>	<p>RG-01</p> <p>Página: 1 de 2</p> <p>Edición: 1.0</p>
---	--	--

La presente encuesta es realizada con el objetivo de conocer las necesidades y satisfacción de los consumidores en la ciudad de Popayán frente al sector de la repostería, obteniendo información de la aceptabilidad de un nuevo producto a base de la Gulupa.

A continuación, encontraras una serie de preguntas con una duración de 3 minutos.

Nombre: _____

Género: M _____ F _____

Edad: _____

Sector de residencia: Norte ____ Sur ____ Oriente: ____ Occidente: ____

1. Consume postres (Pasteles, cup cake, entre otro...)

Si _____ No _____

2. ¿Cada cuanto consume un postre?

1 vez al día _____ 1 vez a la semana _____ 2 o 3 veces a la semana _____
1 vez al mes _____ 2 o 3 veces al mes _____

3. ¿Cuáles son los sabores de postres que frecuentemente consumes? Marca los de tu preferencia.

Limón _____ Fresa _____ Chocolate _____

Mango _____ Mora _____ Durazno _____

Tres leches _____ Maracuyá _____ Milo _____

Otro _____

4. De las cualidades de los postres ¿Cuáles son las que más valora? Por favor indique su grado de importancia de 1 a 5.

Cualidad	Nada importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Sabor					
Aroma					
Presentación					
Costo					
Tamaño					

5. ¿Qué atributos considera más importantes en el lugar de compra? Por favor indique su grado de importancia de 1 a 5.

Cualidad	Nada importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
Atención					
Tiempo de espera					
Infraestructura					
Variedad					
Ubicación					

6. ¿Qué establecimiento prefieres para realizar la compra de tus postres?

Comercio por internet _____

Almacenes de cadena _____

Tiendas tradicionales _____

Tiendas especializadas _____

Otra _____

7. ¿Compraría algún producto de repostería para algún regalo o detalle?

Si _____ No _____

8. ¿Qué valor invertiría a la hora de adquirir una porción de postre?

1.000-5.000 _____

6.000-10.000 _____

11.000-15.000 _____

9. ¿Te gustaría que en la Ciudad de Popayán se ofertara un producto innovador diferente a las frutas tradicionales en el sector de la repostería?

Si _____ No _____

10. Si este producto " Gulupa" se encontrara en el mercado del sector de la repostería. ¿Lo comprarías?

Definitivamente no compraría el producto _____

Posiblemente no compraría _____

No estoy seguro /a _____

Posiblemente compraría _____

Definitivamente compraría _____

Anexo 2. Modelo de constitución de una sociedad por acciones simplificadas – S.A.S

 <p>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN</p>	FORMATO Modelo de constitución de una sociedad por acciones simplificadas – S.A.S	FOR-01 Página: 1 de 4 Edición: 1.0
---	--	--

En la ciudad de _____, Departamento de _____, República de Colombia, el ___ de _____ del año 20___, _____ mayor de edad, identificado con Cedula de Ciudadanía número _____ expedida en _____, de estado civil _____ domiciliado en la ciudad de _____ en la dirección _____ y _____, mayor de edad identificado con Cedula de Ciudadanía número _____ expedida en _____, de estado civil _____ domiciliado en la ciudad de _____ en la dirección _____, quien para todos los efectos se denominarán los constituyentes, mediante el presente escrito manifestamos nuestra voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

ARTÍCULO PRIMERO TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

ARTÍCULO SEGUNDO DOMICILIO SOCIAL La compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de _____, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTÍCULO TERCERO NOMBRE DE LA SOCIEDAD La sociedad actuará bajo la denominación social _____ S.A.S.;

ARTÍCULO CUARTO TÉRMINO DE DURACIÓN La sociedad tendrá un término de duración INDEFINIDO, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus accionistas así lo decidan.

ARTÍCULO QUINTO OBJETO SOCIAL La sociedad tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: A) _____ . B) Cualquier actividad comercial o civil de forma lícita y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social.

ARTÍCULO SEXTO CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO El capital autorizado de la sociedad está expresado en PESOS y es de _____ (\$ _____), divididos en _____ (_____) acciones de igual valor nominal, a razón de _____ (\$ _____) cada una. Los accionistas constituyentes han suscrito _____ (_____) por un valor nominal total de _____ (\$ _____), capital que se encuentra suscrito y pagado en dinero en su totalidad, La clase de acciones aquí suscrita son de clase ORDINARIAS. Parágrafo.- El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por sus accionistas e inscrita en el registro mercantil: ACCIONISTAS N° DE ACCIONES CAPITAL %

Accionistas	N° de acciones	Capital	%

ARTÍCULO SEPTIMO CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES Las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son de clase:

Otorgantes	Tipo de acción	Cantidad

ARTÍCULO OCTAVO TÍTULOS DE LAS ACCIONES A cada uno de los accionistas se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefieran tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiere sido pagado totalmente, la sociedad sólo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tradente.

ARTÍCULO NOVENO LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre de cada accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la Ley.

ARTÍCULO DECIMO EMISIÓN DE ACCIONES Corresponde a los accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES Corresponde a los accionistas constituyentes expedir el reglamento aplicable a la suscripción de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO GERENCIA La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo de un _____, a su vez la sociedad podrá nombrar un _____, quien reemplazará al gerente en sus ausencias temporales y absolutas contando con las mismas atribuciones que el gerente cuando éste entre a reemplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO TERCERO FACULTADES DEL GERENTE El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: a) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. e) Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. f) Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. g) Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para

que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. h) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos.

Parágrafo.- El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO RESERVAS La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los accionistas podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

ARTÍCULO DECIMO QUINTO UTILIDADES No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por sus accionistas, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que estén de acuerdo sus accionistas, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales.

1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión de los accionistas continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiarse el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado.

2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decidan sus accionistas. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por los accionistas.

3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legal, voluntarias u ocasionales.

4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por sus accionistas.

5.- El remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinarán al pago del dividendo de cada accionista.

ARTÍCULO DECIMO SEXTO DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD La sociedad se disolverá por decisión de sus accionistas o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO LIQUIDADADOR El liquidador y su suplente serán designados por los accionistas y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

ARTÍCULO DECIMO OCTAVO PROCESO DE LIQUIDACIÓN Cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas que aparecen en los artículos 218 y siguientes del Código de Comercio.

ARTÍCULO DECIMO NOVENO TRANSITORIO - NOMBRAMIENTOS El cargo de GERENTE será ocupado por, _____, identificado con Cedula de Ciudadanía número _____ de _____ y se nombra como _____ a _____, con Cedula de Ciudadanía número _____ de _____. Ambas personas estando presentes en este acto constitutivo, aceptan los cargos para los cuales fueron designados.

ARTÍCULO VIGESIMO DECLARACIÓN DEL SOCIO CONSTITUYENTE Los

constituyentes de la sociedad _____ S.A.S., identificado así: _____, identificado con Cedula de Ciudadanía número _____ de _____ y _____, con Cedula de Ciudadanía número _____ de _____ ; declaran que la sociedad constituida por medio de este documento privado, reúne los requisitos exigidos por la Ley.

En constancia firman:

Nombre: _____
C.C. _____ expedida en _____

Nombre: _____
C.C. _____ expedida en _____

Anexo 3. Costos de producción por producto

Costo de producción de Cup Cakes

Cantidad	Unidad de medida	Insumo	Costo	Total
200	gr	harina	\$ 3,4	\$ 680,0
175	gr	azúcar	\$ 3,2	\$ 560,0
125	gr	mantequilla	\$ 13,6	\$ 1.700,0
3	un	huevos	\$ 316,0	\$ 948,0
15	ml	esencia de vainilla	\$ 12,5	\$ 187,5
50	ml	leche	\$ 3,4	\$ 170,0
5	gr	levadura	\$ 50,0	\$ 250,0
200	gr	gulupa	\$ 11,5	\$ 2.300,0
225	gr	mantequilla	\$ 13,6	\$ 3.060,0
225	gr	azúcar glass	\$ 5,8	\$ 1.305,0
50	ml	leche	\$ 3,4	\$ 170,0
12	un	empaques	\$ 27,0	\$ 324,0
costos para 6 unidades de Cupcakes				\$ 11.654,5

Costo de producción de postres

Postre de tres leches				
Cantidad	Unidad de medida	Insumos	Precio por unidad	Total
5000	ml	leche	\$ 3,4	\$ 17.000,0
2000	ml	crema de leche	\$ 31,2	\$ 62.360,0
500	gr	Maizena	\$ 23,4	\$ 11.700,0
500	ml	leche condensada	\$ 21,6	\$ 10.800,0
2	un	galletas ducales	\$ 4.300,0	\$ 8.600,0
50	un	contenedores	\$ 100,0	\$ 5.000,0
costos para 50 unidades de postre de tres leches				\$ 115.460,0
Postre de chocolate				
5000	ml	leche	\$ 3,4	\$ 17.000,0
2000	ml	crema de leche	\$ 31,2	\$ 62.360,0
500	gr	Maizena	\$ 23,4	\$ 11.700,0
500	ml	leche condensada	\$ 21,6	\$ 10.800,0
2	un	galletas ducales	\$ 4.300,0	\$ 8.600,0
50	un	contenedores	\$ 100,0	\$ 5.000,0
1000	gr	cocoa	\$ 26,0	\$ 25.950
costos para 50 unidades de postre de chocolate				\$ 141.410,0
Postre de chocolate				

5000	ml	leche	\$ 3,4	\$ 17.000,0
2000	ml	crema de leche	\$ 31,2	\$ 62.360,0
500	gr	Maizena	\$ 23,4	\$ 11.700,0
500	ml	leche condensada	\$ 21,6	\$ 10.800,0
2	un	galletas ducales	\$ 4.300,0	\$ 8.600,0
50	un	contenedores	\$ 100,0	\$ 5.000,0
1000	gr	gulupa	\$ 11,5	\$ 11.500,0
costos para 50 unidades de postre de gulupa				\$ 126.960,0
Postre de maracuyá				
5000	ml	leche	\$ 3,4	\$ 17.000,0
2000	ml	crema de leche	\$ 31,2	\$ 62.360,0
500	gr	Maizena	\$ 23,4	\$ 11.700,0
500	ml	leche condensada	\$ 21,6	\$ 10.800,0
2	un	galletas ducales	\$ 4.300,0	\$ 8.600,0
50	un	contenedores	\$ 100,0	\$ 5.000,0
1000	gr	maracuyá	\$ 7,6	\$ 7.600,0
costos para 50 unidades de postre de maracuyá				\$ 123.060,0

Costo de producción de tortas

cantidad	unidad de medida	Insumo	costo	total
500	gr	azúcar	\$ 3,2	\$ 1.600,0
500	gr	mantequilla	\$ 13,6	\$ 6.800,0
8	un	huevos	\$ 316,0	\$ 2.528,0
500	gr	harina	\$ 3,4	\$ 1.700,0
15	gr	polvo hornear	\$ 77,4	\$ 1.160,7
750	ml	leche	\$ 3,4	\$ 2.550,0
200	gr	gulupa	\$ 11,5	\$ 2.300,0
1	un	caja	\$ 800,0	\$ 800,0
225	gr	mantequilla	\$ 13,6	\$ 3.060,0
225	gr	azúcar glass	\$ 5,8	\$ 1.305,0
50	ml	leche	\$ 3,4	\$ 170,0
costos para una Lb de torta				\$ 23.973,7