

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE LA EMPRESA
" NATURAL SWEET " PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE MUFFINS DE ZAPALLO EN CALI - VALLE**

**CLAUDIA ARELY GARDENAS VASQUEZ
ALEXANDRA LORENA RAMOS ALVAREZ**

**SAN MARTÍN FUNADCIÓN UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD ABIERTA DISTANCIA Y VIRTUAL
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SANTIAGO DE CALI

2018

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
“NATURAL SWEET” PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUFFINS
DE ZAPALLO EN CALI – VALLE**

**CLAUDIA ARELY CÁRDENAS VÁSQUEZ
ALEXANDRA LORENA RAMOS ÁLVAREZ**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN
FACULTAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI-VALLE
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA
“NATURAL SWEET” PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUFFINS
DE ZAPALLO EN CALI – VALLE**

**CLAUDIA ARELY CÁRDENAS VÁSQUEZ
ALEXANDRA LORENA RAMOS ÁLVAREZ**

**Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Administrador de Empresas**

**Directora de proyecto
Elizabeth Murillo López
Ingeniera**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MARTÍN
FACULTAD ABIERTA Y A DISTANCIA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI-VALLE
2018**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	13
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
2.1 OBJETIVO GENERAL	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
3. JUSTIFICACIÓN	15
3.1. TEÓRICA	15
3.2. METODOLÓGICA	16
3.3. PRÁCTICA	16
4. MARCO DE REFERENCIA	17
4.1. ANTECEDENTES	17
4.2. ESTADO DEL ARTE	18
4.3. MARCO TEÓRICO	20
4.3.1 Plan de empresa	22
4.3.2 Factores que influyen para la creación de una empresa	23
4.3.2.1 Descripción del producto	23
4.3.2.2 Pensando en la forma de vender el producto	23
4.3.2.3 Pensando en la forma de fabricar el producto	23
4.3.3 El plan de marketing	24
4.3.3.1. El tamaño del mercado	24
4.3.3.2 Características de la segmentación del mercado.	24
4.3.4 Plan de Operaciones	24
4.3.4.1. Los procesos y operaciones	25
4.3.4.2 Maquinaria	25
4.3.5 El equipo humano	25
4.3.5.1 Proceso de selección	25
4.3.5.2 La definición del puesto	25
4.3.5.3 Definir habilidades que requiere el ocupante del puesto	26
4.3.6 El plan económico y financiero	26

4.4 MARCO CONCEPTUAL	26
4.5 MARCO LEGAL	32
4.5.1 Constitución Política	32
4.5.2. Decreto 410 DE 1971	32
4.5.3. Ley 590 de 2000	33
4.5.4. Ley 905 de 2004	33
4.5.5. Ley 1014 de 2006	34
4.5.6. Ley 1429 de 2010	34
4.5.7. Decreto 545 de 2011	34
4.5.8. Decreto 4910 de 2011.	35
4.5.9. Decreto 489 de 2013	35
4.5.10. Decreto 3075 de 1997 Ministerio de Salud	36
4.6 MARCO ESPACIAL	36
4.7 MARCO TEMPORAL	37
4.8 MARCO CONTEXTUAL	37
5. DISEÑO METODOLÓGICO	39
5.1 TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN	39
5.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	39
5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	39
5.3.1 Fuentes primarias	40
5.3.2 Fuentes secundarias	40
5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	40
5.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.	41
5.5.1 Estudio de mercado.	42
5.5.1.2 Investigación del mercado.	42
5.5.1.3 Cuantificación del Mercado.	61
5.5.1.4 Estrategias de mercadeo.	62
5.5.1.4.1 Descripción del Sector.	69
5.5.1.1.2. Competencia del sector en Cali.	80
5.5.2 Estudio técnico.	82
<input type="checkbox"/> Proceso Productivo	82
<input type="checkbox"/> Materias primas e insumos	84
5.5.3. Estudio administrativo, legal y organizacional.	90
5.5.3.1. Lineamientos corporativos.	90
5.5.3.2. Estructura organizacional	91
5.5.3.3. Constitución legal de la empresa.	97
5.5.3.4. Registros y permisos	98
5.5.3.5. Contratación laboral	98

5.5.4. Estudio financiero	99
5.5.4.1. Parámetros de proyección financiera.	99
5.5.4.2 Políticas financieras	100
5.5.4.2.1 Cartera	100
5.5.4.2.2 Tesorería.	100
5.5.4.2.3 Utilidades.	101
5.5.4.3. Inversiones del proyecto.	101
5.5.4.3 Costos de financiación del proyecto	102
5.5.4.3.1 Costo de Oportunidad del Inversionista	102
5.5.4.3.2 Costo de la deuda financiera del proyecto.	102
5.5.4.3.3 Costo de Capital del Proyecto.	103
5.5.4.4 Proyecciones financieras	103
5.5.4.5 Punto de equilibrio del proyecto.	109
5.5.4.6 Evaluación financiera del proyecto.	111
6. CONCLUSIONES	113
7. RECOMENDACIONES	115
BIBLIOGRAFIA	116
9.1. WEBGRAFIA	116
ANEXOS	119

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Datos población	41
Tabla 2. Cuantificación del mercado Objetivo	61
Tabla 3. Demanda potencial del producto en el mercado objetivo	62
Tabla 4. Comparación de precios de los principales competidores de Muffins en la ciudad de Cali	66
Tabla 5. Presupuesto del marketing mix propuesto a Natural Sweet Muffins naturales	69
Tabla 6. Evaluación de las cinco fuerzas competitivas del sector de tortas y postres saludables	74
Tabla 7. Relación de Materias primas e insumos	84
Tabla 8. Costos laborales operativos	86
Tabla 9. Requerimientos de maquinaria y equipo.	86
Tabla 10. Descripción de las funciones del gerente.	93
Tabla 11. Descripción de las funciones de la secretaria administrativa	94
Tabla 12. Descripción de las funciones del contador	95
Tabla 13. Descripción de las funciones de Operarios de cocina	96
Tabla 14. Descripción de las funciones de los promotores de venta	97
Tabla 15. Proyección de Ingresos y egresos operativos	99
Tabla 16. Presupuesto de Inversiones	101
Tabla 17. Fuentes de financiación del proyecto	102
Tabla 18. Amortización del crédito	102
Tabla 19. Costo de capital del proyecto	103
Tabla 20. Proyección del Estado de Resultados	104
Tabla 21. Proyección del Flujo de Caja	106
Tabla 22. Proyección del Estado de situación financiera	108
Tabla 23. Proyección de puntos de equilibrio	110
Tabla 24. Proyección del Flujo de caja libre del Proyecto	111
Tabla 25. Factibilidad económica del proyecto	112

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa: Ubicación geográfica Comuna 19	Pág. 37
Figura 2. Logo de la empresa	63
Figura 3. Organigrama de la empresa	91

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Edad de los encuestados	42
Gráfica 2. Sexo de la población encuestada	43
Gráfica 3. Estrato socioeconómico de la población encuestada	44
Gráfica 4. Situación laboral	45
Gráfica 5. Conocimiento de las marcas de pastelería que hay en el mercado	46
Gráfica 6. Consumo de productos de pastelería	47
Gráfica 7. Frecuencia de consumo del producto	48
Gráfica 8. Marcas del producto que habitualmente consumo	49
Gráfica 9. Lo que se espera encontrar de los productos de pastelería	50
Gráfica 10. Preferencia por consumo de productos naturales con beneficios saludables	51
Gráfica 11. Aceptación del producto	52
Gráfica 12. Sabor que percibe al probar el Muffins	53
Gráfica 13. Calificación de la calidad del producto	54
Gráfica 14. Calificación de la presentación del producto	55
Gráfica 15. Calificación de la textura del producto	56
Gráfica 16. Calificación del producto	57
Gráfica 17. Calificación del producto frente a los competidores	58
Gráfica 18. Consumiría de nuevo el producto	59
Gráfica 19. Valores que estaría dispuesto a pagar por el producto	60

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexos A . Modelo de Encuesta	119
Anexos B. Ficha técnica del producto	123

INTRODUCCIÓN

El mercado actualmente se encuentra afrontando diversos cambios que le permite a las empresas crear proyectos innovadores y vanguardistas, que potencialicen el mercado para satisfacer las necesidades de los consumidores. Las compañías del sector alimenticio proporcionan diversidad de productos para el consumo y satisfacción de las necesidades que presentan una diversidad de cambios por lo que se busca obtener productos de consumo fácil y rápido.

Colombia, es un país que posee gran cantidad de frutas y hortalizas de las cuales aún no hay un verdadero interés para ser cultivadas y consumidas en el mercado, por lo tanto, no han sido consideradas de gran importancia para el procesamiento de nuevos productos, que aportan al individuo ventajas para adquirir productos de fácil consumo y acceso en la canasta familiar. De aquí parte el interés de elaborar los muffins de zapallo

El acelerado ritmo de vida que hoy por hoy se vive en las grandes ciudades como Cali, se debe estar cada día más comprometido con el desarrollo y mejoramiento de la industria del sector, arriesgando y apostando al propósito de crear una empresa innovadora en el mercado y que sea económicamente rentable y sostenible en el tiempo, y con ideas que generen un valor agregado a los clientes.

Por este motivo se debe realizar los siguientes estudios que permitan analizar todas las variables y sus respectivas repercusiones, para poder lograr de forma más precisa obtener los resultados esperados y evaluar los impactos sociales del proyecto:

Estudio del Mercado: En este estudio se muestran las consideraciones más importantes de la Demanda y Oferta existentes en las comercializadoras de dulces de leche artesanal. Al igual que las estrategias de marketing que se van a emplear para impulsar la empresa. Este análisis es necesario para identificar el segmento de mercado y de esta manera determinar el potencial de clientes que existe.

Estudio Técnico: Describe los requerimientos físicos, humanos y tecnológicos que requiere el proyecto.

Estudio Administrativo, Legal y Organizacional. Describe los elementos, estructura organizacional, legales, que requiere para su organización administrativa, comercial y operativa

Estudio Financiero: Contempla las proyecciones de los estados financieros buscando encontrar la rentabilidad del proyecto que permita tomar decisiones de llevar a cabo el proyecto.

Lo anterior permitirá realizar una toma de decisiones apropiadas para la ejecución del proyecto, y apropiar técnicas adecuadas para posicionar en el mercado un producto que ofrezca propiedades innovadoras y vanguardistas para satisfacer el gusto de los consumidores.