

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA COMERCIALIZADORA DE GALLETAS ALFAJOR ARTESANAL

IDINA GIOVANNA CALVACHI JIMENEZ

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C
2018

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA COMERCIALIZADORA DE GALLETAS ALFAJOR ARTESANAL

IDINA GIOVANNA CALVACHI JIMENEZ

Proyecto Integral de Grado para optar al título de:
INGENIERO INDUSTRIAL

Orientador.
FLORENTINO MORENO SALCEDO
Administrador de Empresas

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C
2018

Nota de aceptación:

ADM. FLORENTINO MORENO SALCEDO

ECN. VICENTE EMILIO CALAD RENDÓN

ING. JAIME GERMÁN RODRÍGUEZ

Bogotá D.C., agosto de 2018

DIRECTIVA DE LA UNIVERSIDAD DE AMÉRICA

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Jaime Posada Díaz

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectoría Académica y de Posgrados

Ing. Ana Josefa Herrera Vargas

Decano General de la Facultad de Ingenierías

Ing. Julio César Fuentes Arismendi

Director del Programa de Ingeniería Industrial

Ing. Jorge Gutiérrez Cancino

Las directivas de la universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente, no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente al autor.

DEDICATORIA

Este proyecto de grado es dedicado a mi madre, amigos y compañeros, quienes me brindaron su apoyo incondicional y me acompañaron durante este proceso lleno de sacrificios, y han sido siempre el motor de mis motivaciones para ser una mejor persona y profesional cada día.

Idina Giovanna Calvachi Jimenez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por brindarme las fuerzas para alcanzar esta meta importante en mi vida.

Idina Giovanna Calvachi Jimenez

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. DIAGNÓSTICO	26
1.1 ANÁLISIS PESTAL COLOMBIA	26
1.1.1 Factor político en Colombia	26
1.1.1.1 Sistema Político	26
1.1.1.2 Corrupción	27
1.1.1.3 Estabilidad Política	27
1.1.2 Factor económico en Colombia	27
1.1.2.1 Índice de precio al consumidor (IPC)	27
1.1.2.2 Producto interno bruto (PIB)	27
1.1.2.3 Inflación	28
1.1.3 Factor social en Colombia	28
1.1.3.1 Poder adquisitivo	28
1.1.3.2 Percepción del cliente	28
1.1.3.3 Factores demográficos	28
1.1.3.4 Tasa de mortalidad y natalidad	28
1.1.4 Factor tecnológico en Colombia	29
1.1.4.1 Desarrollo tecnológico en Colombia	29
1.1.4.2 Internet	29
1.1.4.3 Vigilancia y control en la TIC	29
1.1.5 Factor Ambiental en Colombia	29
1.1.5.1 Desempeño ambiental	29
1.1.5.2 Reciclaje de residuos	30
1.1.5.3 Normatividad ambiental	30
1.1.5.4 Impacto ambiental	30
1.1.6 Factor legal en Colombia	30
1.2 ANÁLISIS PESTAL EN BOGOTÁ	31
1.2.1 Factor político en Bogotá	31
1.2.2 Factor económico en Bogotá	31
1.2.2.1 Porcentaje y participación PIB	31
1.2.2.2 Estacionalidad del mercado	32
1.2.3 Factor social en Bogotá	32
1.2.3.1 Índice de pobreza	32
1.2.3.2 Mano de obra	32
1.2.3.3 Poder adquisitivo	32
1.2.3.4 Percepción del consumidor	32
1.2.3.5 Desplazados	32
1.2.4 Factor tecnológico en Bogotá	32
1.2.4.1 TIC Bogotá	32
1.2.4.2 Desarrollo tecnológico	33

1.2.4.3	Uso internet	33
1.2.5	Factor ambiental en Bogotá	33
1.2.5.1	Reciclaje	33
1.2.5.2	Manejo de residuos	33
1.2.5.3	Marco legal ambiental	33
1.2.6	Factor legal Bogotá	35
1.3	ANÁLISIS DEL SECTOR	35
1.3.1	Características generales	35
1.3.2	Organizaciones en el sector industrial	35
1.3.3	Producción real en ventas	36
1.4	ANÁLISIS DEL SUBSECTOR	37
1.4.1	Caracterización del subsector	37
1.4.2	Materia Prima	37
1.4.3	Indicadores Financieros	37
1.5	ALFAJOR ARTESANAL	38
1.6	MATRIZ DOFA	39
2.	ESTUDIO DE MERCADOS	42
2.1	CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR	42
2.1.1	Variables microeconómicas	42
2.1.1.1	Materia prima actual del producto	42
2.1.1.2	Competencia directa	42
2.1.1.3	Competencia indirecta	42
2.1.2	Variables macroeconómicas	42
2.1.2.1	PIB	42
2.1.2.2	Análisis de datos desagregados por ramas de actividad económica	43
2.1.2.3	Índice de precio al consumidor (IPC)	44
2.2	BARRERAS DE ENTRADA	45
2.2.1	Barreras económicas	45
2.2.2	Barreras sociales	46
2.2.3	Barreras ambientales	46
2.2.4	Barreras legales	46
2.2.5	Barreras políticas	46
2.3	SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	46
2.3.1	Segmentación geográfica	46
2.3.2	Segmentación demográfica	48
2.3.3	Cuadro resumen segmentación	48
2.4	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	49
2.4.1	Tipo de investigación de mercados	49
2.4.2	Plan de muestreo	49
2.4.3	Población	49
2.4.4	Muestra	49
2.4.5	Encuesta	49
2.4.6	Análisis e interpretación de resultados	53
2.4.7	Encuesta Cafetería Jorge Tadeo Lozano	53

2.4.8 Análisis e interpretación de resultados	55
2.5 DEMANDA	55
2.5.1 Pronóstico de la demanda	56
2.5.2 Demanda real	56
2.6 OFERTA	57
2.7 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	58
2.8 MARKETING MIX	58
2.8.1 Producto	58
2.8.1.1 Marca	59
2.8.1.2 Logo	59
2.8.1.3 Slogan	60
2.8.1.4 Empaque	60
2.8.2 Precio	60
2.8.3 Plaza	60
2.8.4 Promoción	60
2.9 COSTOS ESTUDIO DE MERCADOS	62
3. ESTUDIO TÉCNICO	63
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	63
3.2 FICHA TÉCNICA	63
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	64
3.3.1 Recepción de la materia prima	66
3.3.2 Selección de la materia prima	66
3.3.3 Separación de la materia prima	66
3.3.4 Mezcla materias primas	66
3.3.5 Hornear masa	66
3.3.6 Control calidad masa	66
3.3.7 Sacar masa del horno	66
3.3.8 Enfriar	66
3.3.9 Adición materia primas finales	66
3.3.10 Empaque	66
3.3.11 Etiqueta	66
3.3.12 Transporte	66
3.3.13 Inspección de calidad producto terminado	66
3.3.14 Carga producto terminado	66
3.4 MATERIA PRIMA	66
3.5 INGENIERÍA DE MÉTODOS	67
3.5.1 Diagrama de operaciones	67
3.5.2 Diagrama de procesos	68
3.5.3 Diagrama de Hombre-Máquina	69
3.5.4 Diagrama de recorrido	69
3.6 ESTUDIO DE TIEMPOS	70
3.6.1 Tiempo real (Tr)	71
3.6.2 Tiempo normal (Tn)	71
3.6.3 Velocidad real (Vr)	71

3.6.4 Suplemento de tiempo	72
3.6.5 Hoja de toma de tiempos	72
3.6.6 Análisis del estudio de tiempos	72
3.7 CAPACIDADES	73
3.7.1 Capacidad instalada	73
3.7.2 Capacidad necesaria	73
3.7.3 Capacidad disponible	74
3.7.4 Operarios	74
3.7.5 Maquinaria y equipo	74
3.8 LOCALIZACIÓN	78
3.8.1 Macro Localización	78
3.8.2 Micro Localización	78
3.9 SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL	79
3.9.1 Señalización	79
3.9.2 Ergonomía	82
3.9.2.1 Trabajo de pie	82
3.9.2.2 Levantamiento de pesos	83
3.9.2.3 Antropometría	83
3.10 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	84
3.11 PROVEEDORES	85
3.11.1 Perfil del proveedor	85
3.11.2 Criterios de calificación	85
3.11.2.2 Puntualidad	85
3.11.2.3 Buenos precios	85
3.11.2.4 Facilidad de pago	86
3.11.2.5 Ubicación	86
3.11.2.6 Resumen Proveedores	86
3.12 COSTOS Y GASTOS ESTUDIO TÉCNICO	87
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	88
4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	88
4.1.1 Misión	88
4.1.2 Visión	88
4.1.3 Valores	88
4.1.4 Políticas	88
4.1.4.1 Política de proveedores	89
4.1.4.2 Política de clientes	89
4.1.4.3 Política de calidad	89
4.1.5 Objetivos	89
4.1.6 Metas	89
4.1.7 Estrategias e indicadores	89
4.2 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	92
4.2.1 Organigrama	92
4.2.2 Manual de funciones	92
4.3 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	94

4.3.1 Reclutamiento	94
4.3.1.1 Tipología del reclutamiento	94
4.3.1.2 Tipología de la comunicación del reclutamiento	94
4.3.2 Selección	95
4.3.3 Contratación	96
4.3.4 Capacitación y desarrollo	96
4.4 ESTUDIO DE SALARIOS	98
4.4.1 Nómina	99
4.4.2 Seguridad social	100
4.4.3 Prestaciones sociales	100
4.4.4 Parafiscales	100
4.4.5 Proyección de la nómina	100
4.4.6 COSTOS ESTUDIO ADMINISTRATIVO	102
5. ESTUDIO LEGAL	103
5.1 RAZÓN SOCIAL	103
5.2 OBJETO SOCIAL	103
5.3 TRÁMITES DE REGISTRO	104
5.3.1 Registro matrícula mercantil	104
5.3.2 Registro único tributario (RUT)	105
5.3.3 Registro con otras entidades	105
5.3.4 Solicitud sobre numeración de facturación	105
5.3.5 Uso de suelo	105
5.3.6 Registro Invima	106
5.4 TRÁMITES LEGALES	106
5.4.1 Impuesto sobre el valor añadido (IVA)	106
5.4.2 Retención en la fuente	106
5.4.3 Impuesto de Industria, Comercio, Tableros y Avisos (ICA)	106
5.5 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA	107
5.5.1 Certificado de higiene y sanidad de la Secretaria Distrital de Salud	107
5.5.2 Certificado de bomberos	107
5.5.3 Certificación en manipulación de alimentos	107
5.6 PRESUPUESTO ESTUDIO LEGAL	107
6. ESTUDIO AMBIENTAL	109
6.1 NORMATIVA AMBIENTAL	109
6.2 MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES	110
6.2.1 Identificación de aspectos ambientales	110
6.2.2 Identificación de impactos ambientales	111
6.3 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	112
6.3.1 Escala de calificación	112
6.3.2 Calificación del impacto ambiental	112
6.4 ESTRATEGIAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS	113
6.5 BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA	114
6.5.1 Diseño del edificio e instalaciones de Ghribat alfajores	114

6.5.2 Equipo y utensilios	115
6.5.3 Personal	115
6.6 PRESUPUESTO ESTUDIO AMBIENTAL	115
7. ESTUDIO FINANCIERO	116
7.1 INVERSIÓN INICIAL	116
7.1.1 Activos fijos	116
7.1.2 Depreciación de los activos fijos	117
7.1.3 Activos diferidos	119
7.1.3.1 Utensilios	119
7.1.3.2 Adecuación	119
7.1.3.3 Constitución legal de Ghribat Alfajores	119
7.1.3.4 Publicidad	120
7.1.4 Capital de trabajo	121
7.2 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	121
7.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES	122
7.3.1 Servicios públicos	123
7.3.2 Depreciaciones muebles, enseres, comunicación y computo	124
7.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN	124
7.4.1 Materia prima	124
7.4.2 Mano de obra directa	125
7.5 PRECIO DE VENTA	127
7.6 ESTADO DE RESULTADOS	128
7.7 FLUJO DE CAJA	129
7.8 INDICADORES FINANCIEROS	129
7.8.1 Tasa interna de oportunidad (TIO)	129
7.8.2 Valor Presente Neto (VPN)	131
8. CONCLUSIONES	133
9. RECOMENDACIONES	134
BIBLIOGRAFÍA	135
ANEXOS	137

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Ingresos operacionales y cantidad de empresas del subsector.	37
Tabla 2. Indicadores financieros industria de alimentos y bebidas 2015.	38
Tabla 3. Industria manufacturera.	44
Tabla 4. Clasificación IPC.	45
Tabla 5. Distribución localidades Bogotá.	47
Tabla 6. Conocimiento Alfajor Artesanal.	50
Tabla 7. Interés creación empresa y distribución.	50
Tabla 8. Aspectos de preferencia.	51
Tabla 9. Consumo productos alta repostería.	52
Tabla 10. Posibilidad distribución alfajor artesanal.	52
Tabla 11. Demanda real.	56
Tabla 12. Producción galletas Colombia.	57
Tabla 13. Pronóstico de la oferta producción galletas.	57
Tabla 14. Presupuesto Publicidad.	62
Tabla 15. Tabla General Electric.	71
Tabla 16. Suplementos por actividad.	72
Tabla 17. Maquinaria y Equipo.	75
Tabla 18. Utensilios.	76
Tabla 19. Equipo de comunicación y computo.	77
Tabla 20. Locales Siete de Agosto.	78
Tabla 21. Proveedores.	86
Tabla 22. Calificación proveedores.	86
Tabla 23. Costos y gastos estudio técnico.	87
Tabla 24. Evaluación de cada cargo Ghribat Alfajores.	99
Tabla 25. Salario aproximado de cada cargo de Ghribat Alfajores.	99
Tabla 26. Nómina cargos establecidos.	100
Tabla 27. Nómina anual Alfajores Ghribat.	101
Tabla 28. Seguridad social y caja de compensación anual (cifras en pesos).	101
Tabla 29. Proyección prestaciones sociales anual (cifras en pesos).	101
Tabla 30. Tabla resumen nómina anual.	102
Tabla 31. Presupuesto estudio legal.	108
Tabla 32. Evaluación de impactos ambientales.	113
Tabla 33. Presupuesto estudio ambiental.	115
Tabla 34. Pronostico IPC.	116
Tabla 35. Maquinaria y equipo.	117
Tabla 36. Equipo de comunicación y cómputo muebles y enseres.	117
Tabla 37. Activos fijos en pesos.	117
Tabla 38. Vida útil de activos fijos.	117
Tabla 39. Depreciación maquinaria y equipo (Pesos).	118
Tabla 40. Depreciación equipo de comunicación y computo (Pesos).	118
Tabla 41. Proyección depreciación por áreas (cifras en pesos).	119

Tabla 42. Utensilios.	119
Tabla 43. Adecuación Ghribat Alfajores.	119
Tabla 44. Constitución de Ghribat Alfajores.	120
Tabla 45. Publicidad.	121
Tabla 46. Capital de trabajo.	121
Tabla 47. Nomina cargos establecidos.	122
Tabla 48. Proyección de nómina (cifras en pesos).	122
Tabla 49. Proyección de seguridad social y caja de compensación.	123
Tabla 50. Proyección prestaciones sociales (cifras en pesos).	123
Tabla 51. Proyección nomina por prestación de servicios (cifras en pesos).	123
Tabla 52. Servicios públicos.	124
Tabla 53. Proyección depreciación muebles, enseres comunicación y computo.	124
Tabla 54. Demanda ajustada (cifras en pesos).	125
Tabla 55. Proyección costo unitario (cifras en pesos).	125
Tabla 56. Proyección materia prima (cifras en pesos).	125
Tabla 57 . Nómina mano de obra (cifras en pesos).	126
Tabla 58. Proyección de nómina mano de obra (cifras en pesos).	126
Tabla 59. Servicios área de producción.	126
Tabla 60. Costos anuales de producción (cifras en pesos).	127
Tabla 61. Precio de venta (cifras en pesos).	127
Tabla 62. Ingresos anuales de Ghribat Alfajores (cifras en pesos).	128
Tabla 63. Estado de resultados (cifras en pesos).	128
Tabla 64. Flujo de caja (cifras en pesos).	129
Tabla 65. DTF.	130
Tabla 66. Calculo TIO.	131
Tabla 67. VPN.	132

LISTA DE IMÁGENES

	pág.
Imagen 1. Producto.	59
Imagen 2. Empaque.	60
Imagen 3. Página Instagram.	61
Imagen 4. Página Facebook.	61
Imagen 5. Uso permitido para desarrollo de actividad.	79
Imagen 6. Ergonomía trabajo de pie.	83
Imagen 7. Verificación de nombre y marca registrada CCB.	103
Imagen 8. Uso de suelo.	106

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Normatividad ambiental en Colombia.	30
Cuadro 2. Marco legal Colombia.	31
Cuadro 3. Normatividad ambiental Bogotá.	34
Cuadro 4. Marco legal Bogotá.	35
Cuadro 5. MATRIZ DOFA.	41
Cuadro 6. Universidades Localidad Candelaria.	48
Cuadro 7. Resumen segmentación.	49
Cuadro 8. Materia prima.	67
Cuadro 9. Tipología de señales según la forma geométrica.	80
Cuadro 10. Señales que implementar en las instalaciones de la empresa.	81
Cuadro 11. Información antropométrica para el diseño de los puestos de trabajo.	84
Cuadro 12. Plan estratégico 2018 a 2023.	90
Cuadro 13. Plan de capacitación.	98
Cuadro 14. Evaluación por puntos.	98
Cuadro 15. Descripción código CIU de Ghribat alfajores.	104
Cuadro 16. Normativa ambiental.	109
Cuadro 17. Aspectos ambientales en el proceso de producción.	111
Cuadro 18. Impactos ambientales por el proceso de producción	111
Cuadro 19. Criterios de calificación de impactos ambientales.	112
Cuadro 20. Escalas de calificación de impactos ambientales.	112
Cuadro 21. Calificación de impactos ambientales.	113
Cuadro 22. Estrategias para mitigar los impactos ambientales.	114

LISTA DE GRÁFICOS

	pág.
Gráfico 1. Variación anual de la producción real.	36
Gráfico 2. Conocimiento Alfajor Artesanal Bogotá.	50
Gráfico 3. Nivel interés creación empresa Alfajor Artesanal Bogotá.	51
Gráfico 4. Aspectos de preferencia Alfajor Artesanal Bogotá.	51
Gráfico 5. Consumo productos alta repostería.	52
Gráfico 6. Probabilidad distribución Alfajor Artesanal Bogotá.	53
Gráfico 7. Porcentaje estudiantes uso servicio cafetería.	54
Gráfico 8. Consumo de productos de repostería.	54
Gráfico 9. Disposición de consumo alfajor artesanal.	55

LISTA DE DIAGRAMAS

	pág.
Diagrama 1. Proceso Alfajor Artesanal.	65
Diagrama 2. Operación Alfajor Artesanal.	67
Diagrama 3. Proceso Alfajor Artesanal.	69
Diagrama 4. Proceso reclutamiento Ghribat Alfajores.	95
Diagrama 5. Proceso de capacitación.	97

LISTA DE PLANOS

	pág.
Plano 1. Diagrama recorrido Alfajor artesanal.	70
Plano 2. Señalización Ghribat alfajores.	82
Plano 3. Distribución en planta.	85

LISTA DE ECUACIONES

	pág.
Ecuación 1. Tiempo normal.	71
Ecuación 2. Tiempo estándar.	72
Ecuación 3. Calculo de capacidad instalada.	73
Ecuación 4. Calculo capacidad necesaria.	73
Ecuación 5. Calculo capacidad disponible.	74
Ecuación 6. Depreciación método línea recta.	118
Ecuación 7. Precio de venta.	127
Ecuación 8. Determinación TIO.	130
Ecuación 9. Valor presente neto.	131

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta	138
Anexo B. Encuesta Universidad Jorge Tadeo Lozano	140
Anexo C. Encuesta Colegio Inglaterra Ral de Chapinero	142
Anexo D. Toma de tiempos	144
Anexo E. Cotizaciones	146
Anexo F. Manual de funciones	152
Anexo G. Acta y estatutos	155
Anexo H. Asignacion NIT	167
Anexo I. Registro unico tributario	169
Anexo J. Registro con otras entidades	171
Anexo K. Solicitud numeracion de facturacion	173
Anexo L. Impuesto sobre el valor añadido	175
Anexo M. Retencion en la fuente	177
Anexo N. Impuesto de Industria, Comercio, Tableros y Avisos	179

GLOSARIO

EMPRESA: entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.¹

REPOSTERÍA: se utiliza para denominar al tipo de gastronomía que se basa en la preparación, cocción y decoración de platos y piezas dulces.²

ALFAJOR: dulce artesanal formado por dos piezas circulares de masa unidas entre sí por alguna sustancia cremosa como dulce de leche o manjar blanco, chocolate o mermelada.³

¹ Definición empresa: definición empresa [En línea] Disponible en:
<https://www.google.com.co/search?q=DEFINICION+EMPRESA&oq=DEFINICION+EMPRESA&aqs=chrome.69i57.2692j0j1&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

² Definición repostería: definición repostería [En línea] Disponible en:
https://www.google.com.co/search?ei=0sUzW4TuKcbn5gL19pvQCw&q=definicion+reposteria&oq=DEFINICION+re&gs_l=psy-ab.3.0.35i39k1j0l2j0i67k1j0l2j0i67k1l2j0l2.1113.2874.0.3972.9.9.0.0.0.154.1096.0j8.8.0...0...1c.1.64.psy-ab..1.8.1092...0.Ea3oEnEgMaY

³ Definición alfajor: definición alfajor [En línea] Disponible en:
https://www.google.com.co/search?ei=d8gzW8mSDlee5gKl64DYCg&q=definicion+alfajor&oq=definicion+alfajor&gs_l=psy-ab.3.35i39k1j0i22i30k1l2.22439.26495.0.26704.19.18.1.0.0.0.265.2311.0j10j3.13.0...0...1c.1.64.psy-ab..6.13.2134...0j0i22i10i30k1j0i20i263k1j0i67k1.0.3VB3XzRJ4EM

RESUMEN

En presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora comercializadora de galleta alfajor artesanal en la ciudad de Bogotá, fue posible su desarrollo gracias a las oportunidades encontradas en el subsector de alimentos, actualmente se ha reinventado las tendencias en alimentación para los seres humanos con la necesidad de no exponerse a tantos químicos que actualmente se adhieren a los alimentos.

Se investigó el mercado y su demanda inicial para el desarrollo del proyecto, identificando las necesidades de las personas así obteniendo las necesidades que se pueden satisfacer a las personas atrayéndolas y satisfaciendo la necesidad consumiendo el producto.

Se genera un prototipo para el desarrollo del proyecto en instalaciones para el área de producción y administración las cuales tienen su respectiva señalización en seguridad y salud ocupacional donde se desarrolle la actividad agradable.

Para la creación y constitución existen unos parámetros legales en ámbitos como lo ambiental y legal para la puesta en marcha, adicional se necesita un conocimiento previo financiero para el determinar si el proyecto es factible, viable y rentable.

Palabras clave: Alfajor, Factibilidad, Empresa.

INTRODUCCIÓN

Colombia presenta mayores índices de desempleo actualmente entre los países pertenecientes América latina, esto afecta su crecimiento y desarrollo, lo cual incita a la creación de empresa para mejorar las oportunidades laborales a los colombianos.

Actualmente los jóvenes crean y desarrollan pequeñas empresas para aportar y ser parte de la economía colombiana, lo cual es importante para el futuro de un país incursionar en cualquier actividad económica para generar progresivamente empleo y oportunidades de crecimiento internas y externas en Colombia.

El mercado de la alta repostería y el alfajor en especial se encuentra en crecimiento. Razón por la cual en el proyecto se plantea la posibilidad de producción y distribución de alfajor artesanal, el cual posee materias primas de calidad para que los distribuidores satisfagan las necesidades de los consumidores finales.

Hasta el momento existen pocas empresas que estén incursionando en este mercado, se realizara el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora comercializadora de galleta alfajor artesanal; realizando un diagnóstico para tener conocimiento de las condiciones del entorno del sector y subsector, siguiente a esto se realizara un estudio de mercados y un estudio técnico para determinar el proceso productivo de acuerdo a los requerimientos del mercado, donde se desarrollara un estudio administrativo, legal y ambiental para la creación, constitución y funcionamiento de la empresa bajo la normativa y mitigando los impactos que pueda tener en el ambiente.

A partir de lo anterior se ejecutará un estudio financiero para determinar si el proyecto es factible, viable y entable en el mercado actual de Bogotá.

1. DIAGNÓSTICO

Para el desarrollo del proyecto es de gran importancia identificar el entorno en el cual se encontrará la organización, observando ventajas, desventajas, analizando los factores que afectan directamente al sector donde se desarrollará la organización.

Se medirá en todo aspecto con las herramientas de la ingeniería en diferentes áreas y aspectos que permitirán el desarrollo competitivo de la organización.

1.1 ANÁLISIS PESTAL COLOMBIA

Con esta herramienta se analizará e identificarán los factores externos que pueden afectar la supervivencia de una organización en Colombia, teniendo en cuenta amenazas y fortalezas que influyen la economía de una organización.

1.1.1 Factor político en Colombia. Analiza y tiene en cuenta las distintas resoluciones del gobierno que hacen parte del marco institucional en el país.

1.1.1.1 Sistema Político. Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.⁴

- **Rama Ejecutiva.** El presidente de la República es Jefe de Estado y de Gobierno y suprema autoridad administrativa. El presidente es elegido para un período de cuatro años por el voto popular, por la mitad más uno de votos que, de manera secreta y directa, depositen los ciudadanos. Según la Constitución Política del 1991, el presidente de la República simboliza la unidad nacional y al jurar el cumplimiento de la Constitución y las leyes, se obliga a garantizar los derechos y libertades de todos los colombianos.⁵
- **Rama Legislativa.** Corresponde al Congreso de la República reformar la Constitución, hacer leyes y ejercer control político sobre el gobierno y la administración. El Congreso de la República está integrado por el Senado y la Cámara de Representantes.⁶

⁴ NACIONES UNIDAS. Colombia ante las Naciones Unidas. [En línea] Disponible en: http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html Consultado el: 14 de noviembre de 2017

⁵ NACIONES UNIDAS. Colombia ante las Naciones Unidas. [En línea] Disponible en: http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html Consultado el: 14 de noviembre de 2017

⁶ NACIONES UNIDAS. Colombia ante las Naciones Unidas. [En línea] Disponible en: http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html Consultado el: 14 de noviembre de 2017

- **Rama Judicial.** La Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado, el Consejo Superior de la Judicatura, la Fiscalía General de la Nación, los Tribunales y los Jueces, administran justicia. También lo hace la justicia penal militar.⁷

1.1.1.2 Corrupción. Actualmente Colombia es vista ante el mundo y ante la sociedad colombiana como un país corrupto, con esta imagen hace que Colombia no evolucione ni sea competitiva en ningún aspecto, esto hace que Colombia pierda valor ante todos los beneficios en general que poseemos para ser competitivos.

El país ha tomado medidas contra la corrupción con planes de trabajo “Transparencia por Colombia” este plan de trabajo también aplica para distintos países buscando soluciones inmediatas para mitigar los grados de corrupción.

1.1.1.3 Estabilidad Política. No se ha reflejado grandes cambios en la estabilidad política, pues en el mandato actual del presidente Santos va enfocado únicamente a cumplir los acuerdos de paz pactados a lo largo de su mandato, sin embargo, se han evidenciado cambios en áreas ambientales, laborales y empresariales en el país.

1.1.2 Factor económico en Colombia. Analiza y tiene en cuenta las distintas variables macroeconómicas en el país.

1.1.2.1 Índice de precio al consumidor (IPC). En octubre de 2017 la variación mensual del IPC fue 0,02%, explicada principalmente por el comportamiento del grupo Alimentos, que presentó la menor variación mensual con -0,24%, variación anual del IPC en Colombia en octubre de 2017 ha sido del 4,1%, 1 décima superior a la del mes anterior. No ha habido variación mensual del IPC, de forma que la inflación acumulada en 2017 es del 3,5%.⁸

1.1.2.2 Producto interno bruto. (PIB) En el tercer trimestre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016, el Producto Interno Bruto creció 2,0%, explicado principalmente por el comportamiento de las siguientes ramas de actividad: agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y actividades de servicios sociales, comunales y personales. Por su parte, las actividades que

⁷ NACIONES UNIDAS. Colombia ante las Naciones Unidas. [En línea] Disponible en: http://www.colombiaun.org/Colombia/sistema_politico.html Consultado el: 14 de noviembre de 2017

⁸ DATOSMACRO. Sube el IPC en Colombia. [En línea]. Disponible en: <https://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia>. Consultado el 14 de noviembre de 2017

registraron las mayores caídas fueron construcción y explotación de minas y canteras.⁹

1.1.2.3 Inflación. La inflación mensual en septiembre de 2017 fue 0,04%, mientras que la de año corrido fue 3,49% y la de doce meses fue 3,97%, en septiembre del 2016 la variación mensual de este indicador fue de -0,05%, la de año corrido fue 5,25 % y la de doce meses fue 7,27%. El grupo Alimentos presentó la menor variación mensual en septiembre de 2017, con -0,40%, mientras que en septiembre del 2016 la variación mensual fue -0,91%.¹⁰

1.1.3 Factor social en Colombia. Tiene en cuenta el marco social y los impactos positivos o negativos en Colombia.

1.1.3.1 Poder adquisitivo. En la actualidad la población no cuenta con el poder adquisitivo adecuado, la sociedad puede adquirir productos de la canasta familiar normalmente, sin embargo, se ha notado más engorroso el poder adquisitivo para otras necesidades de la sociedad.

1.1.3.2 Percepción del cliente. Los clientes en este momento buscan satisfacer sus necesidades con productos que estén a la mano y que beneficien integralmente su entorno físico y mental.

1.1.3.3 Factores demográficos. La demanda interna explica que el sector externo el aumento en el valor de la producción real nacional, que pasó de 286 billones de pesos en 2000 a casi 542 billones el año pasado. La extracción de petróleo y gas aportó 3,7% de ese aumento, mientras que el comercio o la intermediación financiera contribuyeron cada uno con más del 8%, en Bogotá, la tendencia de envejecimiento es más pronunciada y, no solo ahora sino a futuro, esto es un factor negativo. La población de la capital entre 0 y 19 años disminuyó más del 1,3 por ciento entre 2000 y 2015, mientras que la mayor de 50 años creció un 98,5 por ciento. Esto abre un gran interrogante sobre dónde habrá mayor propensión a consumir, a necesitar financiación y a requerir vivienda en las próximas décadas.¹¹

1.1.3.4 Tasa de mortalidad y natalidad. Para 2016 los nacimientos en el país llevan un acumulado de 645.561 casos en el total nacional, de los cuales 51,4% corresponde a hombres y 48,6% a mujeres.² En 2017 se han reportado 311.972

⁹ DANE. Cuentas trimestrales – Colombia: Producto Interno Bruto (PIB) 2016. [En línea]. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim16_oferta_demanda.pdf. Consultado el: 14 de noviembre de 2017

¹⁰ EL TIEMPO. Inflación Anual en el mes de septiembre. [En línea]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/inflacion-de-colombia-en-septiembre-de-2017-138244>. Consultado el: 14 de noviembre de 2017

¹¹ SEMANA. El factor demográfico será clave para el futuro de la economía colombiana. [En línea]. Disponible en: <http://www.semana.com/economia/articulo/relevancia-economica-del-cambio-demografico-en-colombia/529685>. Consultado el 14 de noviembre de 2017

nacimientos, con 51,2% para hombres y 48,8%, Para 2016 se han reportado 219.591 defunciones no fetales⁵ en el país. La distribución por sexo muestra que el 55,4% corresponde a hombres y el 44,6% a mujeres.⁶El año 2017 se registra un acumulado de 98.546 defunciones con una distribución por sexos donde el 52,7% corresponde a hombres y el 47,3% son mujeres.

1.1.4 Factor tecnológico en Colombia. Analiza todas las variables respecto a la industria y sociedad evaluando como una herramienta para el desarrollo del país.

1.1.4.1 Desarrollo tecnológico en Colombia. Facilita a la sociedad el uso de herramientas tecnológicas, para el desarrollo productivo como personas y como sociedad, En 2017 nuestro sector tiene varios: continuar con el incremento de las conexiones a internet, en especial a internet móvil; así como con el crecimiento de la industria TIC y avanzar aún más en la mejora de la calidad de los servicios. Igualmente, desde el Gobierno tendremos retos importantes, como avanzar en la entrega de las Zonas Wifi Gratis, la conexión de nuevos municipios y corregimientos a la Red de Alta Velocidad, y la asignación de la banda de 700 MHz para la masificación del internet móvil en Colombia.¹²

1.1.4.2 Internet. En esta etapa el internet es asequible para casi todas las personas, a nivel empresarial se desarrolla actualmente todo por medio de plataformas para facilitar el desarrollo de cada actividad y de esta forma ser más competitivos; el acceso a internet permite obtener todo tipo de información desde un computador o cualquier dispositivo tecnológico.

1.1.4.3 Vigilancia y control en la TIC. (Tecnologías de información y comunicación) El Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones posee un plan llamado desarrollo de vigilancia y control integral de las empresas, el cual vela por mantener las inspecciones del sector, previniendo inconsistencias y controlando de forma oportuna.

1.1.5 Factor Ambiental en Colombia. Analiza y gestiona herramientas para la protección del medio ambiente.

1.1.5.1 Desempeño ambiental. En la última evaluación que acaba de ser presentada, Colombia ascendió a la casilla 57.¹³ EPI evalúa todos los aspectos más importantes para el desarrollo sostenible en cada país, teniendo en cuenta ecosistemas y salud, sin embargo, Colombia actualmente debe tener mejora continua en distintos ámbitos para tener mejor desarrollo sostenible.

¹² ENTER. Como se perfila la industria TIC en Colombia 2017. [En línea]. Disponible en: <http://www.enter.co/especiales/colombia-bringiton/como-se-perfila-la-industria-tic-en-colombia-para-2017> Consultado el 14 de Noviembre de 2017

¹³ Ambiente y sociedad. Colombia ocupa puesto 57 en ranquin ambiental. [En línea] Disponible en: <http://www.ambienteysociedad.org.co/es/colombia-ocupa-puesto-57-en-ranquin-ambiental-2/> Consultado el 14 de noviembre de 2017

1.1.5.2 Reciclaje de residuos. A diario en Colombia se produce entre 30.000 y 32.000 toneladas de basuras diarias. De esto, solo se recicla el 17%.¹⁴ Como incentivos se están desarrollando aplicaciones de forma que la sociedad tome conciencia de la importancia de reciclaje, teniendo en cuenta que los rellenos sanitarios que existen en la actualidad ya están cumpliendo su vida útil.

1.1.5.3 Normatividad ambiental. En el Cuadro 1., se observan algunas leyes que aplican a nivel nacional para la protección del medio ambiente.

Cuadro 1. Normatividad ambiental en Colombia.

Ley	Descripción
Resolución 0189 de 1994	Control de entrada de residuos peligrosos a territorio nacional.
Ley 84 de 1989	Protección con animales
Decreto 1875/76-1979	Regula contaminación marina y normas de protección
Ley 388 de 1997, Artículo 33	Reglamento uso de suelos
Decreto 298 de 2016	Organización y funcionamiento de sistema nacional de cambio climático
Resolución 0140 de 2016	Estudio de la biodiversidad colombiana para aprovechamiento sostenible

Fuente: LEYES NACIONALES DE COLOMBIA. Encuesta Mensual Manufacturera Bogotá., septiembre 2017.

1.1.5.4 Impacto ambiental. La organización para la cooperación y el desarrollo económico agrupa treinta y cuatro países del mundo, actualmente Colombia ya está dentro de este grupo, para ello deben desarrollar más proyectos donde se disminuya el impacto ambiental en sectores importantes como químicos y mineros.

1.1.6 Factor legal en Colombia. Permite identificar la normatividad vigente para la sociedad y para cada actividad que se vaya a desarrollar en Colombia.

¹⁴ Caracol. En Colombia solo se recicla el 17 % de las basuras. [En línea] Disponible en: http://caracol.com.co/radio/2017/05/17/nacional/1495047458_796244.html
Consultado el 14 de noviembre de 2017

Cuadro 2. Marco legal Colombia.

Ley	Descripción
Resolución 4240 de 2000	Reglamentación estatuto aduanero en importaciones y exportaciones.
Resolución 000052 de 2016	Registro único tributario RUT y su actualización en la cámara de comercio
Resolución 399 de 2016	Ministerio de Trabajo para practicantes y derecho a un salario mínimo
Ley 1768 de 2015	Desarrolla presupuesto de rentas y recursos de capital y ley de apropiaciones para vigencia fiscal

Fuente: LEYES NACIONALES DE COLOMBIA. Leyes Colombianas para ciudadanos Bogotá., septiembre 2017.

1.2 ANÁLISIS PESTAL EN BOGOTÁ

Con esta herramienta se analizará e identificarán los factores externos que pueden afectar la supervivencia de una organización en Bogotá, teniendo en cuenta amenazas y fortalezas que influyen en la economía de una organización.

1.2.1 Factor político en Bogotá. En la historia política de Bogotá se ha marcado varios factores como la inseguridad y la corrupción en la sociedad bogotana y en los dirigentes de la ciudad, con el cambio continuo de los distintos dirigentes se han evidenciado cambios positivos y negativos, los positivos con bastante lentitud y los malos aumentando la visión de la sociedad bogotana hacia los dirigentes como corruptos y deshonestos.

El sistema político de Bogotá se rige por la Alcaldía mayor de la ciudad, gabinete distrital y concejo de Bogotá y un grupo de alcaldes para las localidades que posee la ciudad, Personero, Veedor y Controlador de la ciudad.

1.2.2 Factor económico en Bogotá. Analiza las variables económicas en la ciudad de Bogotá.

1.2.2.1 Porcentaje y participación PIB. El crecimiento de 2,2% del PIB de Bogotá D.C., para el primer trimestre de 2017, se debió al comportamiento presentado en las siguientes actividades: Construcción con 14,0%; Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas con 4,4% y Actividades de servicios sociales, comunales y personales con 2,9%. Por su parte, Industrias manufactureras y Suministro de electricidad, gas y agua registraron variaciones negativas de -2,7% y -1,2% respectivamente.¹⁵

¹⁵ DANE. Cuentas Nacionales Departamentales: PIB Trimestral Bogotá. [En línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales/cuentas-nacionales-departamentales-pib-trimestral-bogota-d-c>.

1.2.2.2 Estacionalidad del mercado. En Bogotá se pueden adquirir una serie de productos que benefician al ciudadano, existen ferias en ciertos meses del año donde los bogotanos pueden adquirir bienes, servicios e incluso integrarse algún plan de negocio en desarrollo.

1.2.3 Factor social en Bogotá. Analiza las variables que marcan en la sociedad bogotana en aspectos cotidianos como salud, educación, población entre otros,

1.2.3.1 Índice de pobreza. Según los datos arrojados estadísticamente por las entidades competentes como es el DANE, Bogotá actualmente obtuvo una reducción de 9,5 y 6,2 porcentualmente.

1.2.3.2 Mano de obra. Con una población de ocho millones en población actual en Bogotá, cuenta con 457.942 de profesionales en el año actual donde el 57 % son profesionales, 26.8% técnicos, 19.1% con título de especialización, maestría 3% y doctorado 0.1%.

1.2.3.3 Poder adquisitivo. Bogotá posee una mayor oportunidad de poder adquisitivo, ya que a comparación de otros sectores nacionales tiene mayores oportunidades en todo aspecto siendo así más provechosa la cadena de consumo en bienes y servicios.

1.2.3.4 Percepción del consumidor. Bogotá posee distintas facetas a nivel cultural, en donde el consumo está en constante cambio debido a esto no es fácil encontrar un consumidor fiel en cuanto a un producto o servicio, ya que existen varias herramientas de tipo tecnológico que informan al consumidor de un bien o servicio.

1.2.3.5 Desplazados. Actualmente en Bogotá existen estadísticamente 6.433 personas declaradas desplazadas, aunque las cifras han disminuido esto es un reflejo negativo para condiciones económicas y sociales en Bogotá.

1.2.4 Factor tecnológico en Bogotá. Permite observar el desarrollo tecnológico que posee la ciudad y las herramientas en desarrollo continuo para ser más desarrollados.

1.2.4.1 TIC Bogotá. Actualmente se están desarrollando varios proyectos para que la ciudad sea integral y competitiva, existen proyectos como diseño de trámites y servicios donde se busca realizar una plataforma y se puedan realizar todo tipo de trámites vía virtual, realizar portales de la veeduría distrital, secretaria distrital de educación, secretaria distrital de la mujer; además de esto desarrollaron una serie de apps Sofiapp para disminuir los casos de abuso y violencia contra la mujer, Conectapp Bogotá la cual informa las redes wifi gratuitas en la ciudad y Bogotá

cambalachea donde se intercambian conocimientos y saberes útiles para la sociedad.

1.2.4.2 Desarrollo tecnológico. Se están desarrollando un proyecto el cual será un parque tecnológico donde las empresas y áreas académicas estén en disposición de dar un valor agregado y ser más competitivos en la sociedad generando crecimiento y más oportunidad laboral.

1.2.4.3 Uso internet. Por ser la capital registra el mayor índice de consumo respecto a las demás ciudades, Bogotá actualmente cuenta con la mayor cobertura y cantidad de clientes que utilizan este servicio desde niños hasta adultos hacen que sea una herramienta necesaria para su desarrollo personal y académico.

1.2.5 Factor ambiental en Bogotá. Se evidencian distintos aspectos que generan un desarrollo sostenible en Bogotá, utilizando una serie de herramientas y normatividad.

1.2.5.1 Reciclaje. Actualmente 6.300 toneladas de residuos que llegan sin separar al relleno sanitario de Doña Juana, ubicado en el sur de la ciudad. Con esta iniciativa, que hace parte del proceso preparatorio de la licitación para la puesta en marcha del nuevo sistema de recolección de aseo, se espera evitar que lleguen al menos 400 toneladas de materiales que sí son reutilizables, pero que hoy se desperdician. Esta iniciativa irá acompañada de una fuerte campaña de cultura ciudadana a través de los recibos del cobro del agua y aseo que cada dos meses les llega a los 2'600.000 suscriptores. En la actualidad, los bogotanos pagan el servicio de aprovechamiento a través del recibo, tal y como quedó en el marco tarifario que entró en vigor a mediados del año. Con esto se busca dar garantías para los recicladores. De por medio está la preparación de la licitación para el manejo de la recolección del servicio de aseo durante los próximos ocho años, y que está en revisión de la Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico (CRA).¹⁶

1.2.5.2 Manejo de residuos. El manejo de residuos en Bogotá es de 80.000 toneladas anualmente en residuos peligrosos y pos consumo como químicos, llantas y otros derivados, sin embargo, se maneja adecuadamente para mitigar los impactos ambientales.

1.2.5.3 Marco legal ambiental. En el cuadro 3. Se observan algunas leyes aplicables en Bogotá, en la protección del medio ambiente y sus regulaciones.

¹⁶ EL TIEMPO. BOGOTANOS OBLIGADOS A RECICLAR. [En línea]. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/bogota/reciclaje-en-bogota-42856>. Consultado el 14 de noviembre de 2017

Cuadro 3. Normatividad ambiental Bogotá.

Ley	Descripción
Convención RAMSAR, 1971 Comunidad Internacional	Convención Relativa a los Humedales de Importancia Internacional especialmente como Hábitat de Aves Acuáticas
Convenio Sobre la Diversidad Biológica, 1992 Comunidad Internacional	Convenio de la Diversidad Biológica (Río de Janeiro, 1992)
Acuerdo 79 de 2003 Código de policía de Bogotá D.C.	Artículo 75.- Chucuas y humedales. Las chucuas y humedales y sus zonas de RH y ZMPA son parte del sistema de drenaje natural del Distrito y del espacio público. Para su uso y tratamiento se aplicará lo dispuesto en el P.O.T. Artículo 76.- La conservación y protección de las chucuas y los humedales demandan el compromiso de todos, por lo cual se deben observar los siguientes comportamientos: Cuidar y velar por la preservación de la integridad física y natural de las áreas y no realizar acciones que puedan conducir a su reducción, parcelación o desmembramiento, como el relleno artificial y construcción de barreras, diques o canales, actividades agrícolas y ganaderas, usos residenciales, comerciales e institucionales sin la autorización de la autoridad ambiental competente.
Resolución 0334 de 2007 DAMA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal Tibanica.

Ley	Descripción
Resolución 1504 de 2008 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal Córdoba.
Resolución 4383 de 2008 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal Burro.
Resolución 4573 de 2009 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal Techo.
Resolución 7473 de 2009 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal de la Vaca.
Resolución 7474 de 2009 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal de Capellanía.
Resolución 3887 de 2010 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal Juan Amarillo.
Resolución 3887 de 2010 SDA	Por medio de la cual se aprueba el Plan de Manejo Ambiental del humedal El Salitre.
Resolución 5195 de 2009 SDA	Por el cual se declara medida preventiva para la protección del cuerpo de agua ubicado al interior del Parque Recreativo El Salitre.
Resolución 2618 de 2006 SDA	Por medio de la cual se crea el Comité Distrital de humedales y se dictan disposiciones sobre su funcionamiento.

Fuente: LEYES NACIONALES DE COLOMBIA. Leyes Colombianas para ciudadanos Bogotá., septiembre 2017.

1.2.6 Factor legal Bogotá. Se implanta por parte la alcaldía y gobierno una serie de normas destacadas para el adecuado desarrollo de la ciudad de Bogotá en distintos aspectos sociales, económicos que se deben cumplir.

Cuadro 4. Marco legal Bogotá.

Ley	Descripción
Resolución 022 de 2016	Políticas de seguridad y privacidad de la información en Contraloría de Bogotá
Decreto 271 de 2016	Planta de empleos administrativos de la secretaria de educación del distrito
Acuerdo 645 de 2016	Planes económicos, social, ambiental y obras públicas “BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS”
Decreto 380 de 2015	Alcaldía de Bogotá política de trabajo decente y digno de Bogotá
Decreto 026 de 2015	Aplicación de incentivos tributarios de ley
Resolución 001816 de 2015	Unidad de actividades del impuesto de industria y comercio para el año 2017

Fuente: LEYES NACIONALES DE COLOMBIA. Leyes Colombianas para ciudadanos Bogotá., septiembre 2017.

1.3 ANALISIS DEL SECTOR

El sector de alimentos en Colombia posee una gran participación ya que es de vital importancia para las necesidades del ser humano, este sector está clasificado en panadería y repostería donde se caracteriza por ser alta repostería se caracteriza por tener procesos de manufactura para la producción y comercialización del mismo, donde se transforma varios productos como pasteles, galletas, tortas, alfajores entre otros, para esto se debe conocer el sector económico en donde se desarrolla esta actividad.

1.3.1 Características generales. Con la transformación de la materia prima para la obtención del producto final (alfajor), se clasifica en el sector secundario de la economía colombiana, en el subsector de la industria manufacturera donde se transforman o procesan materias primas para que luego sean consumidas.

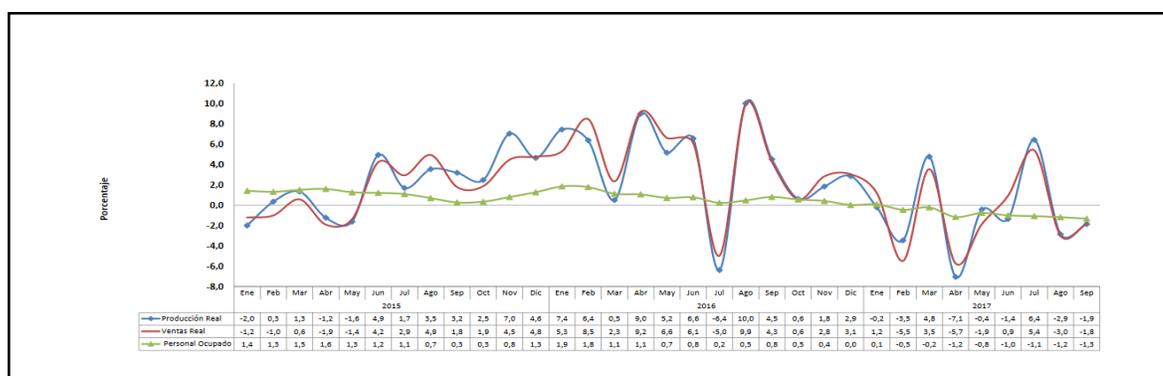
1.3.2 Organizaciones en el sector industrial. Actualmente en la industria los alimentos tienen el 10% de participación, en el comercio tiene el 22% de participación, la situación económica general de las Pymes industriales presentó un comportamiento menos favorable en el segundo semestre de 2016 al compararlo con lo observado en el segundo semestre de 2015. El porcentaje de Pymes

industriales que reportaron una mejoría en su situación económica general fue del 35% durante el segundo semestre de 2016, menor al observado un año atrás (42%). Al mismo tiempo, la proporción de empresarios industriales insatisfechos con su desempeño alcanzó un 22%, superando en 4 puntos porcentuales la cifra de 2015-II.¹⁷

En cuanto a el subsector alimentos y bebidas es el más alto en situación económica general, volumen de ventas, volumen producido, pedidos recibidos, costos de producción e inversión en maquinaria y equipo.

1.3.3 Producción real en ventas. La producción disminuyó en 1.9% y de las treinta y nueve actividades industriales registrados en la encuesta, se obtuvieron 23 donde variaron negativamente en su producción real, las diez y seis actividades restantes variaron positivamente.

Gráfico 1. Variación anual de la producción real, las ventas y el personal ocupado de la industria manufacturera.



Fuente: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. DANE. Encuesta Mensual Manufacturera Bogotá., septiembre 2017.

En septiembre de 2017, el personal ocupado por la industria manufacturera presentó una variación de -1,3% frente a igual mes de 2016. De acuerdo con el tipo de vinculación, el personal vinculado a término indefinido aumentó 0,4% mientras que el personal contratado a término fijo registró una disminución de 3,6%. Según área funcional el personal vinculado con los procesos de producción en la industria disminuyó 1,2% y el vinculado a labores administrativas y de ventas disminuyó 1,6%.

¹⁷ ANIF. La gran encuesta PYME. [En línea]. Disponible en: http://www.anif.co/sites/default/files/publicaciones/gepnacional_i-17.pdf. Consultado el 14 de noviembre de 2017

1.4 ANÁLISIS DEL SUBSECTOR

Se observará la información referente al sector donde se tendrá en cuenta el estado actual del subsector económico de alimentos y bebidas en Colombia.

1.4.1 Caracterización del subsector. El subsector de alimentos y bebidas es el más estable del sector industrial, se evidencia su constante evolución año tras año, en los últimos años la alta repostería ha entrado a innovar con productos de calidad para el bienestar de cada persona, ya que los productos que maneja contienen alta cantidad de nutrientes específicos para un buen desempeño saludable.

Tabla 1. Ingresos operacionales y cantidad de empresas del subsector.

Concepto	Ingresos Operacionales	N° Sociedades
Grande	\$ 45.035.351	214
Mediana	\$ 2.735.461	219
Pequeña	\$ 373.484	135
Total	\$ 48.144.296	568

Fuente: SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. Desempeño del sector de alimentos y bebidas. Bogotá 2014.

De las entidades de la muestra, 256 son sociedades anónimas, 160 son sociedades por acciones simplificadas (S.A.S.), 132 son sociedades de responsabilidad limitada, 8 son sociedades en comandita simple, 5 son sociedades en comandita por acciones, 5 son sucursales de sociedades extranjeras, 1 es sociedad colectiva y 1 es de economía solidaria. En cuanto a los ingresos operacionales, las sociedades anónimas fueron las que registraron mayores ingresos y presentaron un crecimiento del 10,1% frente al año 2013.

1.4.2 Materia Prima. La materia prima utilizada anteriormente ha sido transformada por los respectivos proveedores productores, existe variación continua de algunas materias primas por la estacionalidad.

1.4.3 Indicadores Financieros. Se observan los cambios porcentuales en el sector de alimentos y bebidas notando una gran diferencia de 4% a 2.90% al año 2015, sin embargo sigue siendo uno de los subsectores más rentable frente a otro.

Tabla 2. Indicadores financieros industria de alimentos y bebidas 2015.

Indicador	Subsector alimentos y bebidas			Total de empresas reportadas		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Margen	4.00%	3.70%	2.90%	6.66%	6.14%	6.49%

Fuente: SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES. Indicadores financieros sector de alimentos y bebidas. Bogotá 2015.

1.5 ALFAJOR ARTESANAL

Se caracteriza por ser de origen árabe, donde se inició a realizarse a base miel, frutos secos y harina, después emigro América donde se posiciona fuertemente en Argentina, se caracteriza por tener varias formas y sabores dependiendo de la ciudad, también es muy conocido en Perú, pero manejan distintas materias primas y formas de elaboración para este producto.

El alfajor es un dulce el cual se deriva del árabe llamado Al-Hasú que significa relleno, luego paso a Alajú o Alhajú y por último a Alfajor, nombre actual de esta galleta.

Esta golosina llegó a Sur-América en manos de los españoles, Países como Perú, Chile, Bolivia, Argentina y Venezuela son los países con mayor producción, donde se producen las marcas más reconocidas a nivel mundial de estos dulces, todos estos países tienen al alfajor como uno de sus postres más representativos, con los que se identifica su cultura gastronómica.

En Argentina se destacan algunos tipos de alfajores como el cordobés, su característica es el relleno de frutas, el santafesino, su característica más de tres capas hojaldradas y que su relleno sea dulce de leche glaseado, tucumano, su característica es galleta crocante relleno con miel de caña.

En Chile es nombrado alfajor chileno el cual está compuesto por galletas y su relleno con dulce de leche.

En Costa Rica mezclan ingredientes tropicales, se hacen a base de harina de maíz blanco tostado, bañadas en almíbar cubierto de azúcar y canela, rellenos de jalea de piña.

En México son elaborados a base de granos de maíz tostado, molidos y mezclados con una melcocha hecha a base de piloncillo y anís para dar su sabor característico.

Los alfajores elaborados por los árabes en sus inicios era una mezcla hecha a base de miel, especias, almendra, avellana y harina de rosquillas, con forma cilíndrica.

Se cree que es en América donde el Alfajor toma la forma que actualmente conocemos los latinoamericanos, galletas redondas y rellenas, existen diversos tipos de alfajor en donde se puede jugar con distintas materias primas para la elaboración de un alfajor, en este caso los alfajores artesanales cuentan con una serie de materias primas que deben ser trabajadas a mano para obtener un excelente producto que satisfaga la necesidad del cliente como productores y comercializadores generar fidelización al cliente.

En Colombia están hechos a base de galleta, ariquepe, coco o maní, actualmente en Colombia se está dando a conocer este producto en distintas formas de elaboración; el alfajor artesanal se caracteriza por utilizar productos que benefician al ser humano y aportan varios beneficios para mejorar la calidad de vida teniendo en cuenta los roles de hoy en día.

El alfajor artesanal posee materias primas como harina de trigo la cual aporta vitaminas del grupo B1, B2, B3, B5, E, hierro; coco el cual aporta al ser humano calcio, magnesio, flúor, yodo, zinc, selenio, fosforo; arequipe que, aunque contiene gran cantidad de dulce en mínimas cantidades aporta energía y calcio; mantequilla aporta vitamina A donde interviene el crecimiento, mejora la hidratación, vitamina D regula el metabolismo del calcio y el del fósforo, vitamina K2 previene la caries y fortalece los huesos.

Con las materias primas que se desarrollan para la elaboración del alfajor artesanal se evidencia que es un producto de calidad en el ámbito nutritivo y que de una u otra forma previene la desnutrición de los seres humanos con la calidad de vida y los tiempos que se manejan hoy en día.

Siendo así una buena oportunidad para todo tipo de mercado en Bogotá siendo competitivos con el producto que posee valor agregado ante el mercado.

Actualmente existen empresas productoras de alfajor en Medellín llamados Alfajores Medellín dándose a conocer por medio de redes sociales, en Montería Alfajores By Mariacnarvaez ofreciendo su producto por medio de redes sociales, Cali Dulce Gabitaklob ofreciendo sus productos por medio de redes sociales, Bogotá como Alfajor Habana Club y Compañía LTDA, Cantaclaro Alfajores S.A.S., Berdeys S.A., Alfajores Del Cerro; existen otros productores de forma informal ofreciendo publicidad por medio de redes sociales como Alfajores Bogotá, Alfajores y Conservas.

1.6 MATRIZ DOFA

Por medio de esta herramienta se identificarán distintos aspectos internos y externos que afectan a la creación de una empresa productora y comercializadora

de alfajor artesanal, se establecerán debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas y estrategias, intentando mitigar los aspectos negativos y aprovechar al máximo los positivos.

Cuadro 5. MATRIZ DOFA.

<p>EXTERNO / INTERNO</p>	<p>Fortalezas -Alfajor 100% natural -Atractivo al mercado por ser saludable -Positivo sector ambiental -Factor tecnológico</p>	<p>Debilidades -Trámites certificación INVIMA -Producto perecedero -Alta competencia en sector y producto -Épocas de cosecha y costos de materias primas</p>
<p>Oportunidades -Apertura a nuevos mercados -Demanda por alimentos de valor agregado -Alianzas estratégicas pequeños empresarios -Facilidad reclutamiento empleados desplazados</p>	<p>-Estrategia de conocimiento de producto -Promoción y publicidad de producto por ser saludable y de fácil adquisición -Realizar alianzas estratégicas con colegios, universidades, empresas. -Incluir a los marginados de la guerra para la evolución organizacional</p>	<p>-Desarrollar en el proyecto las regulaciones necesarias para ser un producto certificado ante las entidades competentes - Producir de manera ordenada de acuerdo con la demanda, sin que el producto pierda su esencia. - Generar estrategias de mercado para épocas en donde sean reducidas las materias primas</p>
<p>Amenazas -Competencia de pequeñas empresas -Presencia alta de productos sustitos -Regulaciones tributarias</p>	<p>-Observar los productos y entregas de las empresas pequeñas que puedan ser perjudiciales en la creación de la empresa -Delimitar los productos sustitutos y generar paralelo su valor agregado compararlo y mejorar el nuestro -Constatar el área tributaria para la creación, observando la de más beneficio.</p>	<p>-Estudiar estrategias para fidelizar clientes -Realizar atractivas promociones en el mercado -Estudiar progresivamente nuevos mercados.</p>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

En este estudio se analizarán los factores del mercado que facilitan o dificultan la producción y comercialización del producto, conociendo la información donde permita diseñar distintas estrategias para el crecimiento de la industria y el sector.

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

El producto pertenece al segundo sector económico, pues se fabrica y se comercializa el producto, está ubicado en el subsector de alimentos donde se desglosa en panadería y repostería más específicamente en alta repostería, continuamente es uno de los segmentos que ha tomado bastante crecimiento contribuyendo a un incremento de empleo ya que este puede ofrecer hasta 400.000 empleos directos.

2.1.1 Variables microeconómicas. Se analizará los elementos que se caracterizan para la fabricación del producto alfajor.

2.1.1.1 Materia prima actual del producto. Para la realización del producto es necesario la utilización de harina, huevo, azúcar, coco, arequipe; estos productos poseen gran volumen de producción y comercialización en gran parte del país, pero debido a condiciones climáticas posee variación en el precio de las materias primas, es de beneficio que las materias primas poseen un ciclo de vida corto pero aceptable en las medidas de su utilización.

2.1.1.2 Competencia directa. La competencia directa de la alta repostería será dirigida netamente en Bogotá donde las universidades serán objeto de este estudio, siendo Alfajor Del cerro la empresa la cual sería competencia directa, su competencia será por frescura, calidad y precio.

2.1.1.3 Competencia indirecta. La competencia indirecta de la alta repostería incurre en productos sustitutos como, productos de panadería como pasteles; galletas, tortas entre otros.

2.1.2 Variables macroeconómicas. Se analizará los elementos más importantes para la fabricación del producto alfajor.

2.1.2.1 PIB. Durante el año 2017 (enero –diciembre) el PIB creció 1,8% respecto al mismo periodo del año 2016. Las actividades con mayor crecimiento fueron: agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y actividades de servicios sociales, comunales y personales. Por su parte, las actividades que registraron las mayores caídas fueron explotación de minas y canteras e industria manufacturera. En el cuarto trimestre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016, el Producto Interno Bruto creció 1,6%, explicado principalmente por el

comportamiento de las siguientes ramas de actividad: actividades de servicios sociales, comunales y personales; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y suministro de electricidad, gas y agua. Por su parte, las actividades que registraron caída fueron industria manufacturera; y transporte, almacenamiento y telecomunicaciones.¹⁸

2.1.2.2 Análisis de datos desagregados por ramas de actividad económica.

Durante el año 2017 (enero – diciembre), el valor agregado de la rama Industria manufacturera disminuyó en 1,0% comparado con el año 2016. Este comportamiento es explicado principalmente por la caída de: fabricación de productos metalúrgicos básicos (excepto maquinaria y equipo) en 10,4%; fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir en 8,3% y fabricación de otros productos minerales no metálicos en 3,9%. Las variaciones positivas más representativas fueron; fabricación de productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear en 4,9%; fabricación de sustancias y productos químicos en 1,4%; y fabricación de papel, cartón y productos de papel y cartón en 4,1%. En el cuarto trimestre de 2017, el valor agregado de la rama Industria manufacturera disminuyó 1,4% respecto al mismo periodo del año 2016. Las actividades que presentaron las variaciones negativas más representativas fueron: fabricación de productos metalúrgicos básicos (excepto maquinaria y equipo) en 10,0%; fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y prendas de vestir en 5,9% y fabricación de otros productos minerales no metálicos en 3,4%. Por otro lado, se destacan las variaciones positivas de las siguientes actividades: ingenios, refinerías de azúcar y trapiches en 9,5%; fabricación de productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear en 7,8% y la fabricación de sustancias y productos químicos 2,4%. En relación con el trimestre inmediatamente anterior, el valor agregado de la rama no presentó variación. Las variaciones positivas más representativas fueron: ingenios, refinerías de azúcar y trapiches en 6,7%; la fabricación de sustancias y productos químicos en 2,5%; y fabricación de productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear en 2,4%. Las actividades industriales con las variaciones negativas más representativas fueron: la elaboración de productos de café en 10,2%, las actividades de edición e impresión en 7,6% y la elaboración de bebidas en 2,1%.¹⁹

¹⁸ Boletín técnico PIB. [En línea] Disponible en:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta_demanda.pdf.
Consultado el: 26 de febrero de 2018

¹⁹ Boletín técnico PIB. [En línea] Disponible en:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta_demanda.pdf.
Consultado el: 26 de febrero de 2018

Tabla 3. Industria manufacturera.

Ramas de actividad	Variación porcentual año 2017		
	Anual	Trimestral	Año Total
Producción y transformación y conservación de carne y pescado	4,7	0,3	1,8
Elaboración de aceites, grasas animales y vegetales, cacao, chocolate	-1,6	-1,0	3,6
Elaboración productos lácteos	-1,5	0,0	-0,6
Elaboración de productos de molinería, de almidones, alimentos preparados para animales, productos de panadería, macarrones, fideos	-3,3	-1,8	2,3
Elaboración productos de café	-9,6	-10,2	-0,5
Ingenios, refinerías azúcar y trapiches	9,5	6,7	0,6
Elaboración de bebidas	-1,3	-2,1	-4,0
Preparación e hilaturas	-8,4	-1,4	-7,4
Productos textiles	-7,7	1,4	-6,8
Fabricación de papel, cartón	1,8	-0,4	4,1
Fabricación sustancias químicas	2,4	2,5	1,4
Fabricación equipo de transporte	-6,0	0,3	-8,7
Industrias manufactureras	-1,4	0,0	-1,0

Fuente: DANE Boletín técnico PIB <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>

En la producción manufacturera se reflejan los datos por parte del DANE la producción de lácteos la cual es importante observar la producción anual junto con la producción de productos de panadería donde anualmente es de 2.3 el resultado es importante, para la obtención del producto el cual es objeto de estudio.

2.1.2.3 Índice de precio al consumidor (IPC). En enero de 2018 la variación mensual del IPC fue 0,63%, menor en 0,39 puntos porcentuales respecto a la registrada en el mismo periodo del año anterior, en enero de 2018 la variación mensual del grupo Alimentos fue 1,20%, inferior en 0,42 puntos porcentuales respecto al mismo mes de 2017, cuando fue 1,62%, Entre febrero de 2017 y enero de 2018 el grupo Alimentos presentó la menor variación con 1,49%, es decir, 4,48

puntos porcentuales menos que la registrada en el mismo periodo de 2017, cuando fue 5,97%.²⁰

La mayor variación mensual del IPC en enero de 2018 se registró en el grupo Alimentos (1,20%); en enero de 2017 la variación mensual fue 1,62%. A nivel de gasto básico para Alimentos las mayores variaciones negativas fueron panela (-1,01%), otras hortalizas y legumbres secas (-0,82%) y arroz (-0,59%). Las mayores variaciones positivas se registraron en tomate (21,77%), naranjas (11,40%) y zanahoria (11,21%).²¹

Tabla 4. Clasificación IPC.

Clasificación IPC	Mensual		Doce meses	
	2017	2018	2017	2018
IPC sin alimentos	0,77	0,39	5,26	4,61
IPC de transables	0,76	0,14	5,37	3,16
IPC no transables	0,52	0,41	4,83	5,37
IPC de regulados	1,28	0,72	5,93	5,27
IPC total	1,02	0,63	5,47	3,68

Fuente: DANE Boletín técnico IPC <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>

2.2 BARRERAS DE ENTRADA

Se observarán las condiciones que impiden la entrada de un producto al mercado, a partir de estas condiciones se generan estrategias competitivas que generen desarrollo y crecimiento en la industria.

2.2.1 Barreras económicas. Son las características económicas para la apertura de la organización, teniendo en cuenta las condiciones económicas del país.

Capital para la constitución de la empresa. Actualmente se cuenta con el capital necesario para la constitución legal de la empresa, en la obtención de la

²⁰ Boletín técnico IPC. [En línea] Disponible en:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp_ipc_ene18.pdf. Consultado el: 26 de febrero de 2018

²¹ Boletín técnico IPC. [En línea] Disponible en:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp_ipc_ene18.pdf. Consultado el: 26 de febrero de 2018

materia prima la producción de lácteos en los meses de julio, agosto y octubre es baja por las condiciones climáticas esto genera un alza notable en el producto teniendo en cuenta que la mayoría de los productos que constituyen el producto provienen de los lácteos.

2.2.2 Barreras sociales. Con el alfajor artesanal que se va a elaborar para el consumo existen barreras sociales como la inseguridad vial y peatonal pues se expone el producto y el distribuidor a peligros causados por seres humanos o por imperfecciones viales, de igual forma al tener conocimiento de la fragilidad del producto las condiciones viales que ofrece la sociedad no otorgan una tranquilidad en las condiciones finales de entrega del producto.

2.2.3 Barreras ambientales. El alto consumo de energía, pues las herramientas utilizadas en el proceso de producción demandan energía, gas, agua; con manejos de estos recursos no adecuados genera un impacto negativo en el medio ambiente, de acuerdo a la Constitución Política de Colombia a gozar de un ambiente sano y un bienestar general y mejoramiento de la calidad de vida, de acuerdo a la reglamentación ambiental se genera manejo de cuadros estratégicos autorizados por el gobierno para emplearlos y de esta forma mitigar impactos ambientales producidos por la empresa.

2.2.4 Barreras legales. No cumplir con los requisitos básicos para la apertura y manejo continuo de la empresa, pues el estado colombiano exige ciertos documentos para la creación y desarrollo apropiado de una empresa colombiana, además de las obligaciones salariales que exige el estado para los colaboradores.

2.2.5 Barreras políticas. Los organismos de control y de emprendimiento en Colombia a nivel empresarial, dependiendo de la industria o actividad que se vaya a desarrollar, delega más beneficios a ciertas actividades, para las pequeñas empresas existen muy pocos beneficios para un buen desarrollo de la organización.

2.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Para establecer el mercado que se va a desarrollar, es necesaria la delimitación del sector ya que por medio de esto se obtendrá un mejor conocimiento de los consumidores, fidelización y definición del mercado.

Se hará una segmentación industrial donde se reflejará la necesidad, tendencia y perfil del mercado.

2.3.1 Segmentación geográfica. La ubicación del mercado geográficamente se caracteriza como país Colombia demanda potencial y ciudad Bogotá como mercado principal. País. Colombia área 1.141.748 kilómetros cuadrados y una población de 49.660.292 de habitantes en el año 2018 (DANE); Ciudad Bogotá área 1.587

kilómetros cuadrados y una población de 8.000.000 de habitantes en el año 2017 (DANE), se subdivide en 20 localidades, estas se agrupan más de 5000 barrios.

Al observar las localidades y el enfoque de la creación de la empresa se toma como base la necesidad de la empresa y a donde va dirigido el producto en este caso la mayoría son jóvenes y con poder adquisitivo, teniendo en cuenta las necesidades del proyecto se escogerá la localidad donde se reúnan estas características nombradas anteriormente.

Tabla 5. Distribución localidades Bogotá.

Localidad	Población	N° Universidades
Usaquén	508.180	10
Chapinero	140.894	29
Santa Fe	110.085	20
San Cristóbal	403.382	1
Usme	472.760	1
Tunjuelito	198.804	3
Bosa	695.583	1
Kennedy	1.105.167	1
Fontibón	406.701	1
Engativá	897.156	6
Suba	1.254.898	10
Barrios Unidos	245.978	10
Teusaquillo	154.400	19
Los Mártires	99.355	1
Antonio Nariño	109.376	2
Puente Aranda	258.353	2
La Candelaria	24.063	13
Rafael Uribe Uribe	373.367	1
Ciudad Bolívar	723.728	1
Sumapaz	6.599	1

De acuerdo con las localidades nombradas anteriormente se da mayor interés a la localidad que posea universidades donde los estudiantes posean poder adquisitivo, conocimiento de producto, donde se agrupe ciertas cafeterías de instituciones universitarias que puedan dar una respuesta positiva frente al producto y por ende que apoyen el emprendimiento de los jóvenes profesionales.

De acuerdo con las universidades que se reflejan en las localidades de Bogotá se tiene interés por la localidad de candelaria, ya que se tiene conocimiento del movimiento de las personas y que la carrera profesional se ha desarrollado en esta localidad el propósito de la empresa para el desarrollo y producción del producto, se tendrá en cuenta el estrato socio económico que predomina en ciertas universidades, conocimiento del producto y poder adquisitivo, se observan ciertas

cafeterías de las instituciones académicas donde se puede desarrollar el proyecto, donde se han registrado en la localidad de la candelaria ciertas universidades que por medio de las cafeterías pueden generar un desarrollo positivo al proyecto.

Cuadro 6. Universidades Localidad Candelaria.

Universidad	N° Estudiantes
Universidad Libre de Colombia	9.000
Fundación Universidad de América	3.500
Universidad Externado de Colombia	12.523
Universidad del Rosario	8.402
Universidad la Gran Colombia	4.000
Universidad de la Salle	14.000
Universidad Jorge Tadeo Lozano	9.572
Universidad Autónoma de Colombia	7.000
Universidad de los Andes	14.693

Teniendo en cuenta que la segmentación se desarrollará por conveniencia se observan las universidades que posee la localidad que es atractiva al estudio de factibilidad de acuerdo con los conocimientos y preferencias del estudio.

Las universidades que fueron atractivas para el proyecto son Universidad El Rosario 8.402 estudiantes, Universidad de Los Andes 14.693 estudiantes, Universidad Externado de Colombia 12.523 estudiantes, Universidad Jorge Tadeo Lozano 9.572 estudiantes, las universidades escogidas pertenecen a la localidad de candelaria y son aptas para el estudio de mercados ya que existe la probabilidad de apoyo por parte de las cafeterías para el desarrollo de mercado del alfajor artesanal, una característica importante es que posee todos los estratos socioeconómicos sin embargo cabe resaltar que en la universidades nombradas predominan estratos 3, 4, 5, 6, y tienen mayor probabilidad de poder adquisitivo para obtener el producto.

2.3.2 Segmentación demográfica. Son las variables específicas las cuales son determinantes en la compra del producto.

El producto va dirigido a las cafeterías de las universidades nombradas anteriormente ubicadas en Bogotá, la edad para la distribución del producto es apto para cualquier edad teniendo en cuenta el objeto de estudio las cuales son las universidades, de acuerdo con el estrato social en estas universidades se encuentran personas de estrato social 3 a 6, donde les será fácil adquirir el producto.

2.3.3 Cuadro resumen segmentación. De acuerdo con la investigación realizada anteriormente se realiza un resumen de los datos seleccionados para el desarrollo de investigación de mercados, de acuerdo con el enfoque realizado a esta investigación resulta positivo para el desarrollo del proyecto.

Para la creación de la empresa es importante tener el conocimiento y decisión de donde se quiere desarrollar el producto y que además esa selección sea oportuna para el desarrollo, de esta forma se logra desarrollar hasta instancias finales el proyecto.

Cuadro 7. Resumen segmentación.

Segmentación	Localidad La Candelaria
Edad	Adolescente- Adulto
Sexo	Femenino y Masculino
Población general	45.190
Universidades seleccionadas	4
Estrato Social	3 a 6
Cafeterías seleccionadas	4

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados es una herramienta donde se hace el uso de información recopilada en cuanto mercado general y la empresa.

2.4.1 Tipo de investigación de mercados. Se desarrollará en las cafeterías de las universidades nombradas en la localidad de candelaria y así establecer el plan de mercadeo apropiado, permitiendo identificar variables que sirvan para la toma de decisiones.

2.4.2 Plan de muestreo. Se realizará por conveniencia, se dividirá la población y serán seleccionadas ciertas cafeterías aptas para el producto, de esta forma se ahorrará tiempo y se obtendrá resultados más específicos.

2.4.3 Población. La población actual son las cafeterías de las cuatro universidades nombradas anteriormente; Universidad del Rosario, Universidad de Los Andes, universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad Externado de Colombia.

2.4.4 Muestra. Se obtendrá el tamaño de muestra, a las cuales se les aplicará la encuesta para determinar las preferencias y la aceptación de los posibles clientes, teniendo en cuenta que el producto se distribuirá en las cafeterías de las universidades escogidas anteriormente, es importante resaltar que en algunas de estas universidades apoyan el emprendimiento universitario profesional lo cual es positivo para abarcar algún porcentaje arrojado en el mercado.

2.4.5 Encuesta. En el Anexo A. se mostrará el formato correspondiente a la encuesta realizada a la población estudio, teniendo en cuenta gustos, preferencias e intereses de los clientes.

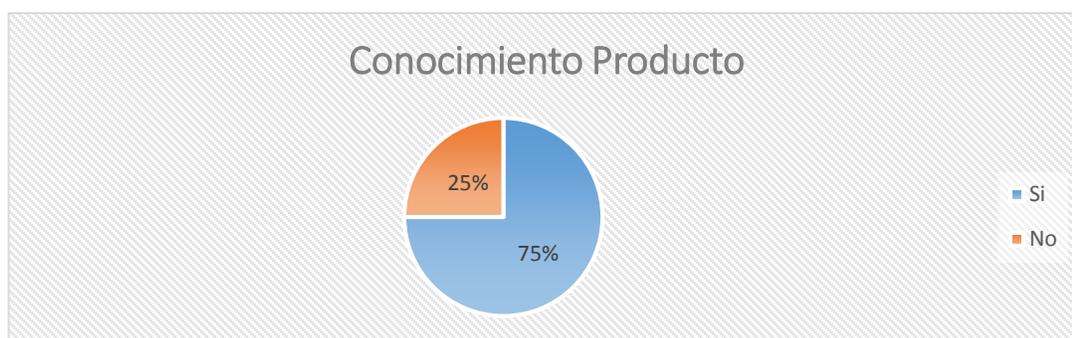
- **Pregunta 1.** ¿Conoce el auténtico Alfajor Artesanal en la ciudad de Bogotá?

Tabla 6. Conocimiento Alfajor Artesanal.

Opción de respuesta	Respuesta	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
Total	4	100%

Actualmente este producto no es reconocido cotidianamente, muy pocas personas en general conocen el producto, sin embargo, es positiva la respuesta ya que a las cafeterías de las universidades que se dirigió la encuesta y el proyecto en su mayoría conoce el producto y las características verdaderas de este.

Gráfico 2. Conocimiento Alfajor Artesanal Bogotá.



- **Pregunta 2.** ¿Cómo califica la creación de una empresa productora y distribuidora de Alfajor Artesanal para las cafeterías universitarias?

Tabla 7. Interés creación empresa y distribución.

Opción de respuesta	Respuesta	Porcentaje
Muy interesante	4	100%
Nada interesante	0	0%
Total	4	100%

Para las universidades encuestadas es de gran importancia el emprender en este tipo de productos que aún no se han dado a conocer totalmente al mercado, es una oportunidad para abarcar inicialmente cierto mercado para darse a conocer y de esta forma abarcar nuevos mercados.

Gráfico 3. Nivel interés creación empresa Alfajor Artesanal Bogotá.



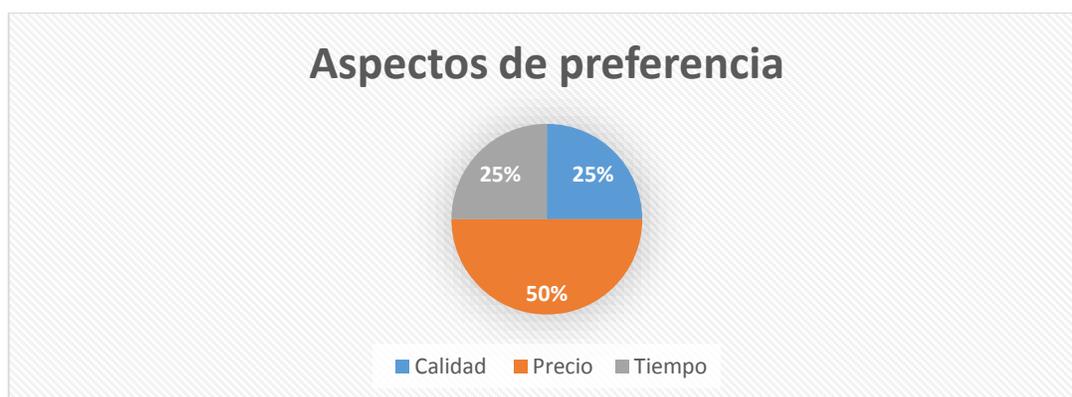
- **Pregunta 3.** ¿Cuáles son los aspectos más importantes para elegir un producto como el alfajor artesanal?

Tabla 8. Aspectos de preferencia.

Opción de respuesta	Respuesta	Porcentaje
Calidad	1	25%
Precio	2	50%
Tiempo	1	25%
Total	4	100%

Con la pregunta realizada se conoce que el cliente siempre va a desear un producto con un precio asequible y que cumpla con todas las características que satisfagan sus necesidades, sin embargo, como productores de este producto se hacen importantes todos los parámetros básicos establecidos.

Gráfico 4. Aspectos de preferencia Alfajor Artesanal Bogotá.



- **Pregunta 4.** ¿Se consumen productos de alta repostería en esta institución?

Tabla 9. Consumo productos alta repostería.

Opción de respuesta	Respuesta	Porcentaje
Si	2	50%
No	2	50%
Total	4	100%

Existe oportunidad para la distribución en las universidades donde no existe consumo de productos de alta repostería, también es una oportunidad de competencia donde se puede dar a conocer el producto por su calidad y precio.

Gráfico 5. Consumo productos alta repostería.

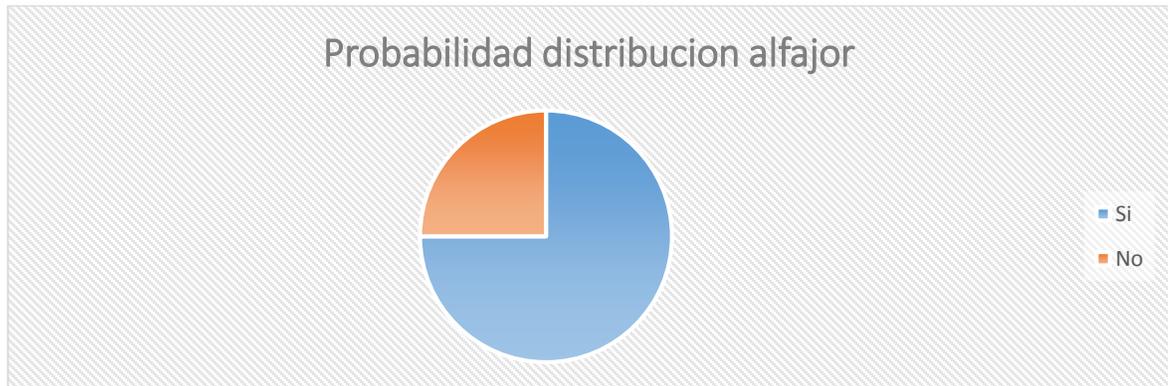


- **Pregunta 5.** ¿Compraría Alfajor Artesanal para distribuirlo en la cafetería de la institución?

Tabla 10. Posibilidad distribución alfajor artesanal.

Opción respuesta	Respuesta	Porcentaje
Si	3	75%
No	1	25%
Total	4	100%

Gráfico 6. Probabilidad distribución Alfajor Artesanal Bogotá.



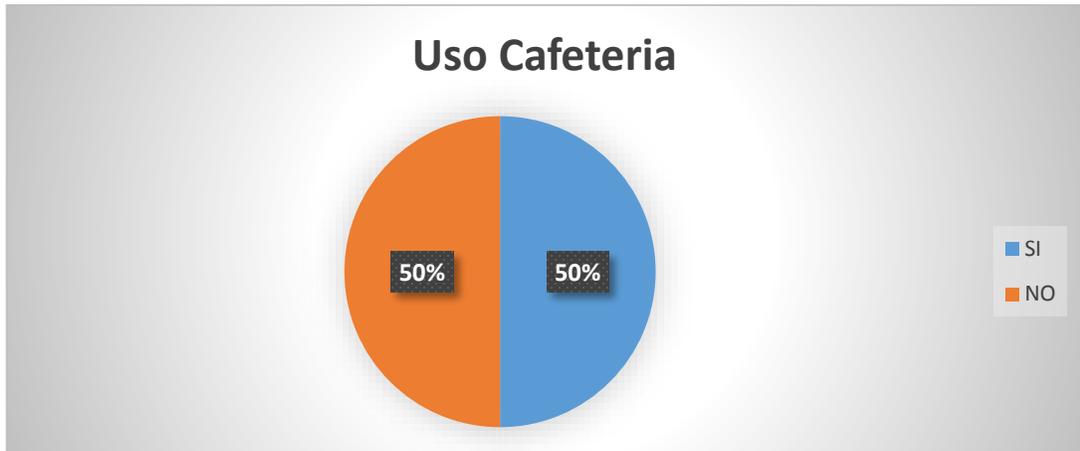
2.4.6 Análisis e interpretación de resultados. La encuesta fue realizada en las cuatro cafeterías de las instituciones universitarias, la encuesta se dirigió específicamente a las cafeterías de las universidades, gran porcentaje del encuestado arroja la respuesta positiva para la distribución de los alfajores en estas instituciones, lo cual es algo positivo y competitivo para entrar a las universidades, de acuerdo con los resultados se escoge la Universidad Jorge Tadeo Lozano ya que esta institución apoya el emprendimiento de los jóvenes profesionales, siguiente a esto se dirigirá una encuesta más específica a la cafetería de la universidad Jorge Tadeo Lozano para establecer el porcentaje de participación para distribuir alfajor artesanal.

2.4.7 Encuesta Cafetería Jorge Tadeo Lozano. En el Anexo B. Se mostrará el formato correspondiente teniendo en cuenta los aspectos de la cafetería a los consumidores.

- **Pregunta 1.** ¿Cuál es el porcentaje de estudiantes que usa el servicio de cafetería en la Universidad Jorge Tadeo Lozano?

Según la respuesta de la cafetería dice que el 50% de los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano usan normalmente la cafetería.

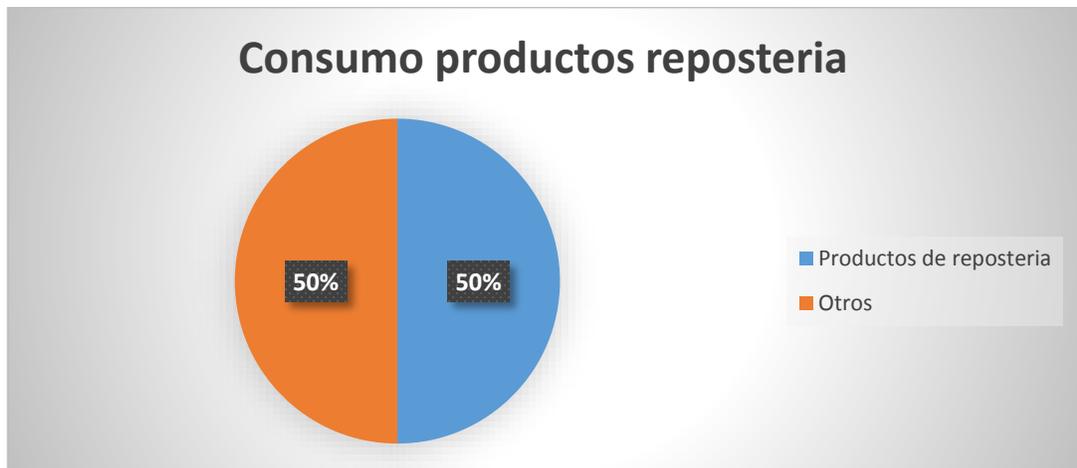
Gráfico 7. Porcentaje estudiantes uso servicio cafetería.



- **Pregunta 2.** ¿Qué porcentaje de estudiantes consume productos de repostería?

Aproximadamente existe un consumo de 50% en productos de repostería donde se encuentran pasteles, galletas, panes etc.

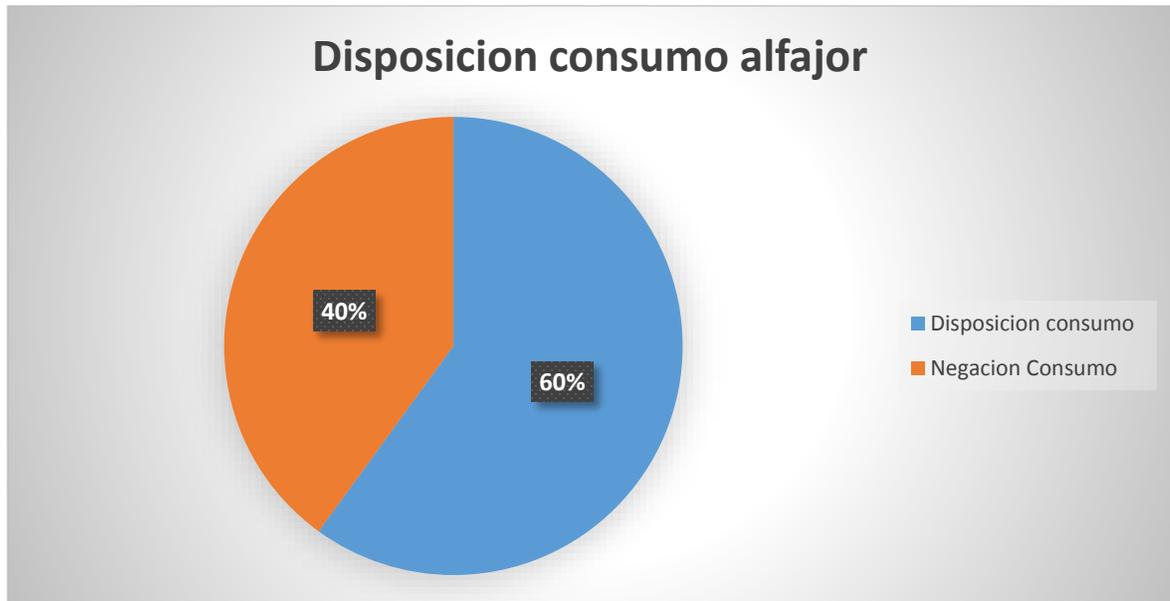
Gráfico 8. Consumo de productos de repostería.



- **Pregunta 3.** ¿Qué porcentaje cree usted que está dispuesto a consumir alfajor artesanal?

Se da como respuesta que el producto por sus óptimas condiciones integralmente el 60% estaría dispuesto a consumir el producto.

Gráfico 9. Disposición de consumo alfajor artesanal.



2.4.8 Análisis e interpretación de resultados. De acuerdo con las preguntas realizadas anteriormente se observa que gran porcentaje de activos en la Universidad Jorge Tadeo Lozano hacen uso de la cafetería el cual es el 50%, consumen productos de repostería y están dispuestos a consumir el producto el cual es el alfajor artesanal.

Teniendo en cuenta que las jornadas laborales y estudiantiles de las universidades y en especial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano donde se obtuvo la población para obtener la demanda se evidencia que solo trabajan de forma continua 8 meses de los 12 meses del año, para obtener la demanda anual y sin perder la línea educativa se presentó un plan de distribución de la demanda obtenida con la Universidad Jorge Tadeo lozano alterna a una institución educativa de primaria y secundaria calendario B de forma que se obtenga la demanda anual total, los 4 meses que no generan la misma afluencia de demandantes se distribuya equitativamente en las dos instituciones, teniendo en cuenta que solo se distribuirá estos 4 meses en la institución educativa primaria secundaria, se presenta la encuesta en el Anexo C .

Con el fin de mantener la producción y no perder la demanda obtenida mensual ni anualmente.

2.5 DEMANDA

Se basa en los resultados que se obtienen y donde se evidencian las tendencias que tienen los consumidores.

2.5.1 Pronóstico de la demanda. Teniendo en cuenta la información que se obtuvo de las encuestas a las cafeterías en las Universidades nombradas anteriormente y que finalmente se dio a escoger la Universidad Jorge Tadeo Lozano por apoyo a emprendedores jóvenes profesionales, donde se realizó una segunda encuesta para poder identificar aproximadamente el porcentaje que se desea para la participación con el producto de alfajor artesanal.

Teniendo en cuenta que son 9.572 estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y que por respuesta de la cafetería de esta universidad aproximadamente el 50% de los estudiantes usan el servicio de cafetería y de igual forma consumen productos de repostería acompañado de otros productos líquidos que se ofrecen, como emprendedores se quiere llegar a un porcentaje de esa población donde se escogerá participar con el 5% dando a conocer el producto alfajor artesanal.

Se tiene en cuenta que de acuerdo con datos históricos de la Universidad Jorge Tadeo Lozano se incrementa por periodo académico es decir por semestre aumento en promedio 1.163 estudiantes de pregrado.

2.5.2 Demanda real. Con el fin de establecer la demanda real de la empresa se aplicará el porcentaje nombrado anteriormente teniendo en cuenta la información.

Tabla 11. Demanda real.

Año	Población	Porcentaje 50% uso de cafetería	Porcentaje 50% consumo productos repostería	Porcentaje 60% dispuesto a consumir	Porcentaje 5% aspiración con producto día	Demanda mes
2018	9.572	4.786	2.393	1.436	72	1.728
2019	10.735	5.367	2.683	1,610	81	1.944
2020	11.898	5.949	2.975	1.785	89	2.136
2021	13.061	6.530	3.265	1.959	98	2.352
2022	14.224	7.112	3.556	2.133	106	2.544

Teniendo en cuenta la información que se obtuvo es atractiva la participación en la cafetería con el 5 % para los clientes que se presenten en la cafetería de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

2.6 OFERTA

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio.²²

En el estudio de factibilidad se debe definir las cantidades que son necesarias para los alfajores artesanales, para satisfacer la demanda de los consumidores que en este caso serán en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, se tiene en cuenta que, de acuerdo con las características planteadas anteriormente, los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano se encuentran en estrato social 3, 4,5 y 6.

Para la proyección de la oferta se tendrá en cuenta la producción de galletas anualmente en Colombia y se deducirá la participación por parte de la empresa productora de alfajor artesanal.

Tabla 12. Producción galletas Colombia.

Periodo	Año	Producción
1	2013	1.142.000.000
2	2014	1.248.000.000
3	2015	1.567.000.000
4	2016	1.738.000.000
5	2017	1.768.000.000

Fuente: Producción anual galletas Colombia. DANE/NUTRESSA Disponible en: <https://www.gruponutresa.com/grupo-de-alimentos/galletas/>

Tabla 13. Pronóstico de la oferta producción galletas.

Periodo	Año	Producción
1	2018	1.808.000.000
2	2019	1.838.000.000
3	2020	1.918.000.000
4	2021	1.938.000.000
5	2022	1.978.000.000

Fuente: Producción anual galletas Colombia. DANE/NUTRESSA Disponible en: <https://www.gruponutresa.com/grupo-de-alimentos/galletas/>

De acuerdo con la información obtenida se tiene en cuenta el pronóstico de demanda para el año 2022 de alfajores artesanales, tomando como base el periodo estudiantil trabajo el cual es aproximado de 9 meses será de 22.896 alfajores

²² Análisis Oferta. Tipos oferta. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20oferta.htm>. Consultado el 5 de marzo de 2018

artesanales, lo cual permite concluir que se participará con un porcentaje mínimo de 0.00120% frente a la producción evaluada anteriormente.

2.7 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia directa de la alta repostería será dirigida netamente en Bogotá, siendo Alfajor Del cerro la empresa la cual sería competencia directa, por su competencia será por frescura, calidad y precio.

La competencia indirecta de la alta repostería incurre en productos sustitutos como, productos de panadería como pasteles, galletas, tortas entre otros.

Se considera competencia indirecta galleta Dannes y Cookies Col las cuales ofrecen productos de alta repostería, se caracteriza por tener precios bajos y productos de mediana calidad que de alguna forma satisface positivamente al cliente las dos empresas implementan técnicas parecidas ya que la repostería posee una técnica para la producción de galletas y alfajores.

Estas empresas que se hacen presente en las universidades escogidas son la competencia directa en productos de alta repostería más no directamente con el alfajor artesanal.

2.8 MARKETING MIX

El Marketing mix es un conjunto de elementos claves con las que una empresa o producto lograrán influenciar en la decisión de compra del cliente, mediante la satisfacción de sus necesidades, es por eso por lo que analiza constantemente el comportamiento de los mercados y de los consumidores. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. Estas variables se conocen actualmente como las 4 P's.²³

2.8.1 Producto. La empresa de alfajor artesanal produce alfajores con un valor agregado para los clientes, ofreciendo una experiencia al consumir este producto, llevando las técnicas tradicionales en cuanto a receta y producción de este, siendo innovador para el mercado otorgando beneficios saludables, el producto puede desenvolverse en cualquier ámbito como eventos de todo tipo hasta actividades familiares.

Busca entregar un producto y servicio que le brinde al cliente una experiencia en el consumo de algo tan común como una galleta la cual posee 70 calorías y 15 gramos de peso generando una fusión de sabores y sensaciones agradables al paladar.

²³ Píxel creativo. Morentin Mis. Las 4 P del marketing. Disponible en: <http://pixelcreativo.blogspot.com.co/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>. Consultado el 5 de marzo de 2018

Imagen 1. Producto.



2.8.1.1 Marca. La empresa de alfajor artesanal llevara el nombre de “Alfajores Grhibat”. Está inspirado en sus orígenes árabes y su gran significado en la repostería en África, Marruecos y Arabia, con el fin de reflejar recetas auténticas, calidad, presentación, fidelización y recordación.

2.8.1.2 Logo. “Alfajores Grhibat” proyecta conexión con raíces del auténtico alfajor artesanal, donde se puede brindar confianza al cliente ofreciendo productos de calidad y buen servicio, los colores blanco y negro representan elegancia en el logo respectivo el cual diferencia de los demás logos usados cotidianamente.



2.8.1.3 Slogan. Se representa por una frase que identifica la marca.

“Alfajores 100% artesanales el mejor sabor y sensación”. Se da este slogan puesto que el alfajor ofrece una experiencia de sabores y sensaciones, es su característica principal al ser consumido.

2.8.1.4 Empaque. Se utilizarán cajas en donde se manejarán distintos tamaños según la necesidad. Este llevará el logo y mantendrá las características originales del producto, también existe el empaque individual el cual es de cartón alrededor y encima transparente y encima lleva la etiqueta correspondiente. En cada caja correspondiente de acuerdo con la cantidad de alfajores dispondrá su etiqueta con contenido de acuerdo con la norma, registro Invima, fecha de vencimiento de tal manera que sea un producto totalmente confiable para cualquier consumidor.

Imagen 2. Empaque.



2.8.2 Precio. Para fijar el precio se estudiará el costo de producción, el poder adquisitivo donde se venderá el producto, logrando así mayores ingresos del segmento del mercado el cual está dispuesto a pagar precios relativamente altos, sin embargo, esto se pondrá en consideración con los resultados financieros finales, se tendrá en cuenta que el precio será evaluado por su calidad y presentación para los clientes.

2.8.3 Plaza. Para la distribución del producto será directamente en la cafetería seleccionada en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, se dirige la distribución a la cafetería de la universidad y posterior a esto los colaboradores distribuirán el producto de acuerdo con sus condiciones.

2.8.4 Promoción. La estrategia de promoción será por medio marketing directo y marketing digital, se realizará publicidad y opción de compra por medio de comercio electrónico utilizando las redes sociales más visitadas Instagram, Facebook, las cuales son las más visitadas por los estudiantes, también de acuerdo con los puntos

de distribución se prestará para generar voz a voz en cuanto a la calidad del producto.

Imagen 3. Página Instagram.



Imagen 4. Página Facebook.



2.9 COSTOS ESTUDIO DE MERCADOS

La cotización respectiva a los recursos necesarios para la satisfacción de los deseos de la empresa, son manejados por un profesional con conocimiento en mercadeo y publicidad de la empresa y del producto por medio de estas redes sociales.

Tabla 14. Presupuesto Publicidad.

Concepto	Precio
Comercio electrónico (Cotización especialista)	1.000.000
Facebook	
Instagram	
Papelería (Cotización especialista)	700.000
Volantes	
Portafolio	
Tarjetas	
Total	1.700.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

Pretende definir y describir la localización del establecimiento, se describirá el producto a ofrecer y la forma en que se realizará, además de analizarán los posibles proveedores de materias primas.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Se identifican los principales factores que componen cada uno de los nuevos productos donde se mostraran las características de cada uno y los beneficios de los clientes actuales de la empresa para adquirirlos.

Alfajor artesanal está compuesto por elementos de origen natural, la mayoría se obtiene del sector de lácteos, el producto se vende en un empaje en material cartón el cual tiene un peso de 15 gr, se empaça en material cartón ya que soporta las condiciones atmosféricas del producto.

3.2 FICHA TÉCNICA

Identifica las propiedades y características de los productos, con el fin de dar a conocer los beneficios, cumpliendo con los requerimientos necesarios.

	FICHA TÉCNICA	CODIGO	FT-01
		VERSIÓN	1
		FECHA	Mar-29
NOMBRE DEL PRODUCTO	ALFAJOR ARTESANAL		
DESCRIPCIÓN FÍSICA	Producto elaborado por unión de productos lácteos y harina		
COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO	Masa (3 gr), arequipe (2 gr), coco (2gr), Mantequilla (3 gr), azúcar (2 gr), harina (3 gr). Por unidad.		
CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS	Apariencia: solida Color: beige Olor: Galleta Sabor: Dulce		
CARACTERÍSTICAS FÍSICO- QUIMICAS	SÓLIDO PH 8,45		
CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS	Mesofílicos aerobios <10 Coliformes <3 Hongos y levaduras <10		
MATERIAL DEL ENVASE	Cartón, tapa transparente redonda		
PRESENTACIÓN COMERCIAL	Empaque 15 gr		
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	Producto fresco, elaborado diariamente, distribuido a temperatura ambiente, el producto no debe mantener en lugar donde se acumule el calor. Después de abierto consumir inmediatamente.		
VIDA UTIL	Manteniendo las condiciones se puede obtener una durabilidad de 12 días.		
PORCIÓN RECOMENDADA	15 gr		
GRUPO POBLACIONAL	Producto apto para toda la población doméstico, comercial e industrial		
ELABORADO POR	Idina Calvachi		

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Se muestra la descripción detallada de las actividades requeridas para llevar a cabo el desarrollo del proceso productivo.

Descripción del proceso alfajor artesanal. Se muestran actividades a realizar en el proceso de producción. En el Diagrama 1. Se muestra el proceso general del alfajor artesanal.

Diagrama 1. Proceso Alfajor Artesanal.



3.3.1 Recepción de la materia prima. Se recibe y descarga la materia prima por parte del proveedor para la producción del alfajor artesanal.

3.3.2 Selección de la materia prima. Se clasifica la materia prima, donde permita identificar que están en óptimas condiciones para realizar el alfajor artesanal.

3.3.3 Separación de la materia prima. Se toman los pesos correspondientes de cada materia prima para la producción del alfajor artesanal.

3.3.4 Mezcla materias primas. Se integran las materias primas necesarias para obtener la masa.

3.3.5 Hornear masa. Ingresar al horno la mezcla realizada en donde se formará la galleta.

3.3.6 Control calidad masa. La textura de la masa, temperatura y dureza se revisan ya que la masa es la parte fundamental del alfajor artesanal.

3.3.7 Sacar masa del horno. Después del tiempo de cocción se retira la galleta.

3.3.8 Enfriar. Se dejan enfriar las galletas para poder adicionar las materias primas, de tal forma que no afecte su forma correspondiente.

3.3.9 Adición materia primas finales. Se agrega el arequipe y el coco correspondiente a cada alfajor, cumpliendo los estándares de calidad.

3.3.10 Empaque. El alfajor artesanal se empaca en cajas de cartón, posteriormente se cierra el empaque.

3.3.11 Etiqueta. Se registra la fecha de vencimiento y se ubica la etiqueta.

3.3.12 Transporte. Se distribuye en lotes dependiendo el uso.

3.3.13 Inspección de calidad producto terminado. Se verifica las condiciones y estándares de calidad del producto.

3.3.14 Carga producto terminado. Se transporta manualmente al vehículo y su distribución en las diferentes universidades.

3.4 MATERIA PRIMA

Se identificarán las materias primas a utilizar en el proceso de producción.

Cuadro 8. Materia prima.

Materia Prima	Descripción
Harina	Debe cumplir los estándares de calidad y madurez para entregar un producto de calidad.
Mantequilla	Debe estar en óptimas condiciones para obtener un producto de calidad.
Arequipe	Debe ser de tipo blando y con la marca establecida para su producción
Coco	Debe ser natural y poco procesado para evitar eliminar lo artesanal
Azúcar	Debe cumplir con los estándares básicos y debido uso para obtener producto final.

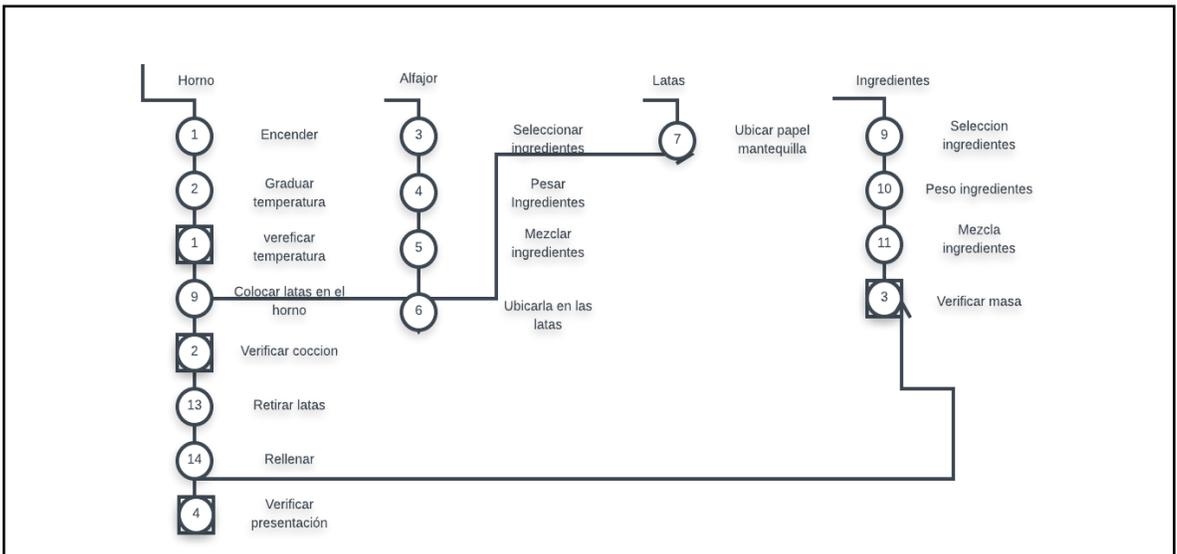
3.5 INGENIERÍA DE MÉTODOS

Muestra De forma general la productividad de la empresa, por medio de técnicas aplicadas en diagramas que dan una visión global del proceso de producción.

3.5.1 Diagrama de operaciones. Muestra distintas actividades que se realizan en el proceso de producción del producto, donde identifica el orden y caracterización entre operación e inspección.

Diagrama de operaciones alfajor artesanal. Se muestran los procesos desde la recepción de materia prima hasta la distribución del producto.

Diagrama 2. Operación Alfajor Artesanal.



3.5.2 Diagrama de procesos. Es una representación gráfica de las operaciones, inspecciones, transporte y almacenamiento que se presentan durante el proceso de producción, estos no contienen información en tiempos y distancias.

Simbología en el diagrama de procesos. Se deben tener en cuenta diferentes símbolos que clasifican las actividades en distintas categorías, se caracteriza por tener seis actividades.

- **Operación.** Indica que se está realizando una operación, transformación de materia prima física o química su símbolo es un círculo.
- **Transporte.** Indica que hay un movimiento de materiales que se desplazan de un área a otra su símbolo es una flecha.
- **Inspección.** Indica que se debe hacer un control de los procesos anteriores en calidad y cantidad su símbolo es un rectángulo.
- **Demora.** Es un tiempo no aprovechado al máximo.
- **Almacenamiento.** Es una acumulación de material o producto en algún área dentro del proceso de producción su símbolo es un triángulo.
- **Operación e inspección.** Indica cuando en una actividad se genera una inspección y operación su símbolo es un círculo dentro de un cuadrado.

Diagrama de procesos alfajor artesanal. En el Diagrama 3. Se muestran todas las actividades del proceso de producción de alfajor artesanal de acuerdo con la simbología descrita anteriormente.

Diagrama 3. Proceso Alfajor Artesanal.

		Operación	
		Empieza:	Fecha: 29/03/2018
		Bodega almacenamiento de M.P.	
		Termina:	
		Almacenamiento P.T.	
Act.	Símbolos	Descripción actividades	Tiempo (min)
1.		Recepción de materia prima	2.26
2.		Selección de materia prima	1.17
3.		Inspección de materia prima	0,76
4.		Separación de materia prima	0.97
5.		Transporte área de mezcla	0.34
6.		Mezcla de materia prima masa	11.94
7.		Inspección de calidad masa	0.67
8.		Transporte adición materias primas finales	0.23
		Secado	173.17
9.		Adición materias primas finales	192.42
10.		Inspección adición materias primas	5.67
11.		Colocar empaque	64.57
12.		Transporte etiqueta y embalaje	0.43
13.		Etiqueta y embalaje	29.55
14.		Inspección de producto terminado	6.17
15.		Transporte área almacenamiento	0.32
16.		Cargue del producto terminado	0.34

3.5.3 Diagrama de Hombre-Máquina. Es una representación gráfica de tiempos de producción de la máquina con respecto a las del operario, estos diagramas contienen información respecto a tiempos y distancia, los cuales están en el estudio de tiempos y distribución planta.

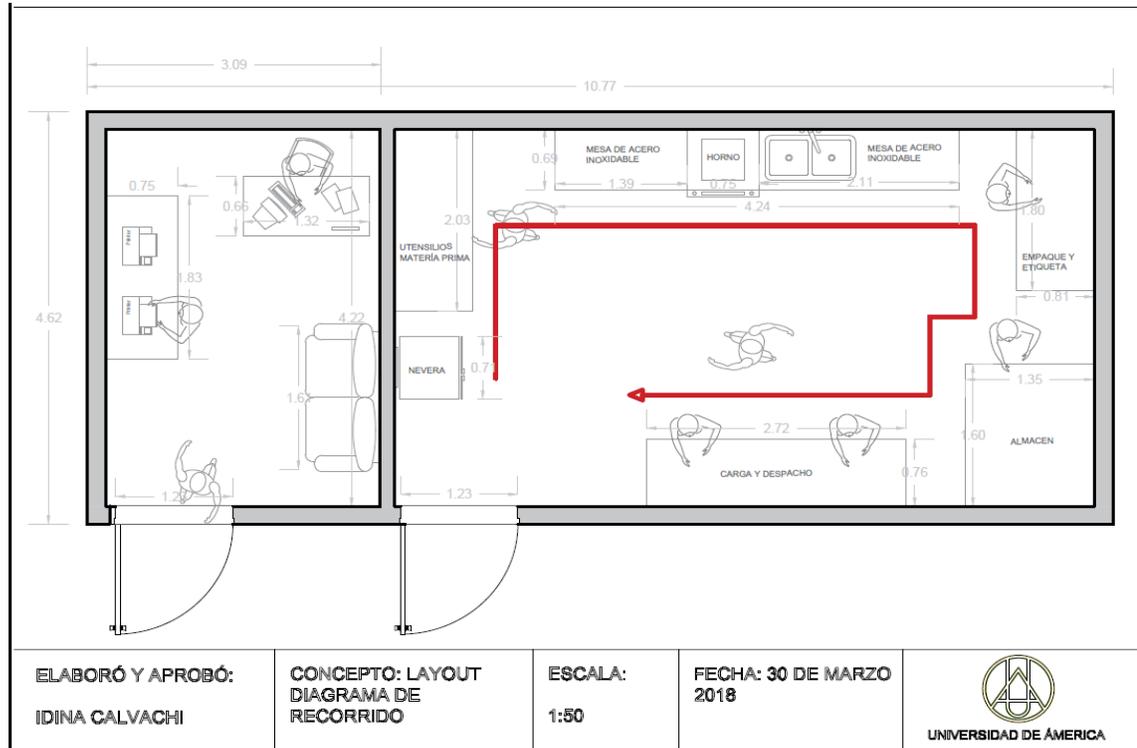
Diagrama de Hombre-Máquina alfajor artesanal. Debido a la producción de alfajor artesanal en este proceso no se desarrolla ninguna actividad con algún tipo de máquina para obtener el producto, ya que es de tipo artesanal.

3.5.4 Diagrama de recorrido. Es una representación gráfica que muestra la distribución de las áreas de producción, de acuerdo con las operaciones que se

establecen. La planta cuenta con dos operarios cada uno realizan el mismo proceso de producción.

Diagrama de recorrido alfajor artesanal. Se establecen las operaciones a lo largo de la planta y recorrido que interviene en la producción. Se muestra el recorrido del operario por cada estación de trabajo.

Plano 1. Diagrama recorrido Alfajor artesanal.



3.6 ESTUDIO DE TIEMPOS

El estudio de tiempos se realizará para establecer el tiempo necesario para llevar a cabo cada uno de los nuevos procesos y así llegar a un tiempo estándar.

Tabla 15. Tabla General Electric.

Tiempo	Numero de ciclos recomendado
0.10	200
0.25	400
0.50	50
0.75	40
1.00	30
2.00	20
2.00-5.00	15
5.00-10.00	10
10.00-20.00	8
20.00-40.00	5
40.00 en adelante	3

Fuente: Toma de ciclos General Electric.
<https://www.google.com.co/search?q=tabla+general+electric&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=IME5nGfBFYtqFM%253A%252>

3.6.1 Tiempo real (Tr). Es un periodo medido de una actividad del proceso realizada por el operario en las condiciones normales, en este caso se utilizará un cronometro digital.

3.6.2 Tiempo normal (Tn). Es el tiempo multiplicado por el factor de actuación del operario en cada operación, es más exacto donde se tienen en cuenta factores que se pueden presentar a lo largo de la operación.

3.6.3 Velocidad real (Vr). Es la velocidad del trabajador realizando la actividad en un tiempo establecido.

Para realizar el cálculo se tiene en cuenta que la velocidad real es de 90% y la velocidad normal 100%, para realizar el cálculo del tiempo normal se utiliza la siguiente ecuación.

Ecuación 1. Tiempo normal.

$$Tn = Tr * fa$$

Fuente: MOORI VIVAR, Gustavo. Medición del trabajo: Tiempo normal, Tiempo est.
 Consultado el 29 de marzo de 2018

Dónde:

tn = Tiempo normal

tr = Tiempo real

fa = Factor de actuación trabajador

El cálculo de tiempo estándar se utilizó la siguiente ecuación.

Ecuación 2. Tiempo estándar.

$$Te = Tn * (1 * suplemento)$$

Fuente: MOORI VIVAR, Gustavo. Medición del Trabajo: Tiempo estándar.
Consultado el 29 de marzo de 2018

Dónde:

Te = Tiempo estándar

Tn = Tiempo normal

Suplemento actividad

3.6.4 Suplemento de tiempo. Los suplementos que se tendrán en cuenta según la Organización Internacional de Trabajo (OIT) son las necesidades personales, fatiga, trabajo de pies, uso fuerza/energía muscular, monotonía y tedio.

Tabla 16. Suplementos por actividad.

Suplemento	% de suplemento
Necesidades personales	1
Fatiga	1
Trabajo de pie	1,4
Uso de fuerza/energía muscular	1,2
Monotonía	1,3
Tedio	1
Total	6,9

3.6.5 Hoja de toma de tiempos. Este permite visualizar y reportar cada uno de las actividades y tiempos que se deben realizar en el momento de producción.

3.6.6 Análisis del estudio de tiempos. Según el resultado de la toma de tiempos se establece un tiempo estándar de 489,990 minutos lo cual en horas son 8 horas para el desarrollo del alfajor artesanal; se tiene en cuenta que la operación que toma más tiempo es el secado de la galleta para la adición de las materias primas finales las cuales son arequipe y coco, sin embargo es indispensable el secado de las galletas ya que si se agiliza esta operación las galletas no cumplirán con los estándares mínimos de calidad para la distribución.

En el Anexo D se tiene el formato de tiempos en donde se ve reflejado el tiempo tomado para cada operación.

3.7 CAPACIDADES

Se realizará el cálculo de capacidades de la empresa, teniendo en cuenta el producto alfajor artesanal y mano de obra requerida.

3.7.1 Capacidad instalada. Identifica la capacidad máxima real de trabajo teniendo en cuenta las pérdidas de tiempo, teniendo en cuenta los recursos de la empresa.

Ecuación 3. Calculo de capacidad instalada.

$$CI = \sum_{i=1}^m ni * 365 \frac{\text{dias}}{\text{año}} * 24 \frac{\text{horas}}{\text{dia}} - \sum_{i=1}^m ni * gi$$

Fuente: CABA VILLALOBOS, Naim,
CHAMORRO ALTAHONA Oswaldo,
FONTALVO HERRERA, Tomas José.

Dónde:

i= Sitios de trabajo o unidades tecnológicas

n= Sitios de trabajo agrupados por tecnología i

ni= Cantidad de sitios de trabajo agrupados por tecnología i

gi= tiempo asignado al mantenimiento industrial de una máquina de tecnología i

Capacidad instalada para la producción de alfajor artesanal

$$CI = \sum_{i=1}^m 1 * 262 \frac{\text{dias}}{\text{año}} * 24 \frac{\text{horas}}{\text{dia}} - \sum_{i=1}^m 1 (15 \frac{\text{min}}{\text{dia}} * 262 \frac{\text{dias}}{\text{año}} * \frac{1 \text{ hora}}{60 \text{ min}})$$

$CI = 6222.5 \text{ horas / año}$

3.7.2 Capacidad necesaria. Determina la capacidad que se requiere para cumplir determinado proyecto, teniendo en cuenta los recursos que posee, determinando la capacidad necesaria en cada área.

Ecuación 4. Calculo capacidad necesaria.

$$Cn = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^p tp_{ij} * Dj$$

Fuente: CABA VILLALOBOS, Naim,
CHAMORRO ALTAHONA Oswaldo,
FONTALVO HERRERA, Tomas José.

Dónde:

tp_{ij}= Tiempo de fabricación del producto p en el proceso i y en el recurso j

D_j= Demanda recurso j

Para el cálculo de la capacidad necesaria se tendrá en cuenta la demanda anual pronosticada, que corresponde a 20.736 unidades al año.

$$Cn = 2 \frac{\text{minutos}}{\text{unidad}} * 20.736 \frac{\text{unidad}}{\text{año}} = 41.472 \frac{\text{minutos}}{\text{año}}$$

$$Cn = 41.472 \frac{\text{minutos}}{\text{unidad}} * \frac{1 \text{ hora}}{60 \text{ minutos}} = 691 \frac{\text{horas}}{\text{año}}$$

3.7.3 Capacidad disponible. Es la capacidad con la cual cuenta el espacio donde se va a desarrollar la empresa, se calcula con la fórmula de capacidad disponible.

Ecuación 5. Calculo capacidad disponible.

$$CD = dh * nt * ht * \sum_{i=1}^m ni - (G1 + G2 + G3 + G4)$$

Fuente: CABA VILLALOBOS, Naim,
CHAMORRO ALTAHONA
Oswaldo, FONTALVO HERRERA, Tomas José.

Dónde:

dh= Días que labora la empresa al año

nt= Numero de turnos al día

ht= Horas por turno

G1= Tiempo asignado al mantenimiento del sistema de producción

G2= Tiempo asignado al ausentismo (Vacaciones, incapacidades)

G3= Tiempo asignado al factor organizacional (Capacitaciones, ARL, fallas en el sistema de gestión)

G4= Tiempo asignado al factor de orden público (Paro, Colapso en vías)

Capacidad disponible

$$CD = 262 \frac{\text{días}}{\text{año}} * 1 \frac{\text{turno}}{\text{día}} * 9 \frac{\text{horas}}{\text{turno}} * \sum_{i=1}^m 1 - (60 \frac{\text{horas}}{\text{año}} + 130 \frac{\text{horas}}{\text{año}} + 30 \frac{\text{horas}}{\text{año}} + 25 \frac{\text{horas}}{\text{año}}) = 2.113 \frac{\text{horas}}{\text{año}}$$

3.7.4 Operarios. Para la operación solo es necesario un operario el cual realiza toda la producción establecida.

3.7.5 Maquinaria y equipo. Son los elementos necesarios para el proceso de producción de alfajor artesanal.

Tabla 17. Maquinaria y Equipo.

Mesa de acero inoxidable	Cantidad	Precio unitario
 <p>Descripción: es utilizada en la industria para mantener la conservación y propiedades dentro del proceso productivo.</p>	1	865.777
Horno de panadería	Cantidad	Precio unitario
 <p>Descripción: Permite realizar la parte más importante del proceso productivo.</p>	1	850.000
Nevera 150 Litros	Cantidad	Precio unitario
 <p>Descripción: Permite mantener las propiedades de las materias primas.</p>	1	555.900
Tolva dosificadora harina	Cantidad	Precio unitario
 <p>Descripción: Dosifica la cantidad necesaria de harina para la producción de alfajor artesanal.</p>	1	396.733

Tabla 18. Utensilios.

Miserable		Cantidad	Precio unitario
	Descripción: Utensilio para limpiar la base de mezcla.	2	14.000
Bol		Cantidad	Precio unitario
	Descripción: Utensilio para la mezcla de materias primas obteniendo masa.	2	45.000

Tabla 19. Equipo de comunicación y computo.

Elemento		Imagen	Cantidad	Precio
Teléfono	MOTO400 CA- Negro		1	86.950
Portátil	HP 14- bs008la		1	999.000
Impresora	Hp 2135		1	112.900
Escritorio			1	379.900
Silla			1	89.990

3.8 LOCALIZACIÓN

Consiste en elegir o adecuar el lugar mas apropiado para el desarrollo de la actividad Ghribat Alfajores, teniendo en cuenta todos los aspectos para cumplir con los objetivos establecidos, en este caso solo se utilizara el lugar para la fabricacion del producto, ya que este no sera vendido al consumidor final sino distribuido, unicamente debe cumplir con los aspectos para dearrollar correctamente la actividad.

3.8.1 Macro Localización. Alfajores Ghribat por las necesidades de suelo y cumplimiento de características de suelo, debe estar ubicado en Colombia en la ciudad de Bogota, ya que en la ciudad se desarrollará la actividad económica, de acuerdo al segmento escogido, se observará lugares cercanos para suplir la necesidad, ademas reducir costos en tiempo y movimientos de la actividad económica.

3.8.2 Micro Localización. La localizacion del establecimiento se desarrollará en Bogota, la actividad economica se destinará en el barrio siete de agosto por cercania al lugar de vivienda para cumplir con el objeto de estudio en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, se observara locales que cumplan las carcateristicas pertinentes.

Se observa en el barrio siete de agosto locales en donde puede ser ubicada la planta de producción.

Tabla 20. Locales Siete de Agosto.

Barrio	Imagen	Precio
Siete de agosto		800.000
Siete de Agosto		1.200.000

Tabla 19. Locales Siete de Agosto (Continuación).

Barrio	Imagen	Precio
Siete de Agosto		900.000

Con los locales observados anteriormente en el barrio Siete de Agosto se evidencia que se deben hacer reformas de acuerdo a la normativa para la actividad que se va a desarrollar, donde incurre apertura de gas, extension de tuberia de agua, adecuacion de pisos y ventilacion.

De los tres locales escogidos en el barrio Siete de Agosto uno cumple con las condiciones de calidad para desarrollar la actividad economica teniendo en cuenta la normatividad establecida, por consiguiente se selecciona el local el cual tiene un costo de 900.000 pesos Colombianos, el lugar se encuentra en la calle 63ª # 26-56, se consulta en la pagina de Plan de Ordenamiento Territorial (POT). En donde se puede desempeñar la actividad economica.

Imagen 5. Uso permitido para desarrollo de actividad.



USOS PERMITIDOS PARA LA DIRECCION CL 63 A 26 56

USOS PERMITIDOS						
SUB SECTOR USO: I						
Categoría: Principal						
Uso- Subuso	Uso Especifico	Descripción	Escala	CONDICIONES GENERALES	PARQUEADEROS	
				Condiciones	Privados	Visitantes
VIVIENDA - VIVIENDA	VIVIENDA UNIFAMILIAR Y BIFAMILIAR	VIVIENDA UNIFAMILIAR Y BIFAMILIAR	En zonas residenciales con comercio y servicios delimitados		1 x vivienda	1 x 5 viviendas
	VIVIENDA MULTIFAMILIAR	VIVIENDA MULTIFAMILIAR	En zonas residenciales con comercio y servicios delimitados		1 x vivienda	1 x 5 viviendas
Categoría: Complementario						
Uso- Subuso	Uso Especifico	Descripción	Escala	CONDICIONES GENERALES	PARQUEADEROS	
				Condiciones	Privados	Visitantes
COMERCIO - COMERCIO VECINAL B	TIENDAS DE BARRIO Y LOCALES CON AREA NO MAYOR DE 60 M2	ACTIVIDAD ECONOMICA LIMITADA EN COMERCIO: Artículos y comestibles de primera necesidad: frutas, verduras, confitería, helados, galletas, saluamateria, ranchos, siones, bebidas, droguerías.	Vecinal B	3. No se permite en predios con frente a la Malta Val Arrenal 4. Hasta 60 m2 de construcción con las siguientes opciones: a. En primer piso de edificaciones residenciales o de oficinas; b. En las edificaciones comerciales o centros cívicos delimitados en los actos que dieron origen a la urbanización.	No se exige	No se exige

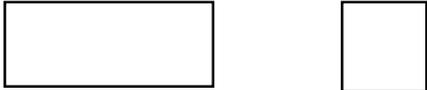
3.9 SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Es un programa donde se desarrollan ciertas pautas para lograr un desempeño adecuado por parte de los operarios y personas en la empresa, se plasmarán los equipos de protección personal, ergonomía, antropometría, generando las acciones adecuadas en la organización.

3.9.1 Señalización. Se realizará la señalización necesaria para un adecuado desarrollo de la organización cumpliendo la norma establecida, las señales se clasifican en diferentes formas y color, dando a conocer información.

Existen actualmente cuatro colores y significados, rojo se da a conocer por ser de emergencia o prohibición, azul se refiere a acción de mando, amarillo la cual significa precaución o riesgo y finalmente el color verde el cual indica seguridad.

Cuadro 9. Tipología de señales según la forma geométrica.

Forma geométrica	Significado
	Informativas
	Preventivas
	Prohibición, acción o parada de emergencia

Fuente: ICONTEC, NTC 1461. Higiene y seguridad.

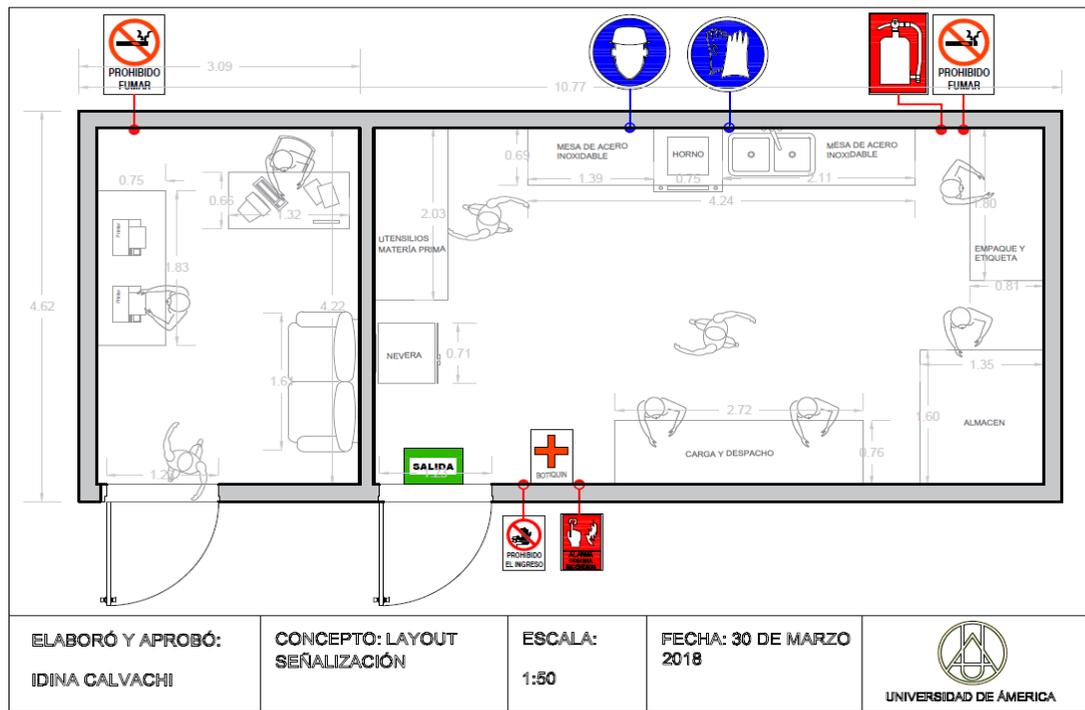
Teniendo en cuenta la señalización y sus tipos de acuerdo con los procesos que se desarrollaran, se requiere la implementación de las siguientes señales.

Cuadro 10. Señales que implementar en las instalaciones de la empresa.

Señal	Simbología
Prohibición	
Obligación / Acción de mando	
Informativas	
Precaución	
Seguridad y emergencias	

Fuente: ICONTEC, NTC 1461. Higiene y seguridad.

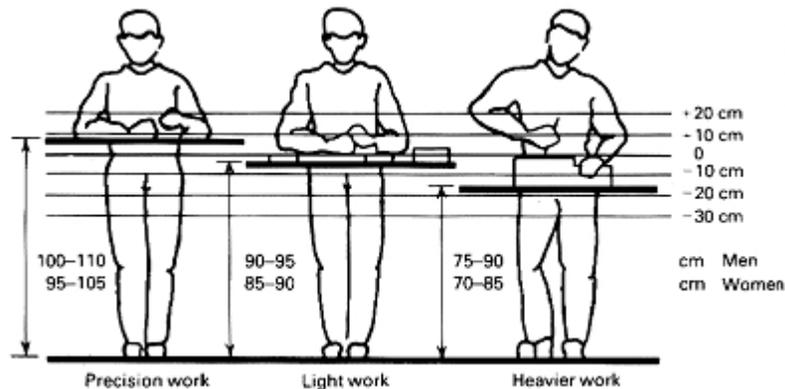
Plano 2. Señalización Ghribat alfajores.



3.9.2 Ergonomía. Se realiza con el objetivo de mantener y mejorar la salud de los trabajadores en Ghribat alfajores, teniendo en cuenta las condiciones en las que se encuentra el ambiente de trabajo relacionándolo con las herramientas de trabajo.

3.9.2.1 Trabajo de pie. La mayoría de las operaciones que se realizan en el proceso de producción son de pie, en la siguiente imagen se puede observar la posición correcta dependiendo el trabajo.

Imagen 6. Ergonomía trabajo de pie.

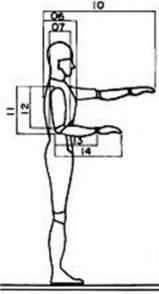
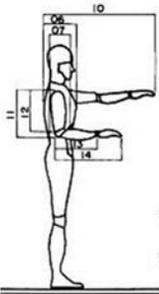
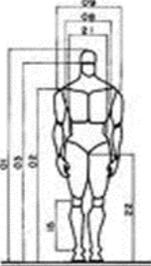


Fuente: Ergonomía y psicología laboral. Disponible en: <http://laergonomos.blogspot.com.co/2017.html>. Consultado: 29 de marzo 2018

3.9.2.2 Levantamiento de pesos. Se realiza en el momento de cargar y descargar las materias primas para el desarrollo del producto, se debe tener en cuenta que se debe usar la forma correcta de este levantamiento, para no exceder el peso para no alterar las condiciones físicas del operario.

3.9.2.3 Antropometría. Se realiza para la adecuación de los puestos de trabajo, se tiene en cuenta las medidas necesarias a nivel antropométrico establecidas para Ghribat alfajores.

Cuadro 11. Información antropométrica para el diseño de los puestos de trabajo.

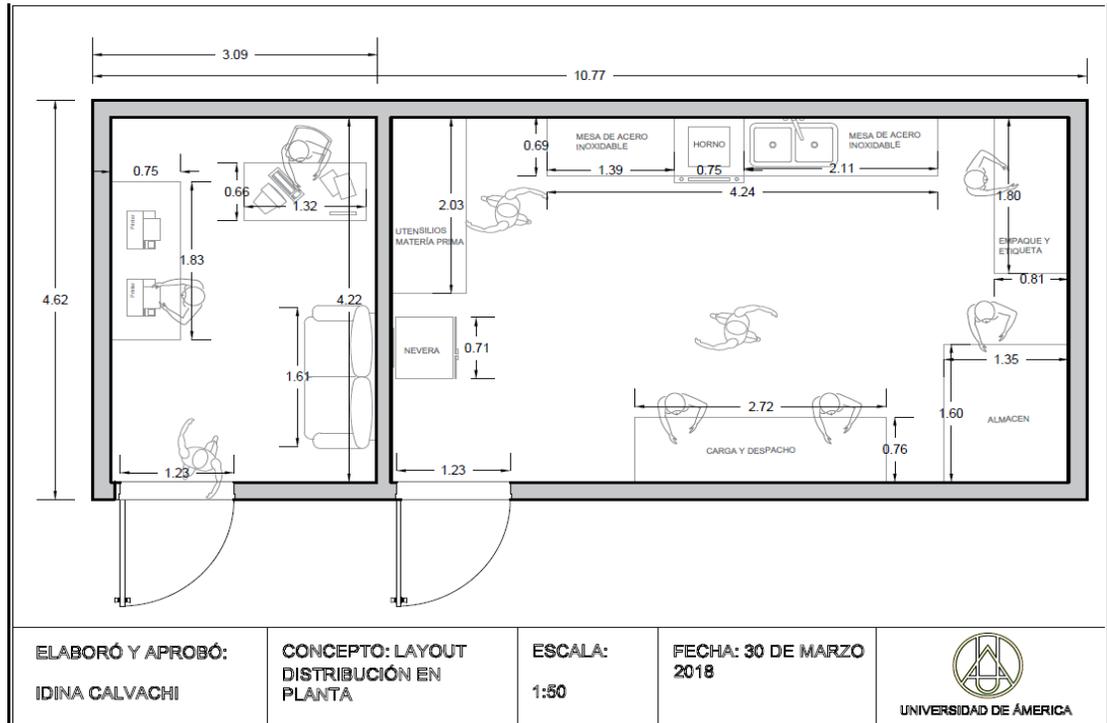
Acción	Dimensiones	Descripción
	<p>Hombres: 97,3 cm Mujeres: 92,2 cm</p>	<p>Medidas que se deben tener en cuenta en los procesos de producción de alfajor artesanal, como separación, mezcla.</p>
	<p>Hombres: 88,9 cm Mujeres: 80,5 cm</p>	<p>Para los trabajos de pie es necesario tener en cuenta las dimensiones, ya que toda la parte de producción es de pie.</p>
	<p>Hombres: 86,4 Mujeres: 96,5 cm</p>	<p>Es importante el análisis de dimensiones y áreas gravitacionales.</p>

3.10 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Se refiere al área física de la empresa, es el lugar que dispone para realizar su distribución de áreas administrativas y productivas.

La empresa en donde será desarrollado el proyecto está ubicada en la localidad barrios unidos en el barrio siete de agosto, donde cuenta con un espacio para el área administrativa y productiva, el lugar donde se realizarán estas actividades suple las necesidades proyectadas.

Plano 3. Distribución en planta.



3.11 PROVEEDORES

De acuerdo a la calidad de producto en este caso alfajor artesanal, teniendo conocimiento del desarrollo del proceso de producción. Se define el perfil del proveedor.

3.11.1 Perfil del proveedor. Se requiere empresas competentes que fabriquen y distribuyan los productos necesarios para la elaboración de alfajor artesanal, teniendo conocimiento del producto se ha establecido las empresas competentes de acuerdo a criterios de calificación que cumplen.

3.11.2 Criterios de calificación. Las variables donde se evalúa los proveedores que poseen las siguientes características.

3.11.2.1 Calidad. Cumplir con los estándares de calidad para satisfacer la calidad de producto.

3.11.2.2 Puntualidad. Tiempo de cotización y entrega de los insumos requeridos.

3.11.2.3 Buenos precios. Precios atractivos para la obtención de productos requeridos.

3.11.2.4 Facilidad de pago. Beneficios mutuos en el pago de materias primas y facilidades de credito.

3.11.2.5 Ubicación. Beneficio que otorga el proveedor en desplazamiento de materias primas.

3.11.2.6 Resumen Proveedores. Teniendo en cuenta el conocimiento del proceso productivo para desarrollar el alfajor artesanal, se plantea el desarrollo de estos anteriormente y se trabaja estrictamente con un proveedor el cual cumple con los criterios estipulados para obtener un producto de calidad, el proveedor se llama Castilac Ltda.

Tabla 21. Proveedores.

	Calidad	Buenos Precios	Puntualidad	Facilidades de pago	Ubicación
Caucana	2	2	2	2	2
Bugueña	2	1	2	2	2
Castilac	3	3	2	2	3
Distrilac	3	3	2	3	1

Tabla 22. Calificación proveedores.

Proveedores	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	Total
	Criterios Calidad	Buenos Precios	Puntualidad	Facilidades de pago	Ubicación	
Caucana	0,6	0,6	0,4	0,1	0,2	1,9
Bugueña	0,6	0,3	0,4	0,2	0,2	1,7
Castilac	0,9	0,9	0,4	0,2	0,3	2,7
Distrilac	0,9	0,9	0,4	0,3	0,1	2,6

De acuerdo con la evaluación realizada para los proveedores es evidente que el mejor es Castilac ya que cumple con todos los estándares evaluados para obtener un producto de calidad, donde se integran los pilares importantes de tener una buena sincronía para los ítems evaluados.

La empresa distribuye gran cantidad de productos de calidad los cuales son indispensables para la fabricación del producto el cual se caracteriza por su galleta y por el arequipe el cual es de excelente calidad adicional a la distribución de lácteos

los cuales son el complemento necesario para la obtencion de un producto de calidad.

3.12 COSTOS Y GASTOS ESTUDIO TÉCNICO

A continuacion en la tabla se muestra los precios correspondientes a todo lo relacionadp con el estudio tecnico, de la misma forma en el Anexo E se presentaran las cotizaciones correspondientes.

Tabla 23. Costos y gastos estudio técnico.

Concepto	Precio
Maquinaria y equipo	4.337.150
Utensilios y herramientas	59.000
Seguridad y salud ocupacional	150.000
Ergonomía y antropometría	100.000
Equipo área administrativa	1.668.740
Arriendo	900.000
Total	3.568.500

El costo del estudio técnico es te \$3.568.500, donde incluyen los elementos necesarios para iniciar el proyecto de la empresa de alfajor artesanal en Bogotá

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este capítulo tiene el fin de definir la estructura organizacional, estableciendo cada uno de los factores que integran la gestión organizacional de la empresa.

4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Se realiza el proceso con el fin de dar cumplimiento por medio de ciertos parámetros para mejorar y avanzar en el proceso integral de la empresa.

4.1.1 Misión. Ghribat Alfajores ofrecerá a los seres humanos un toque de bienestar. Trabajando para crecer con honestidad e integridad, los cuales se caracterizan por su calidad pensando en ser siempre sostenibles.

4.1.2 Visión. Ghribat Alfajores en el 2023 será la marca de alfajores artesanales colombianos reconocida y preferida por su sabor y calidad.

4.1.3 Valores. Características de la conducta humana relacionada con la ética y la moral.

- **Calidad.** Ofreceremos a nuestros clientes un servicio pre-venta y post-venta por tener los estándares más altos dando un producto con los estándares establecidos para la satisfacción de los compradores.
- **Cumplimiento.** Dar cumplimiento con nuestros clientes en todo el proceso que compete a la empresa, dando la mejor información e imagen de nuestro producto.
- **Comunicación.** Tener la mejor comunicación a consumidores en todo ámbito que se presente para así obtener lealtad de los clientes, solucionando las inquietudes que se puedan presentar.
- **Responsabilidad.** Actuaremos con puntualidad y compromiso para la producción desde su inicio hasta el final en cualquier ámbito en la empresa, así se fidelizarán los clientes.
- **Honestidad.** Desarrollar todas las actividades propuestas en la empresa teniendo como base la ética, la moral y las leyes establecidas en Colombia, dando transparencia ante el gobierno y ante la sociedad con el producto.

4.1.4 Políticas. Ghribat Alfajores presenta las siguientes políticas las cuales se relacionan entre sí para dar cumplimiento y avance en la empresa.

4.1.4.1 Política de proveedores. La recepción de materias primas se realiza previa a la producción, revisando que estas se encuentren en óptimas condiciones, si no cumple los estándares directamente se realiza el cambio con el proveedor.

4.1.4.2 Política de clientes. Es importante para nosotros fidelizar clientes y mantener su lealtad constantemente, por ello estamos comprometidos en las entregas del producto mediante cronograma, de igual forma se llamará antes y después de recibir el producto.

4.1.4.3 Política de calidad. Elaborar y ejecutar cronogramas de muestreo en las materias primas para constatar la calidad del producto.

4.1.5 Objetivos. De acuerdo con la misión y visión de la empresa se establecen los objetivos a desarrollar.

- Obtener satisfacción al cliente mayor al 80%, teniendo en cuenta el movimiento y desarrollo de nuevas ofertas productivas al mercado.
- Fortalecer el talento humano incluyendo más personal beneficiando la economía colombiana, ofreciendo capacitación y progreso.
- Reducir en tiempos y movimientos el desarrollo de la operación para la producción de Alfajor Artesanal.
- Fortalecer la productividad continuamente en el proceso de producción mejorando e incluyendo metodologías óptimas.

4.1.6 Metas. Se desarrollarán las metas de acuerdo con las proyecciones de la empresa. En el cuadro correspondiente se mostrará las metas.

4.1.7 Estrategias e indicadores. Se observa las estrategias e indicadores correspondientes a cada meta, es importante realizar la planeación de estas para desarrollar una actividad integral continuamente.

Cuadro 12. Plan estratégico 2018 a 2023.

Objetivo	Meta	Estrategia	Fecha	Elaborado por	Indicador de gestión
Incrementar las ventas de la empresa en un 50% dando a conocer el producto continuamente.	<ul style="list-style-type: none"> • Observar las sugerencias de los clientes acerca del producto. • Visitar a clientes donde se puedan incrementar las ventas. • Observar alianzas estratégicas para dar crecimiento a la empresa. 	Mejorar continuamente la metodología de producción integralmente para el producto, aplicando las sugerencias de los clientes y operarios para el beneficio positivo de la organización	Junio 2019	Idina Calvachi	$\frac{\textit{Productividad obtenida}}{\textit{Productividad planeada}} \times 100$
Fortalecer el talento humano incluyendo más personal beneficiando la economía colombiana, ofreciendo capacitación y progreso.	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un plan de capacitación en todas las áreas dando a conocer el plan estratégico de la empresa • Realizar un plan de capacitación en todas las áreas acerca de salud y seguridad ocupacional. • Realizar una capacitación de relaciones interpersonales. 	Dar conocer el plan estratégico a la empresa y así capacitar las personas para desarrollar el plan planteado para el cumplimiento y desarrollo de la empresa.	Junio 2019	Idina Calvachi	$\frac{\textit{Capacitacion realizadas}}{\textit{Total de capacitaciones programadas}} \times 100$

Cuadro 12. (Continuación).

<p>Reducir en tiempos y movimientos el desarrollo de la operación para la producción de Alfajor Artesanal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disminuir el tiempo de producción de alfajor artesanal. • Emplear métodos en distribución de herramientas para minimizar tiempos. • Evaluar las observaciones del operario. 	<p>Mejorar la metodología de producción en cuanto a desperdicios de producción, disminuir tiempos, movimientos y distribución de herramientas.</p>	<p>Junio 2019</p>	<p>Idina Calvachi</p>	$\frac{\text{Ventas realizadas}}{\text{Ventas programadas}} \times 100$
<p>Obtener satisfacción al cliente mayor al 95%, teniendo en cuenta el movimiento y desarrollo de nuevas ofertas productivas al mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disminuir las sugerencias, quejas y reclamos que presenten los clientes. • mejorar la calidad continuamente de servicio al cliente. • Aumentar reconocimiento voz a voz de la marca y producto. 	<p>Dar el mejor servicio al cliente, ofrecer un producto de óptima calidad.</p>	<p>Junio 2019</p>	<p>Idina Calvachi</p>	$\frac{\text{Reclamos recibidos}}{\text{Total productos distribuidos}} \times 100$

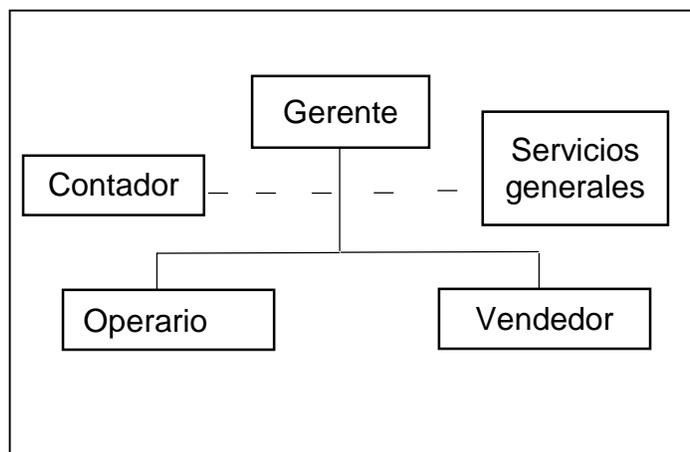
4.2 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

Se realizará la estructura organizacional de forma vertical donde la jerarquía permite la unidad de mando y los canales de comunicación serán claros y directos, se presentarán los cargos donde la línea será punteada pues se realizará contratación a través de un tercero.

4.2.1 Organigrama. Es una representación gráfica donde se muestra la estructura organizacional, donde se identifica la unidad de mando, jerarquía, por medio de esta herramienta se establece la cantidad de personal requerido necesario, identificando las competencias y habilidades para cumplir con los objetivos organizacionales.

- La unidad de mando es el gerente, de forma descendente se muestra los cargos subordinados.
- La primera instancia en el organigrama después del gerente es producción pues se relaciona con la actividad principal de la empresa.
- El contador y servicios generales son contratados por empresas terceras para desarrollar su proceso correspondiente.

Organigrama Ghribat Alfajores.



4.2.2 Manual de funciones. Es un documento el cual muestra de forma detallada las funciones de cada cargo en la empresa teniendo en cuenta, actitudes, aptitudes que se deben manejar para cada uno de los puestos. En el Anexo F. Se presentan las funciones de cada uno de los cargos.

		MANUAL DE FUNCIONES		FORMATO:2018	
Elaborado por: Idina Calvachi		Aprobado por:		Fecha: 29 Mar 2018	Versión: 1
ASPECTOS GENERALES					
Nombre del cargo:		Gerente			
Número de cargos:		1			
Jefe inmediato:		No aplica			
Requisitos académicos:		Título profesional universitario en administración de empresas, ingeniería industrial. Posgrado en gerencia.			
Requisitos de experiencia:		2 años experiencia			
OBJETIVO DEL CARGO					
Planear, dirigir y coordinar el área de producción y ventas, identificando y desarrollando herramientas competitivas para el desarrollo continuo de la organización.					
FUNCIONES DEL CARGO					
Controlar y asignar recursos Gestionar y desarrollar planes estratégicos para el desarrollo de la organización Realizar control y evaluación con los proveedores Controlar y evidenciar cumplimiento de la planeación estratégica					
PERFIL DEL CARGO					
HABILIDADES Y COMPETENCIAS					
Contacto con el cliente		Directo			
Habilidades		Liderazgo, comprensión, creatividad, responsabilidad, disciplina.			
Formación		Administración, finanzas, talento humano, gerencia.			
RESPONSABILIDADES					
Maquinaria y equipo		Toda			
Materiales		Insumos y materias primas empresa			
Personal a cargo		Producción y ventas			
Procesos a cargo		Cumplimiento planeación estratégica			
ESFUERZO					
Físico		Bajo, no existe actividad física			
Mental		Alto, contacto con la organización y planes			
Visual		Medio, su esfuerzo es normal			

4.3 GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

La empresa Ghribat describirá los criterios necesarios para que la empresa desarrolle de una forma eficiente la gestión y desarrollo de este ámbito, se realizaran convocatorias para el personal necesario para la organización.

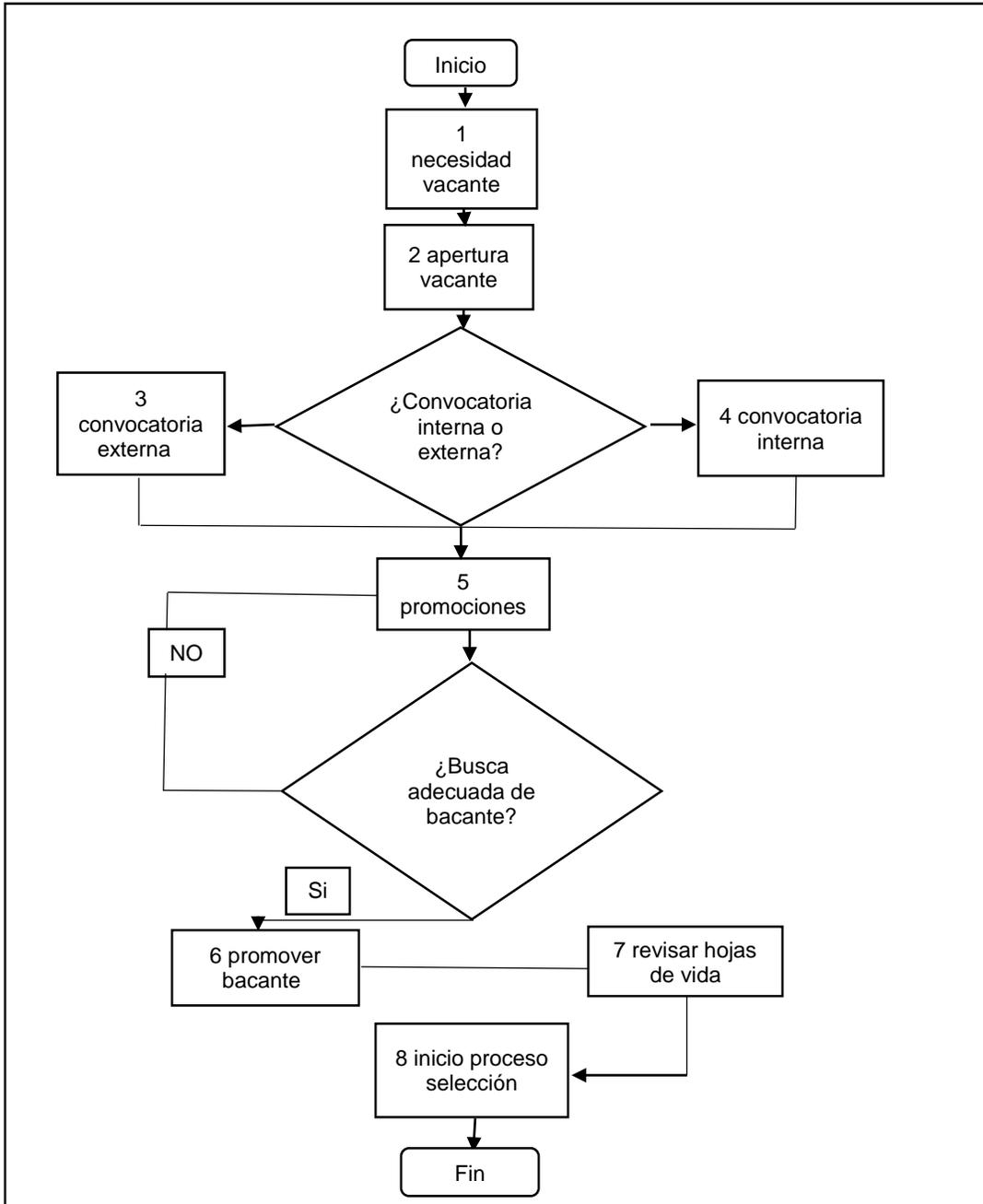
4.3.1 Reclutamiento. Se realizará el proceso autónomo, realizando distintas pruebas a los candidatos a los distintos cargos llevando las mejores prácticas posibles se deben tener en cuenta los siguientes factores.

4.3.1.1 Tipología del reclutamiento. Se realizará de forma interna y externa de forma que se genere a nivel interno motivación y a nivel externo reconocimiento de empresa para laborar.

4.3.1.2 Tipología de la comunicación del reclutamiento. Se abrirá la convocatoria a nivel interno de la empresa y en bolsas de empleo correspondientes para realizar la selección dependiendo de los criterios, estos criterios son designados por el gerente pues él tiene el conocimiento de las necesidades.

De este modo, el progreso de reclutamiento será representado en el siguiente diagrama.

Diagrama 4. Proceso reclutamiento Ghribat Alfajores.



4.3.2 Selección. Después de hacer la convocatoria se procede a entrar en contacto con los aspirantes al cargo solicitado, se realizará una prueba oral donde se mirará la personalidad del candidato, experiencia y proyección; de esta forma se deducirá si es apto o no para las necesidades de la empresa.

Se deben entregar todos los documentos pertinentes con el fin de dar inicio al proceso de contratación, se informará el tipo de contrato, afiliación a salud, pensión y ARL.

La documentación necesaria para la contratación es: Copia de diploma bachillerato y profesional, Copia de la cedula de ciudadanía, pasado judicial, carta recomendación, certificado de salud, certificado de pensión y cesantías.

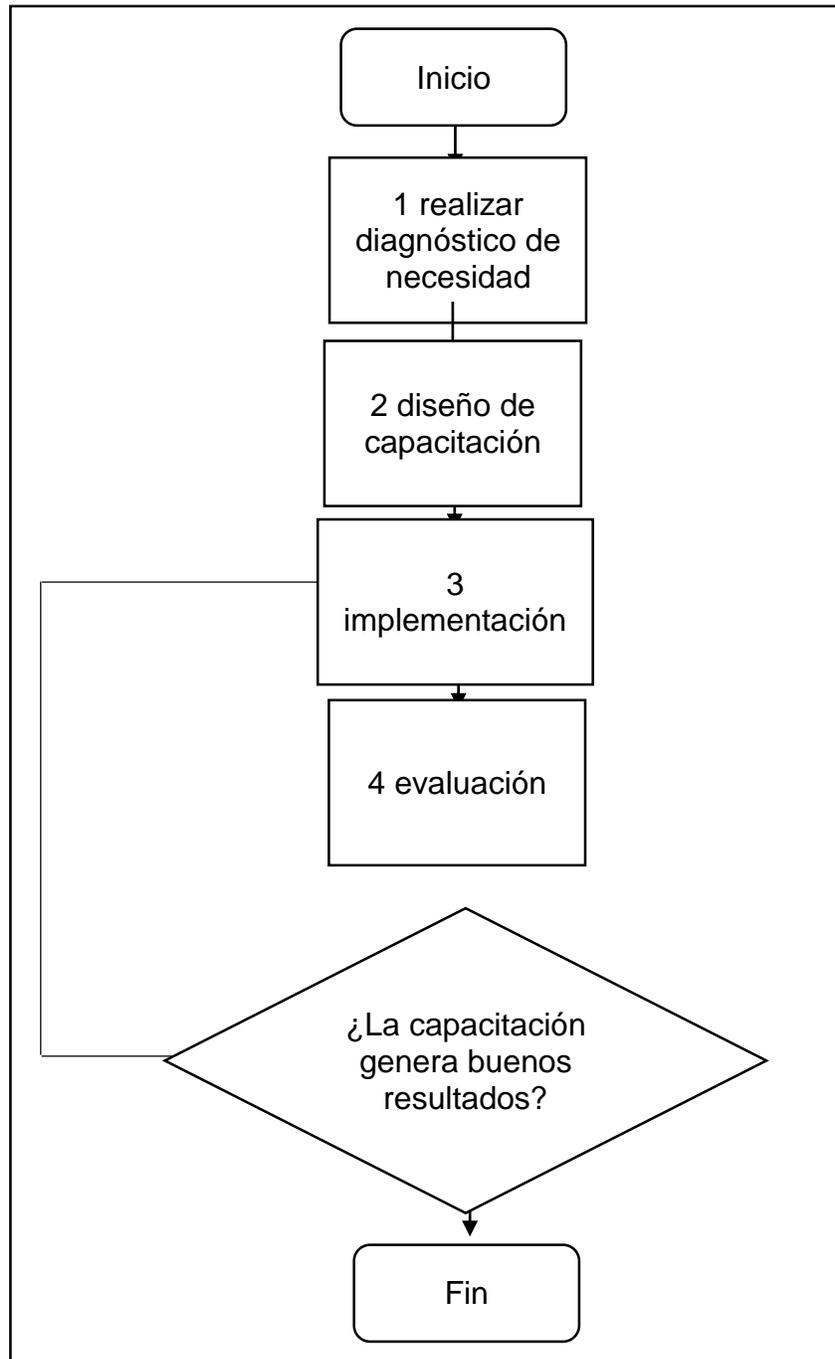
4.3.3 Contratación. Después de realizar la selección de personal, se debe formalizar la contratación antes de que inicie su desempeño laboral, se tiene el tipo de contratación a término indefinido para todas las personas que vayan a pertenecer a la organización, en el contrato se estipulara todo lo pertinente a las funciones que debe cumplir y también las causales de despido.

4.3.4 Capacitación y desarrollo. La capacitación se realizará de acuerdo con las necesidades del colaborador y de la empresa este tipo de capacitaciones se realizan globalmente, siguiente a este proceso se remite al colaborador individualmente para fortalecer sus cualidades en el área laboral, de esta forma se fortalecerá el ámbito personal y organizacional.

Para Ghribat Alfajores es importante realizar capacitación en el área de desempeño en manipulación de alimentos y buenas prácticas de higiene se capacitará con las personas de las entidades competentes en el lugar de producción, se realizará mensual para recordación y también para colaboradores nuevos.

El proceso que se realizará a nivel interno de los trabajadores se refleja en el diagrama el cual se construye por medio del programa y estrategias para brindar información como manejo de residuos, ambiente y ergonomía.

Diagrama 5. Proceso de capacitación.



Cuadro 13. Plan de capacitación.

Temas	Responsable	Tiempo de ejecución	Personal
Seguridad y salud ocupacional	Gerente	Se realizará cada seis meses para, capacitar al personal en Salud y seguridad Ocupacional.	Todas las áreas
Presentación plan estratégico Ghribat Alfajores	Gerente	Se presentará todo el plan estratégico de la empresa para direccionar a los colaboradores al ingresar.	Todas las áreas
Mejoramiento de producción	Gerente	Se dará al personal de operaciones herramientas en donde puedan disminuir tiempos y ser más productivos en la operación.	Área de operación

4.4 ESTUDIO DE SALARIOS

Se establece para la política salarial por medio de factores en la cual se valora por puntos para establecer los salarios.

Cuadro 14. Evaluación por puntos.

Grupo de factores	Factores	Grados				
		A	B	C	D	E
Habilidades	Experiencia	15	30	45	60	75
	Educación	10	20	30	40	50
	Expresión verbal y escrita	5	10	15	20	25
	Relaciones interpersonales	10	20	30	40	50
Esfuerzo	Mental	5	10	15	20	25
	Visual	5	10	15	20	25
	Físico	5	10	15	20	25
Responsabilidades	Supervisión de personal	10	20	30	40	50
	Material, equipo y herramientas	5	10	15	20	25
	Dinero y/o documentos	5	10	15	20	25
	Contactos internos o externos	10	20	30	40	50
Condiciones de trabajo	Condiciones ambientales	5	10	15	20	25
	Riesgos	10	20	30	40	50

De acuerdo con los factores se realiza una evaluación donde se identifica el grado y el puntaje obtenido.

Tabla 24. Evaluación de cada cargo Ghribat Alfajores.

Factores	Gerente		Operario		Vendedor	
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos
Experiencia	C	45	D	60	D	60
Educación	D	40	B	30	B	20
Expresión verbal y escrita	D	20	B	5	D	20
Relaciones interpersonales	D	40	B	20	C	30
Mental	D	20	B	10	D	20
Visual	C	15	B	10	E	25
Físico	A	5	D	20	D	20
Supervisión de personal	E	50	A	10	A	10
Material, equipo y herramientas	D	20	D	20	A	5
Dinero y/o documentos	D	20	A	5	D	20
Contactos internos o externos	D	40	A	10	B	20
Condiciones ambientales	A	5	D	20	B	10
Riesgos	B	20	D	40	D	40
Total		340		260		300

La remuneración económica para cada uno de los cargos establecidos para Ghribat alfajores se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 25. Salario aproximado de cada cargo de Ghribat Alfajores.

Cargo	Gerente	Operario	Vendedor
Cargo Similar	Gerente alimentos	Trabajador en preparación de alimentos	Vendedor
Salario aproximado	1.927.000	900.000	900.000

Fuente: <https://tusalarario.org/colombia/>

Teniendo en cuenta que la empresa alfajores Ghribat es un proyecto de emprendimiento se toma como decisión implementar estos salarios nombrados anteriormente, para desarrollar el estudio de salarios para la viabilidad del proyecto explicado en los capítulos anteriores.

4.4.1 Nómina. Para los cargos establecidos para la empresa alfajores Ghribat se presenta a continuación en la siguiente tabla.

4.4.2 Seguridad social. Los aportes que el empleador hace a sus empleados por conceptos de ley, los empleados contratados se les aplican el concepto de salud, riesgos profesionales y pensión.

4.4.3 Prestaciones sociales. Se caracteriza por ser el dinero adicional que el empleador reconoce al trabajador, el cual se especifica en el contrato de trabajo.

4.4.4 Parafiscales. Se destinan por ley ciertos porcentajes para el Sena, Institutos Colombiano de bienestar familiar ICBF y para la caja de compensación familiar, a continuación, se observa los cálculos parafiscales de la empresa alfajores Ghribat.

Se expresa la nómina del año 2018 establecida con los sueldos estipulados anteriormente.

Tabla 26. Nómina cargos establecidos.

Cargo	Salario
Gerente general	1.667.850
Operario	793.170
Vendedor	1.179.108
TOTAL	3.640.128

4.4.5 Proyección de la nómina. A continuación, se presenta el resumen de la nómina para la empresa Ghribat alfajores.

Tabla 27. Nómina anual Alfajores Ghribat.

Cargo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente	\$ 2.517.375	\$ 2.599.189	\$ 2.683.663	\$ 2.770.882	\$ 3.765.464	\$ 3.796.842
Operario	1.211.094	1.250.002	1.290.175	1.331.654	1.254.303	1.269.225
Vendedor	1.799.766	1.857.806	1.917.732	1.979.607	1.484.705	1.507.115
Total	5.528.235	5.706.997	5.891.570	6.082.143	6.504.472	6.573.182
Total, Anual	66.338.820	68.483.964	70.698.840	72.985.716	78.053.664	78.878.184

Tabla 28. Seguridad social y caja de compensación anual (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Salud (8,5%)	\$ 44.555.167	\$ 46.003.208	\$ 47.498.311	\$ 49.042.020	\$ 50.635.876	\$ 52.281.544
Pensión (12%)	\$ 62.901.412	\$ 64.945.705	\$ 67.056.440	\$ 69.235.793	\$ 71.485.943	\$ 73.809.239
ARL (0,522%)	\$ 3.622.523	\$ 3.740.255	\$ 3.861.813	\$ 3.987.323	\$ 4.116.911	\$ 4.250.711
Caja C. (4%)	\$ 20.967.137	\$ 21.648.568	\$ 22.352.147	\$ 23.078.598	\$ 23.828.648	\$ 24.603.080
Total	\$ 132.046.239	\$ 136.337.736	\$ 140.768.711	\$ 145.343.734	\$ 150.067.378	\$ 154.944.574

Tabla 29. Proyección prestaciones sociales anual (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cesantías (8,33%)	\$ 45.658.661	\$ 47.077.777	\$ 48.542.979	\$ 50.055.814	\$ 51.617.793	\$ 53.230.547
Prima (8,33%)	\$ 45.658.661	\$ 47.077.777	\$ 48.542.979	\$ 50.055.814	\$ 51.617.793	\$ 53.230.547
I cesantía (1%)	\$ 456.587	\$ 470.778	\$ 485.430	\$ 500.558	\$ 516.178	\$ 532.305
Vacaciones (4,17%)	\$ 21.858.241	\$ 22.568.632	\$ 23.302.113	\$ 24.059.438	\$ 24.841.365	\$ 25.648.711
Total	\$ 133.632.150	\$ 137.194.965	\$ 140.873.501	\$ 144.671.624	\$ 148.593.128	\$ 152.642.111

4.4.6 Tabla resumen nomina Alfajores Ghribat. A continuación, se muestra la tabla resumen de la nómina que compete Alfajores Ghribat.

Tabla 30. Tabla resumen nómina anual.

Cargo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente	\$ 2.517.375	\$ 2.599.189	\$ 2.683.663	\$ 2.770.882	\$ 3.765.464	\$ 3.796.842
Operario	1.211.094	1.250.002	1.290.175	1.331.654	1.254.303	1.269.225
Vendedor	1.799.766	1.857.806	1.917.732	1.979.607	1.484.705	1.507.115
Total	5.528.235	5.706.997	5.891.570	6.082.143	6.504.472	6.573.182
Total, Anual	66.338.820	68.483.964	70.698.840	72.985.716	78.053.664	78.878.184

4.4.6 COSTOS ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En la siguiente tabla se observan los precios para el desarrollo administrativo del proyecto.

Cargo	Precio
Nomina Anual	\$ 42.022.777
Contador	\$9.600.000
Total	\$51.622.777

5. ESTUDIO LEGAL

Se da a conocer la forma en la que será constituida la empresa Ghribat alfajores desde su razón social hasta los trámites legales pertinentes para formalizar la empresa ante el DANE y la cámara de comercio de Bogotá. A continuación, en el Anexo G se dará a conocer el acta y los estatutos de constitución.

5.1 RAZÓN SOCIAL. El nombre que llevara esta idea de negocio es Ghribat alfajores, a través de la cámara de comercio de Bogotá y la superintendencia de industria y comercio, se realizó la búsqueda de establecimientos que lleven el mismo nombre.

Imagen 7. Verificación de nombre y marca registrada CCB.

Cámara de Comercio	Matricula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA
50 años 1964-2014
GOBIERNO DE COLOMBIA

INICIO > Búsqueda de solicitudes de Patente/Modelo de Utilidad/PCT/Esquemas de Trazado

Puede utilizar los símbolos comodín (* y ?) para ampliar su búsqueda, y las comillas para buscar frases, como ejemplo "Productos lácteos".
Se pueden utilizar los operadores booleanos AND, OR, NOT, asteriscos y comillas en su consulta de búsqueda.

Criterio de búsqueda: Advertencia(s)
Su búsqueda no produjo resultados.

Palabra clave/Número de expediente: Ghribat alfajores

OK

5.2 OBJETO SOCIAL. Una vez comprobado la razón social del establecimiento, se clasificará como una microempresa, se caracteriza por tener personal menor a 10 personas, considerada como entidad con ánimo de lucro dedicada a la transformación de materias primas e insumos para la producción y distribución de alfajores artesanales.

Sera una entidad privada constituida por un socio o más y será constituida como Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), lo cual refiere a que las acciones no se comercializan y así reduce el riesgo de negociar las acciones en la bolsa de valores.

Se presenta a continuación las actividades económicas a las cuales se dedicará Ghribat alfajores, de acuerdo con la clasificación industrial internacional uniforme adaptada para Colombia CIIU REV consultada en la Cámara de comercio de Bogotá.

Cuadro 15. Descripción código CIIU de Ghribat alfajores.

1	Sección	C	Industria manufacturera
	División	10	Elaboración de productos alimenticios
	Clase	1081	Elaboración productos de panadería
	Grupo	108	Elaboración de otros productos alimenticios
2	Sección	G	Comercio al por mayor y al por menor.
	Grupo	463	Comercio al por mayor y por menor de alimentos.
	Clase	4631	Comercio al por mayor y por menor de productos alimenticios.

Después de realizar el acta de constitución se hará el complemento a los estatutos de constitución según el socio, y se deberá presentar al representante legal.

5.3 TRÁMITES DE REGISTRO

Con el fin de legalizar la constitución de la empresa Ghribat alfajores S.A.S., se deben completar y formalizar una seria de trámites ante entidades competentes en Bogotá.

5.3.1 Registro matricula mercantil. Es el registro que deben hacer los comerciantes (personas naturales y jurídicas) y los establecimientos de comercio en las cámaras de comercio con jurisdicción en el lugar donde van a desarrollar su actividad y donde va a funcionar el establecimiento de comercio para dar

cumplimiento a una de las obligaciones mercantiles dispuestas en el Código de Comercio.²⁴

El registro se hará junto con los estatutos de constitución, acta y libros contables, la Dirección de Impuestos y Aduanas (DIAN) asignará el número de identificación tributaria (NIT). El formato se presenta en el siguiente Anexo H.

5.3.2 Registro único tributario (RUT). Es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.²⁵ El formato se presenta en el siguiente Anexo I.

5.3.3 Registro con otras entidades. Con este formulario, la Cámara de Comercio envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital de Bogotá con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA).²⁶, el formato se presenta en el siguiente Anexo J.

5.3.4 Solicitud sobre numeración de facturación. Se solicita ante la DIAN la autorización para la numeración de facturas, de esta manera se lleva el control de las ventas, para realizar este trámite se debe haber realizado el RUT y posterior se debe diligenciar el formulario correspondiente para la numeración de facturación, el formato se presenta en el siguiente Anexo K.

5.3.5 Uso de suelo. El estudio lo realiza la Secretaria Distrital de Planeación por medio de la información de la norma urbana, a continuación, se presenta la imagen donde es evidente que se puede desarrollar la actividad, la cual es producción de alfajores artesanales.

²⁴ CAMARA DE COMERCIO. Matricula mercantil. [En línea]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/Que-es-la-matricula-mercantil>. Consultado el 30 de marzo de 2018

²⁵ DIAN. Aspectos generales registro único tributario. Disponible en: <https://www.colconectada.com/como-sacar-el-rut-en-colombia/>. Consultado el 30 de marzo de 2018.

²⁶ EL EMPRESARIO. Registro con otras entidades. [En línea]. Disponible en: http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos_crear/persona_jur_p06. Consultado el 30 de marzo de 2018

Imagen 8. Uso de suelo.

USOS PERMITIDOS PARA LA DIRECCION CL 63 A 26 56

USOS PERMITIDOS

SUB SECTOR USO: I						
Categoría: Principal						
Uso-Subuso	Uso Especifico	Descripción	Escala	CONDICIONES GENERALES Condiciones	PARQUEADEROS	
					Privados	Visitantes
VIVIENDA - VIVIENDA	VIVIENDA UNIFAMILIAR Y BIFAMILIAR	VIVIENDA UNIFAMILIAR Y BIFAMILIAR	En zonas residenciales con comercio y servicios delimitados		1 x vivienda	1 x 5 viviendas
	VIVIENDA MULTIFAMILIAR	VIVIENDA MULTIFAMILIAR	En zonas residenciales con comercio y servicios delimitados		1 x vivienda	1 x 5 viviendas
Categoría: Complementario						
Uso-Subuso	Uso Especifico	Descripción	Escala	CONDICIONES GENERALES Condiciones	PARQUEADEROS	
					Privados	Visitantes
COMERCIO - COMERCIO VECINAL B	TIENDAS DE BARRIO Y LOCALES CON ÁREA NO MAYOR DE 60 M2	ACTIVIDAD ECONÓMICA LIMITADA EN COMERCIO. Artículos y complementos de primera necesidad: Papelerías, panaderías, confitería, lácteos, carnes, salumerías, pancho, refrescos, bebidas, droguerías.	Vecinal B	2. No se permite en predios con frente a la Malta Vial Ancestral. 3. Hasta 60 m2 de construcción con las siguientes opciones: a. En primer piso de edificaciones residenciales o de oficinas; ó b. En las manzanas comerciales o centros cívicos delimitados en los actos que dieron origen a la urbanización.	No se exige	No se exige

Fuente: secretaria distrital de planeación. Disponible en: <http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf#>. Consultado el 30 marzo de 2018.

5.3.6 Registro Invima. Es un documento que expide la entidad con la autorización de que la persona jurídica o natural fábrica o importan algún tipo de alimento que sea de consumo humano, para cumplir con los requisitos el Invima genera ciertos pasos para la obtención de este registro.

5.4 TRÁMITES LEGALES

Para el desarrollo de la actividad económica, Ghribat alfajores debe cumplir ciertas obligaciones tributarias de acuerdo con su constitución en este caso es S.A.S. a las entidades correspondientes de recaudar los impuestos.

5.4.1 Impuesto sobre el valor añadido (IVA). Se trata de una tasa que se calcula sobre el consumo de los productos, los servicios, las transacciones comerciales y las importaciones. El IVA es un impuesto indirecto; se llama así porque a diferencia de los impuestos directos, no repercute directamente sobre los ingresos, por el contrario, recae sobre los costos de producción y venta de las empresas y se devenga de los precios que los consumidores pagan por dichos productos.²⁷. Esta obligación a tributo se cancela bimestral, cuatrimestral o anual. El formato se presenta en el Anexo L.

5.4.2 Retención en la fuente. Es el cobro anticipado al impuesto de renta, este se debe presentar mensualmente en la DIAN. El formato se presenta en el Anexo M.

5.4.3 Impuesto de Industria, Comercio, Tableros y Avisos (ICA). El impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios que se realiza en Bogotá en forma ocasional o permanente con o sin establecimientos. Es de carácter municipal, lo

²⁷ DIAN. Aspectos generales registro único tributario. Disponible en: <https://www.colconectada.com/como-sacar-el-rut-en-colombia/>. Consultado el 30 de marzo de 2018.

deben pagar todas las personas naturales, jurídicas y sociedades, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional con establecimiento o sin él, este solo se causa cuando se realizan ventas, se paga de forma bimestral y lo recauda la Secretaria de Hacienda Distrital²⁸. El formato se presenta en el siguiente Anexo N.

5.5 REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Se presentará la normatividad que debe cumplir la empresa Ghribat Alfajores para su funcionamiento.

5.5.1 Certificado de higiene y sanidad de la Secretaria Distrital de Salud. El concepto sanitario se solicita directamente en las oficinas competentes donde se diligencia un formulario, con este un funcionario visitara el establecimiento para verificar el cumplimiento de la normatividad vigente higiénica sanitaria y otorgara un concepto favorable o no con los requerimientos del establecimiento. Este formulario no tiene ningún costo.

5.5.2 Certificado de bomberos. Para obtener este certificado se debe cancelar el valor de dos salarios mínimos según el acuerdo 11 de 19668, en el Área de Servicio y Atención a la ciudadanía del Cuerpo Oficial de Bomberos, junto con la fotocopia del Certificado de Existencia y Representación legal, la persona encargada revisara las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio y materiales peligrosos.

5.5.3 Certificación en manipulación de alimentos. El operario manipula y participa en la cadena alimentaria, legalmente el manipulador debe garantizar la higiene necesaria y manipulación de alimentos la cual se deberá realizar anualmente.

5.6 PRESUPUESTO ESTUDIO LEGAL

Se presentan los costos para formalizar la constitución legal de Ghribat alfajores con las distintas entidades gubernamentales.

²⁸ DIAN. Aspectos generales registro único tributario. Disponible en: <https://www.colconectada.com/como-sacar-el-rut-en-colombia/>. Consultado el 30 de marzo de 2018.

Tabla 31. Presupuesto estudio legal.

Concepto		Precio
Inscripción Cámara de Comercio de Bogotá.	Matricula mercantil	46.000
	Impuesto de registro	400.000
	Radicación RUES	41.000
	Compra libros	13.600
	Registro Libros	13.600
Uso de suelo		97.000
Registro marca		1.080.000
Certificado de bomberos		49.181
Manipulación de alimentos		36.000
Registro Sanitario		4.868.932
Total		6.645.313

6. ESTUDIO AMBIENTAL

En este capítulo se pretende identificar los aspectos e impactos ambientales que se generan en cada una de las actividades que se realizan en Ghribat alfajores, se realizara un plan para la gestión ambiental logrando disminuir y controlar los efectos negativos que se puede producir en el desarrollo de la actividad.

6.1 NORMATIVA AMBIENTAL

A continuación, se presenta la normativa por las cuales se debe regir el establecimiento el cual pertenece a la industria de alimentos, de tal manera que se pueda cumplir con los requerimientos para la creación y desarrollo de Ghribat alfajores. (Ver cuadro.)

Cuadro 16. Normativa ambiental.

Leyes	
Ley 1252	Normas prohibitivas en materia ambiental, referente a residuos y desechos peligrosos.
Ley 373 de 1997	Uso eficiente y ahorro de agua
Ley 99 de 1993	El Ministerio del Medio Ambiente y el Sistema Nacional Ambiental (SINA) para la prevención y control de la contaminación del aire, agua y suelo.
Decretos	
Decreto 79 de 1986	Conservación y protección del recurso agua.
Decreto 605 de 1996	Reglamenta el manejo de transporte y disposición final de residuos sólidos.
Decreto 948 de 1995	Normas de protección y control de la calidad de aire.
Decreto 3075 de 1997	Regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en territorio nacional.
Resoluciones	
Resolución 2387 de 1999	Norma técnica Colombiana NTC 512 – 1 rotulado de alimentos
Resolución 2649 de 1998	Régimen sanitario para la utilización de incentivos en contacto con alimentos.
Documentos	
Documento CONPES 1750 de 1995	Políticas sobre el manejo de agua.

Fuente: Normatividad ambiental y sanitaria. Disponible en: http://www.upme.gov.co/guía_ambiental.htm. Consultado el 30 de marzo de 2018.

6.2 MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES

Se presentará las matrices causa- efecto relacionada con los aspectos ambientales (causa), generados por cada una de las actividades que intervienen en el proceso de producción de alfajores, de igual forma los impactos ambientales (efecto) generados por las distintas causas identificadas.

6.2.1 Identificación de aspectos ambientales. La identificación de los aspectos ambientales es un proceso continuo, que determina impactos potenciales pasados, presentes o futuros, positivos o negativos, de las actividades de la organización sobre el medio ambiente. El proceso incluye también la identificación de situaciones potenciales legales o reglamentarias o de negocios que puedan afectar la organización. También puede incluir la identificación de impactos sobre la salud y la seguridad de las personas, aspectos asociados a la evaluación de riesgos.²⁹

En el cuadro, se presentan los aspectos ambientales que se identifican en el proceso productivo de Ghribat alfajores, según las actividades en el estudio técnico.

²⁹ SGS Identificación de los aspectos ambientales. Disponible en: http://ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=1c697920-c8b1-4425-8952-1b16718a223b&groupId=24732 . Consultado el 30 de marzo de 2018.

Cuadro 17. Aspectos ambientales en el proceso de producción.

Actividad	Salida	Aspecto
Recepción de materia prima	Mano de obra, materias primas.	
Selección de materia prima	Revisión materia prima harina, Maizena, azúcar, mantequilla.	
Inspección de materia prima	Revisión de materia prima seleccionada	Residuos solidos
Separación de materia prima	División de materia prima	
Transporte área de mezcla	Mezcla de materia prima	
Mezcla de materia prima masa horno	Desarrollo materia prima y horno	Generación de emisiones y consumo de energía
Inspección de calidad masa	Mano de obra observación	
Transporte adición materias primas finales	Mano de obra materias primas arequipe y coco	
Secado	Mano de obra	
Adición materias primas finales	Mano de obra de arequipe y coco	Residuos solidos
Inspección adición materias primas	Mano de obra	
Colocar empaque	Mano de obra empaque	Residuos solidos
Transporte etiqueta y embalaje	Mano de obra etiqueta	
Etiqueta y embalaje	Mano de obra etiqueta y embalaje	Residuos solidos
Inspección de producto terminado	Mano de obra inspección	
Transporte área almacenamiento	Mano de obra almacén	
Cargue del producto terminado	Mano de obra producto terminado	

6.2.2 Identificación de impactos ambientales. Los impactos ambientales son cambios que hay en el medio ambiente, puede ser adverso o beneficioso, en el siguiente cuadro se muestra los impactos para evaluar su efecto en el ambiente.

Cuadro 18. Impactos ambientales por el proceso de producción

Aspecto	Impacto
Generación de residuos solidos	Contaminación del suelo
Consumo de energía	Agotamiento de recurso natural
Consumo gas	Agotamiento de recurso natural
Generación de emisiones	Contaminación de aire

6.3 EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

Los impactos seleccionados se evalúan por medio de unos criterios donde se identifican los niveles de afectación que tiene cada impacto seleccionado en el medio ambiente, desarrollando la actividad de Ghribat alfajores. En el siguiente cuadro se presentarán los criterios de impactos ambientales.

Cuadro 19. Criterios de calificación de impactos ambientales.

N° Criterio	Criterio	Descripción
1	Probabilidad	Riesgo de ocurrencia o frecuencia de impacto.
2	Importancia	Severidad del daño que sufre por el impacto
3	Magnitud	Extensión geográfica del impacto
4	Duración	Permanencia del impacto en el recurso afectado

6.3.1 Escala de calificación. A continuación, se muestra la escala de calificación para los criterios en el siguiente cuadro se observa las escalas de calificación de impactos ambientales.

Cuadro 20. Escalas de calificación de impactos ambientales.

Criterio	Puntaje	Descripción
Probabilidad	1	Se generan mensualmente
	2	Se genera semanalmente
	3	Se genera diariamente
Importancia	1	Baja
	2	Media
	3	Alta
Magnitud	1	En un radio menor a 500 m
	2	Entre un radio de 500 a 1 Km
	3	En un radio mayor a 1 Km
Duración	1	Menor a 2 años
	2	Entre 2 y 5 años
	3	Mayor a 5 años

6.3.2 Calificación del impacto ambiental. De acuerdo con la escala cualitativa, se elige la mejor opción, a continuación, en el siguiente cuadro se evidencia la información.

Cuadro 21. Calificación de impactos ambientales.

Puntaje total	Calificación
10-12	Alto
7-9	Medio
4-6	Bajo

De acuerdo con la calificación de impactos ambientales se tiene como resultado la contaminación de suelo, la contaminación de aire y el agotamiento de los recursos del aire y el agotamiento ya tiene incidencia.

Tabla 32. Evaluación de impactos ambientales.

Impacto ambiental	Criterio				Puntaje total	Calificación	Tipo de impacto
	1	2	3	4			
Contaminación de suelo	2	2	1	1	6	Bajo	Negativo
Contaminación del aire	3	1	1	1	6	Bajo	Negativo
Agotamiento recurso natural	3	3	2	2	10	Alto	Negativo

6.4 ESTRATEGIAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS

Se pretende desarrollar un plan que permita mitigar el nivel de impacto ambiental causado por Ghribat alfajores con este plan se busca compensar y corregir posibles impactos o efectos ambientales negativos en el proyecto, en el siguiente cuadro se presentaran las estrategias.

Cuadro 22. Estrategias para mitigar los impactos ambientales.

Impacto	Estrategia
Contaminación del suelo	De acuerdo con las actividades de la empresa Ghribat alfajores se generan residuos sólidos que se caracterizan por ser de muy poca magnitud de acuerdo con las materias primas y manejo de ellas, de igual forma se educa a los colaboradores de la empresa hacer un buen uso del manejo de materias primas y así mitigar los residuos sólidos.
Contaminación del aire	La mayor contaminación es generada por la maquinaria en este caso el horno y la nevera ubicada en la empresa, es importante hacer las revisiones pertinentes en las fechas establecidas por la entidad pública, de forma que no genere un impacto negativo mayor y así no generar posibles accidentes e incidentes.
Agotamiento de recurso natural (energía y gas)	Los recursos en Ghribat alfajores son agua y energía, el personal está obligado a usar estos recursos de forma correcta para beneficiar el medio ambiente estos recursos en su mayoría se usan únicamente en desarrollo de producción.

6.5 BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA

Las Buenas Prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y la forma de manipulación.

Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.

Contribuyen al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, saludables e inocuos para el consumo humano.

Son indispensable para la aplicación del Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), de un programa de Gestión de Calidad Total (TQM) o de un Sistema de Calidad como ISO 9001.

Se asocian con el Control a través de inspecciones del establecimiento.³⁰

6.5.1 Diseño del edificio e instalaciones de Ghribat alfajores. Se debe desarrollar en una zona donde no se afecte por el entorno, debe estar en un lugar que cumpla todas las características ambientales, donde desarrolle la actividad correctamente.

³⁰Decreto intedya Buenas prácticas de manufactura. Disponible en:

<http://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>.

Consultado el 30 de marzo de 2018.

Debe tener el recurso de agua, gas y energía, para limpiar correctamente las herramientas de producción y también que sea útil para los colaboradores.

6.5.2 Equipo y utensilios. Las herramientas utilizadas en la producción de Ghribat alfajores este hecho en acero inoxidable y los elementos que se van a usar cumplen con las necesidades para no generar impactos negativos al medio ambiente y colaboradores.

6.5.3 Personal. Todos los colaboradores tienen como apoyo el respectivo lavado de manos e higiene personal pertinente de forma que sean aptos para ingresar al área de producción y en general a las instalaciones, en caso de que algún colaborador sufra algún altercado de salud este tomara la incapacidad medica respectiva para no generar impactos en producción e impactos ambientales en contaminación con la parte productiva.

6.6 PRESUPUESTO ESTUDIO AMBIENTAL

A continuación, se presentan los costos asociados al desarrollo del estudio ambiental con el fin de disminuir y controlar los impactos sobre el medio.

Tabla 33. Presupuesto estudio ambiental.

Concepto	Precio
Caneca área administrativa	32.900
Caneca Producción	59.700
Bombillos	42.900
Ahorrador agua	87.100
Total	222.600

7. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo de este estudio es corroborar si la creación de Ghribat alfajores en la ciudad de Bogotá, es viable, se realizará todos los cálculos pertinentes donde se establezca y se realice la respectiva relación de ingresos, costos y gastos y así determinar si el proyecto es viable o no.

Se utilizarán las herramientas más representativas las cuales son valor presente neto (VPN), tasa interna de retorno (TIR) y relación beneficio costo teniendo en cuenta flujo de caja, para un periodo de cinco años.

Para realizar la proyección a cinco años, se tendrá en cuenta el (IPC) tomados del banco Bancolombia, como se muestra en la siguiente tabla, donde se tomarán los valores hasta el año 2023 con el fin de cumplir los cinco años de operación de la empresa.

Tabla 34. Pronostico IPC.

Año	IPC (Pronóstico)
2018	3,20%
2019	3,25%
2020	3,25%
2021	3,20%
2022	3,25%
2023	3,25%

Fuente: BANCOLOMBIA. Tabla macroeconomicos proyectados.

Disponible en:

{<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/investigaciones-economicas/publicaciones/tablas-macroeconomicos-proyectados/>}. Consultado: Mayo 30 de 2018

7.1 INVERSIÓN INICIAL

Es la cantidad de dinero que el inversionista destinará en la adquisición de bienes identificados como activos fijos, activos y capital diferidos para desarrollar y llevar a cabo este proyecto de ser factible, viable y rentable.

7.1.1 Activos fijos. Son los bienes requeridos para poder desarrollar cada una de las actividades establecidas con el proceso de producción y distribución de los productos. Tal como se observa en el estudio técnico de Ghribat Alfajores en las siguientes tablas se muestra.

Tabla 35. Maquinaria y equipo.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Mesa de acero inoxidable	1	865.777	865.777
Horno	1	850.000	850.000
Nevera	1	555.900	555.900
Tolva dosificadora	1	396.733	396.733
Total		\$ 2.668.410	2.668.410

Tabla 36. Equipo de comunicación y cómputo muebles y enseres.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Teléfono	1	86.950	86.950
Portátil	1	999.000	999.000
Impresora	1	112.900	112.900
Escritorio	1	379.900	379.900
Silla	1	89.990	89.990
Total		\$ 1.668.740	1.668.740

Tabla 37. Activos fijos en pesos.

Concepto	Valor total
Maquinaria y equipo	2.668.410
Equipo de comunicación y cómputo	1.668.740
Total	4.337.150

7.1.2 Depreciación de los activos fijos. La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él con el paso del tiempo, cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que al final lo lleva a ser inutilizable.³¹

Tabla 38. Vida útil de activos fijos.

Concepto	Vida útil (años)
Maquinaria y equipo	10
Equipo de comunicación y cómputo	3

³¹ Depreciación. Disponible en: <https://www.gerencie.com/depreciacion.html> Consultado el 30 de mayo de 2018.

Para obtener los valores de la depreciación se utilizará la ecuación pertinente de depreciación para hallar el concepto de maquinaria y equipo, utensilios y equipo de comunicación y computo (ver ecuación)

Ecuación 6. Depreciación método línea recta.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor del activo}}{\text{Vida útil}}$$

Fuente: Metodos de depreciacion. Disponible en:
<https://www.gerencie.com/activos-fijos-que-se-pueden-depreciar-en-un-solo-ano.html>
 Consultado: Mayo 30 de 2018

Tabla 39. Depreciación maquinaria y equipo (Pesos).

Elemento	Cantidad	Vida útil (años)	Valor total	Depreciación
Mesa de acero inoxidable	1	10	\$ 865.777	\$ 86.578
Horno	1	10	\$ 850.000	\$ 85.000
Nevera	1	10	\$ 555.900	\$ 55.590
Tolva dosificadora	1	10	\$ 396.733	\$ 39.673
Total			\$ 2.668.410	\$ 266.841

Tabla 40. Depreciación equipo de comunicación y computo (Pesos).

Elemento	Cantidad	Vida útil (años)	Valor total	Depreciación
Teléfono	1	3	\$ 86.950	\$ 28.983
Portátil	1	3	999.000	\$ 333.000
Impresora	1	3	112.900	\$ 37.633
Escritorio	1	3	379.900	\$ 126.633
Silla	1	3	89.990	\$ 29.997
Total			1.668.740	\$ 556.247

Se dividirá a continuación los conceptos dependiendo el área a la cual pertenecen en la siguiente tabla se mostrará.

Tabla 41. Proyección depreciación por áreas (cifras en pesos).

Concepto	Valor total	2018	2019	2020	2021	2022
Área producción	7.420.000	7.420.000	7.420.000	7.420.000	7.420.000	7.420.000
Área administrativa	2.025.650	675.216	675.216	675.216	675.216	675.216
Total	9.445.650	1.525.216	1.525.216	1.525.216	1.525.216	1.525.216

7.1.3 Activos diferidos. Gastos que incurre Ghribat Alfajores para el desarrollo de actividades, pueden ser herramientas, utensilios relacionados con la adecuación de la empresa.

7.1.3.1 Utensilios. Son implementos básicos para desarrollar la producción.

Tabla 42. Utensilios.

Elemento	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Miserable	2	14.000	28.000
Bol	2	45.000	50.000
Total		59.000	78.000

7.1.3.2 Adecuación. Son elementos identificados en el estudio técnico como en el ambiental, por seguridad e integridad de los colaboradores, en la siguiente tabla se muestra los elementos de adecuación.

Tabla 43. Adecuación Ghribat Alfajores.

Concepto	Cantidad	Valor unit	Total
Extintor 20 lb	1	75.000	75.000
Soporte extintor	1	15.000	15.000
Seguridad y salud ocupacional	1	150.000	150.000
Ergonomía y antropometría	1	100.000	100.000
Camillas	1	150.000	150.000
Caneca área administrativa	1	32.900	32.900
Caneca Producción	1	59.700	59.700
Bombillos	3	42.900	42.900
Ahorrador agua	1	87.100	87.100
TOTAL			712.600

7.1.3.3 Constitución legal de Ghribat Alfajores. Son los precios que involucra la creación de la empresa y su legalización (ver tabla)

Tabla 44. Constitución de Ghribat Alfajores.

Concepto		Precio
Inscripción Cámara de Comercio de Bogotá.	Matricula mercantil	46.000
	Impuesto de registro	400.000
	Radicación RUES	41.000
	Compra libros	13.600
	Registro Libros	13.600
Uso de suelo		97.000
Registro marca		1.080.000
Certificado de bomberos		49.181
Manipulación de alimentos		36.000
Registro Sanitario		4.868.932
Total		6.645.313

7.1.3.4 Publicidad. Son los elementos y medios identificados en el estudio de mercados, se pretende que con estas herramientas sea un negocio innovador que suple las necesidades de los consumidores.

Tabla 45. Publicidad.

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Comercio E	\$ 1.000.000	\$ 1.032.500	\$ 1.066.056	\$ 1.100.703	\$ 1.136.476	\$ 1.173.411
Papelería	\$ 700.000	\$ 722.750	\$ 746.239	\$ 770.492	\$ 795.533	\$ 821388
Total	\$ 1.700.000	\$ 1.755.250	\$ 1.812.296	\$ 1.871.195	\$ 1.932.009	\$ 1.994.799

7.1.4 Capital de trabajo. Hace referencia al dinero que necesita Ghribat Alfajores para invertir y empezar a funcionar, se incluye materia prima, mano de obra directa, y costos indirectos de fabricación.

En la tabla se muestra el total de costos que incurren al año 2018 y 2019.

Tabla 46. Capital de trabajo.

Capital de trabajo	Valor (\$)
Costo de producción año	\$ 71.245.865
Numero días laborales	262
Costos diarios	\$ 271.931
Días productivos	\$ 30
Capital de trabajo	\$ 8.157.923
Imprevistos 5%	\$ 407.896
Total, capital de trabajo	\$ 7.750.027

7.2 FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

En el proyecto se realizará por parte de la autora del proyecto, la cual posee una inversión, la cual supliría las necesidades iniciales.

7.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y COMERCIALES

Se identifican y se proyectan los gastos en los que incurre Ghribat Alfajores y se relacionan con el área administrativa y comercial, donde se evidencia la nómina, publicidad, local, servicios públicos, dotación y aseo.

En la tabla se presenta la nómina para los cargos establecidos en la empresa.

Tabla 47. Nomina cargos establecidos.

Cargo	Salario
Gerente general	1.667.850
Operario	793.170
Vendedor	1.179.108
TOTAL	3.640.128

En la siguiente tabla se presenta la proyección de la nómina para los próximos cinco años.

Tabla 48. Proyección de nómina (cifras en pesos).

Cargo	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gerente	\$ 2.517.375	\$ 2.599.189	\$ 2.683.663	\$ 2.770.882	\$ 3.765.464	\$ 3.796.842
Operario	\$1.211.094	\$ 1.250.002	\$ 1.290.175	\$ 1.331.654	\$ 1.254.303	\$ 1.269.225
Vendedor	\$1.799.766	\$ 1.857.806	\$ 1.917.732	\$ 1.979.607	\$ 1.484.705	\$ 1.507.115
Dotación	\$100.000	\$ 103.250	\$ 106.606	\$ 110.070	\$ 113.648	\$ 117.341
Total	\$5.628.235	\$ 5.810.247	\$ 5.998.176	\$ 6.192.213	\$ 6.618.120	\$ 6.690.523
Total, Anual	\$ 42.022.777	\$ 86.403.864	\$ 89.062.815	\$ 91.808.232	\$ 94.642.829	\$ 97.569.566

A continuación, se presentan los cálculos prestacionales y de aportes sociales para cada cargo en la siguiente tabla.

Tabla 49. Proyección de seguridad social y caja de compensación (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Salud (8,5%)	\$ 44.555.167	\$ 46.003.208	\$ 47.498.311	\$ 49.042.020	\$ 50.635.876	\$ 52.281.544
Pensión (12%)	\$ 62.901.412	\$ 64.945.705	\$ 67.056.440	\$ 69.235.793	\$ 71.485.943	\$ 73.809.239
ARL (0,522%)	\$ 3.622.523	\$ 3.740.255	\$ 3.861.813	\$ 3.987.323	\$ 4.116.911	\$ 4.250.711
Caja C. (4%)	\$ 20.967.137	\$ 21.648.568	\$ 22.352.147	\$ 23.078.598	\$ 23.828.648	\$ 24.603.080
Total	\$ 132.046.239	\$ 136.337.736	\$ 140.768.711	\$ 145.343.734	\$ 150.067.378	\$ 154.944.574

Tabla 50. Proyección prestaciones sociales (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cesantías (8,33%)	\$ 45.658.661	\$ 47.077.777	\$ 48.542.979	\$ 50.055.814	\$ 51.617.793	\$ 53.230.547
Prima (8,33%)	\$ 45.658.661	\$ 47.077.777	\$ 48.542.979	\$ 50.055.814	\$ 51.617.793	\$ 53.230.547
I cesantía (1%)	\$ 456.587	\$ 470.778	\$ 485.430	\$ 500.558	\$ 516.178	\$ 532.305
Vacaciones (4,17%)	\$ 21.858.241	\$ 22.568.632	\$ 23.302.113	\$ 24.059.438	\$ 24.841.365	\$ 25.648.711
Total	\$ 13.632.150	\$ 17.194.965	\$ 120.873.501	\$ 124.671.624	\$ 128.593.128	\$ 132.642.111

Tabla 51. Proyección nomina por prestación de servicios (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Contabilidad	\$ 9.600.000	\$ 9.912.000	\$ 10.234.140	\$ 10.566.750	\$ 10.910.169	\$ 11.264.750
Total	\$ 9.600.000	\$ 9.912.000	\$ 10.234.140	\$ 10.566.750	\$ 10.910.169	\$ 11.264.750

7.3.1 Servicios públicos. Para el cálculo de servicios públicos se realizará una estimación del consumo y se multiplicará por la anualidad.

Tabla 52. Servicios públicos.

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total	\$ 2.820.000	\$ 2.911.650	\$ 3.006.279	\$ 3.103.983	\$ 3.204.862	\$ 3.305.741

7.3.2 Depreciaciones muebles, enseres, comunicación y computo. Pertencen los elementos de la organización como muebles, equipos de comunicación y computo.

Tabla 53. Proyección depreciación muebles, enseres comunicación y computo.

Concepto	Valor total	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Maquinaria y equipo	\$ 2.668.410	\$ 266.841	\$ 266.841	\$ 266.841	\$ 266.841	\$ 266.841	\$ 266.841
Equipo de comunicación y cómputo	\$ 1.668.740	\$ 556.247	\$ 556.247	\$ 556.247	0	0	0
Total	\$ 4.337.150	\$ 823.088					

7.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Son los costos que se incurren para ejecutar la actividad principal la cual se centra en el área de producción.

7.4.1 Materia prima. Son los elementos que se deben utilizar para elaborar el producto, se tomara como referencia la demanda ajustada la cual se determinó en el estudio de mercados, en la siguiente tabla se mostrara la demanda ajustada con el producto.

Tabla 54. Demanda ajustada (cifras en pesos).

	Año	Demanda mes	Demanda Anual	Crecimiento
	2018	1.728	20.736	0
	2019	1.944	23.328	2.592
	2020	2.136	25.632	2.304
	2021	2.352	28.224	2.592
	2022	2.544	30.528	2.304
	2023	2.627	31.524	996
	Total	13.331	159.972	10.788

Posteriormente se efectuará el costo unitario del producto, con base en los costos obtenidos anteriormente, así se evidenciará el costo del producto con los costos totales anuales.

Tabla 55. Proyección costo unitario (cifras en pesos).

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Alfajor	\$ 1.000	\$ 1.033	\$ 1.066	\$ 1.101	\$ 1.136	\$ 1.173
TOTAL	\$ 1.000	\$ 1.033	\$ 1.066	\$ 1.101	\$ 1.136	\$ 1.173

Tabla 56. Proyección materia prima (cifras en pesos).

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Alfajor	\$ 1.920.000	\$ 1.982.400	\$ 2.046.828	\$ 2.113.350	\$ 2.182.034	\$ 2.252.950
TOTAL	\$ 1.920.000	\$ 1.982.400	\$ 2.046.828	\$ 2.113.350	\$ 2.182.034	\$ 2.252.950

7.4.2 Mano de obra directa. Es el personal competente para Ghribat Alfajores, los cuales llevan a cabo las actividades de la empresa, en la siguiente tabla se muestra la nómina correspondiente.

Tabla 57 . Nómina mano de obra (cifras en pesos).

Cargo	Salario
Operario	781.242
Servicios G	83.400
TOTAL	864.642

Planteada la nómina se procede a realizar la proyección de la nómina anual, en la siguiente tabla se muestra.

Tabla 58. Proyección de nómina mano de obra (cifras en pesos).

Cargo	Salario	2018	2019	2020	2021	2022
Operario	781.242	9.374.904	9.774.904	10.174.904	10.574.904	10.974.904
TOTAL	781.242	9.374.904	9.774.904	10.174.904	10.574.904	10.974.904

Servicios públicos área de producción. Se calculan los costos que se generan en el área de producción, a continuación, se realiza anualmente la cuenta de los servicios utilizados.

Tabla 59. Servicios área de producción.

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total	\$ 2.820.000	\$ 2.911.650	\$ 3.006.279	\$ 3.103.983	\$ 3.204.862	\$ 3.305.741

Siguiente a esto se realiza los costos anuales de producción, en la siguiente tabla se observarán todos los costos pertinentes.

Tabla 60. Costos anuales de producción (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
(MP, MOD, CIF)	\$ 14.421.314	\$ 14.857.506	\$ 15.307.875	\$ 15.772.881	\$ 16.253.000	\$ 16.733.119

7.5 PRECIO DE VENTA

Este se calcula relacionando el costo unitario del producto por el margen de utilidad que se espera recibir. Con la siguiente ecuación se desea obtener el precio de venta aplicando un 60% como margen de utilidad para el alfajor artesanal.

Ecuación 7. Precio de venta.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{costo unitario}}{1 - \% \text{ de utilidad}}$$

Fuente: BANCOLOMBIA. Tabla macroeconomicos proyectados.

Disponible en: <https://www.gerencie.com/el-costo-unitario-de-fabricacion-de-un-producto-y-la-determinacion-del-precio-de-venta.html>. Consultado: Mayo 30 de 2018

Se tiene en cuenta el precio de venta en la siguiente tabla para el producto y su proyección.

Tabla 61. Precio de venta (cifras en pesos).

Producto	2018	2019	2020	2021	2022
Alfajor	\$ 1.000	\$ 1.033	\$ 1.066	\$ 1.101	\$ 1.136

Con base en la tabla anterior se presenta los ingresos totales obtenidos del precio de venta correspondiente por las unidades que se van a producir anualmente.

Tabla 62. Ingresos anuales de Ghribat Alfajores (cifras en pesos).

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Alfajor		\$ 20.736.000	\$ 24.086.160	\$ 27.325.154	\$ 31.066.244	\$ 34.694.337

7.6 ESTADO DE RESULTADOS

A continuación, se presenta en la siguiente tabla el estado de resultados del proyecto, donde servirá como base para obtener el flujo de caja neto.

Tabla 63. Estado de resultados (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ventas netas ingresos operacionales		\$ 20.736.000	\$ 24.086.160	\$ 27.325.154	\$ 31.066.244	\$ 34.694.337
(*) costo de ventas operativo	\$ 14.421.314	\$ 14.857.506	\$ 15.307.875	\$ 15.772.881	\$ 16.253.000	\$ 16.733.119
Utilidad bruta		\$ 5.878.494	\$ 8.778.285	\$ 11.552.273	\$ 14.813.244	\$ 17.961.218
(-) gastos administrativos	\$42.189.322	\$ 44.331.040	\$ 46.542.364	\$ 48.825.556	\$ 51.182.952	\$ 53.540.348
(*) gastos de ventas	\$ 2.863.287	\$ 2.954.260	\$ 3.050.274	\$ 3.149.408	\$ 3.251.763	\$ 3.357.446
Utilidad operativa		-\$ 41.406.806	-\$ 40.814.352	-\$40.422.690	-\$ 39.621.471	-\$ 38.936.575
Amortización de diferidos		\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583
Utilidad antes de impuestos		-\$ 43.218.389	-\$ 42.625.935	-\$ 42.234.273	-\$ 41.433.054	-\$ 40.748.158
(-) impuesto renta		0	0	0	0	0
Utilidad		-\$ 43.218.389	-\$ 42.625.935	-\$ 42.234.273	-\$ 41.433.054	-\$ 40.748.158

7.7 FLUJO DE CAJA

Son las relaciones que existen entre entradas y salidas de caja o efectivo de Ghribat Alfajores, en un periodo de tiempo comprendido.

Tabla 64. Flujo de caja (cifras en pesos).

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad o pérdida neta		-\$ 43.218.389	-\$ 42.625.935	-\$ 42.234.273	-\$ 41.433.054	-\$ 40.748.158
(+) depreciación		\$ 849.838	\$ 849.838	\$ 849.838	\$ 266.841	\$ 266.841
Amortización de diferidos		\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583
(-) inversión	22000000					
flujo de caja neto	-22000000	-\$ 40.556.968	-\$ 39.964.514	-\$ 39.572.852	-\$ 39.354.630	-\$ 38.669.734

7.8 INDICADORES FINANCIEROS

Son herramientas financieras que permiten evaluar si Ghribat Alfajores es la ciudad de Bogota es factible, viable y rentable, se calcularan los indicadores financieros, valor presente neto, tasa interna de retorno y relacion beneficio costo, estos indicadores se realizaran con la tasa interna de oportunidad.

7.8.1 Tasa interna de oportunidad (TIO). Es la tasa minima que el inversionista esta dispuesto a recibir por llevar a cabo el proyecto planteado, este se calcula sumando el promedio de las ultimas 10 semas del DTF, IPC y porcentaje esperado.

Tabla 65. DTF.

Desde	Hasta	DTF
23/04/2018	29/04/2018	4,88%
16/04/2018	22/04/2018	4,91%
09/04/2018	15/04/2018	4,94%
02/04/2018	08/04/2018	4,89%
26/03/2018	01/04/2018	5,00%
19/03/2018	25/03/2018	4,99%
12/03/2018	18/03/2018	4,99%
05/03/2018	11/03/2018	5,10%
26/02/2018	04/03/2018	5,10%
19/02/2018	25/02/2018	5,00%
12/02/2018	18/02/2018	5,14%
05/02/2018	11/02/2018	5,10%
PROMEDIO		5,00%

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA. Disponible en:
<http://www.banrep.gov.co/es/df>. Consultado: 4 de
junio de 2017

Se obtiene como DTF el 5,00%, considerando el IPC para el año 2019 con 3,25%, la inversion que se va a generar es de, con la siguiente ecuacion se determinara la TIO.

Ecuación 8. Determinación TIO.

$$TIO = (1 + 5,00\%) * (1 + 3,25\%) * (1 + 6\%) - 1 = 15 \%$$

Con el siguiente resultado se obtuvo el calculo de la TIO

Tabla 66. Calculo TIO.

TIO	
DTF	5,00%
IPC	3,25%
% esperado	6,00%
TOTAL	15%

7.8.2 Valor Presente Neto (VPN). Determina si una inversión cumple con el objetivo básico financiero, maximizar la inversión. Permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa.

Ecuación 9. Valor presente neto.

$$VPN = -I + \frac{FNE1}{(1+i)} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE2}{(1+i)^3} + \frac{FNE2}{(1+i)^4} + \frac{FNE2}{(1+i)^5}$$

Fuente: MUÑOZ PEÑA, Fernando. Cátedra Ingeniería financiera “Indicadores” (2016).

Dónde:

VPN = Valor presente neto

I = Inversión inicial

FNE = Flujo neto de efectivo de cada uno de los periodos

i = TIO

$$VPN = -14.857.506 + \frac{-40.556.968}{(1+15)^1} + \frac{-39.964.514}{(1+15)^2} + \frac{-39.572.852}{(1+15)^3} + \frac{-39.354.630}{(1+15)^4} + \frac{-38.669.734}{(1+15)^5} = \$ -155.232.465$$

Tabla 67. VPN.

Concepto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad o pérdida neta		-\$ 42.218.389	-\$ 41.625.935	-\$ 41.234.273	-\$ 40.433.054	-\$ 39.748.158
(+) depreciación		\$ 849.838	\$ 849.838	\$ 849.838	\$ 266.841	\$ 266.841
Amortización de diferidos		\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583	\$ 1.811.583
(-) inversión	14.857.506					
flujo de caja neto	-14.857.506	-\$ 39.556.968	-\$ 38.964.514	-\$ 38.572.852	-\$ 38.354.630	-\$ 37.669.734

Debido al resulta del flujo neto se evidencian todos los resultados negativos, lo cual no permite evaluar los indicadores financieros como tasa interna de retorno, periodo retorno de inversión. Lo cual hace que el proyecto no se factible, viable ni rentable.

8. CONCLUSIONES

- En el diagnóstico del proyecto se obtuvo como resultado que el subsector de alimentos está en continuo crecimiento, teniendo en cuenta el alza de IVA, se refleja que las pequeñas empresas no soportan esta carga y las cierran, la industria de panadería y/o repostería es un negocio lucrativo ya que satisface la necesidad diaria a los consumidores, donde se pueden apreciar todo tipo de sabores, texturas, calidad y precio, anualmente posee un crecimiento de 3,1 %.
- Se realizó el estudio de mercados el cual se dirigió a instituciones educativas universitarias y académicas para dar a conocer el producto, actualmente donde se desarrolló el proyecto no existe grandes competidores únicamente existe la competencia con Alfajores del cerro, donde su competencia será por calidad, precio y frescura del producto, el cual ofrece muchas ventajas para la satisfacción del consumidor.
- Según el estudio técnico se desarrolló la toma de tiempos de producción pertinente, se determinaron las herramientas y espacio necesario para el desarrollo de la actividad, se escogió como proveedor a Castilac para tener seguridad de obtener un producto de calidad.
- Se recomienda diseñar un plan estratégico donde se implementará y capacitara a los colaboradores de la empresa, se implementó el organigrama de acuerdo con las necesidades de esta y nómina ofrecerá alfajores con calidad, ofreciendo experiencias a los consumidores, donde garantices la calidad, precio y sostenibilidad.
- Se estableció un plan de manejo ambiental que permitirá mitigar, controlar y corregir los impactos ambientales que puedan ocurrir en el desarrollo del proyecto, este incluye uso y manejo eficiente de cada recurso según su necesidad, así como la ubicación de puntos de reciclaje.
- Se estableció la constitución legal de la empresa, escogiendo los beneficios otorgados para las acciones simplificadas, para establecer legalmente la compañía; donde se deben cumplir ciertos requisitos para la constitución plasmados anteriormente.
- En el estudio financiero se evaluaron los indicadores de acuerdo con la información suministrada y obtenida los costos son muy elevados respecto a los ingresos, donde se obtiene como resultado que el proyecto no es factible, viable ni rentable.

9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar permanentemente un estudio de mercados para conocer las preferencias y nichos donde se pueda ampliar la demanda, a partir de una producción a mayor escala el proyecto puede ser viable.
- Desarrollar herramientas para la mejora de tiempos en producción.
- Ampliar el portafolio del producto en la misma línea, dando oportunidad de nuevos sabores y presentaciones.
- Realizar una ampliación a nivel publicitario para llegar a diferentes clientes en Bogotá.
- Expandir el proyecto a otras ciudades de Colombia, después de posicionarla inicialmente en Bogotá.

BIBLIOGRAFÍA

APAZA. Rubén. Seguridad y Salud Ocupacional: Definición (2016). [En línea] Disponible en: <http://www.rubenapaza.com/2012/12/seguridad-y-salud-ocupacional-definicion.html>. Recuperado el 2 de abril de 2016

ADXPANSION. 2008. Contratación e inducción. Administración de empresas. [en línea] 20 de febrero de 2018.

BANCO DE LA REPÚBLICA. Informe de coyuntura económica regional 2015. {En línea} {18 de Enero de 2017} Disponible en: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/icer_cundinama_rca_2015.pdf

CHIAVENATO, Alberto Nuevos desafíos de la gestión del talento humano. VALERO, Julio. Gestión del Talento Humano.2012. p.4
FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMERICA. Reglamento de presentación de trabajos de grado. 2006

CONTABILIDAD.COM.PY. 2007. Contabilidad.com. p. y [En línea] 20 de mayo de 2018.

DANE. Boletín Técnico. Cuentas Trimestrales – Colombia. Producto Interno Bruto (PIB) Tercer Trimestre de 2016. {En línea} Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IIItrim16_oferta_demanda.pdf {09 enero 2017}.

DANE. Encuesta nacional agropecuario. {En línea} {15 de marzo de 2017}. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/enda/ena/2015/boletin_ena_2015.pdf

DANE. Informe de coyuntura económica regional de Cundinamarca. III trimestre 2000. {En línea} Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/icer/2000/cundinamarca/t3.pdf> {19 de enero de 2017}
DECRETO 2099 DE 2016. Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. {En línea} {14 de enero de 2017} Disponible en: www.minambiente.gov.co

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMERICA. Reglamento de estudiantes. 2016
INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN (ICONTEC). Fichas técnicas de un producto. [En línea]. Disponible en: <http://www.icontec.org/index.php/es/portafolio-normalizacion/43-colombia/normalizacion/1209-fichas-tecnicas-de-producto>. Recuperado el 5 de abril de 2016

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486. Sexta actualización, 1 ed. Bogotá: ICONTEC, 2008.33 p.

_____. Referencias bibliográficas, contenido, forma y estructura NTC 5613. 1 ed. Bogotá: El instituto, 2008. 38. p.

_____. Referencias documentales para fuentes de la información electrónicas. NTC 4490. 1 ed. Bogotá: El instituto 1998. 23 p.

MERINO SANZ. María. Introducción a la investigación de mercados. Madrid: ESIC, 2010. 213p.

MEDINA, Mariana. Política organizacional. Concepto y esquema en la empresa. [En línea] Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la-empresa/>. Recuperado el 5 de abril de 2016

SOLÓRZANO ARROYO. Olman. Manual de conceptos de Riesgos y Factores de Riesgo Para Análisis de Peligrosidad. [En línea]. Disponible en: http://www.mag.go.cr/acerca_del_mag/circulares/rec_hum-manual-riesgos-peligrosidad.pdf. Recuperado el 3 de abril de 2016

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (2012). Seminario de investigación. Lección 3. Información primaria y secundaria. [En línea] Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/109105/seminariodeinvestigacioposgrado/leccion_3_informacin_primaria_y_secundaria.html, recuperado: 3 de abril del 2016

ANEXOS

Anexo A
ENCUESTA

Buenos días/ tardes

Soy estudiante de la Universidad de América, estoy realizando una encuesta para valorar el conocimiento del Alfajor Artesanal.

La información que me proporciones será utilizada para conocer el grado de aceptación de Alfajor artesanal en las cafeterías de las instituciones universitarias. El cuestionario durara 5 minutos aproximadamente gracias.

- **Pregunta 1.** ¿Conoce el auténtico Alfajor Artesanal en la ciudad de Bogotá?

Si ___

No___

- **Pregunta 2.** ¿Cómo califica la creación de una empresa productora y distribuidora de Alfajor Artesanal para las cafeterías universitarias?

Muy interesante ___

Nada interesante___

- **Pregunta 3.** ¿Cuáles son los aspectos más importantes para elegir un producto como el alfajor artesanal?

Calidad___

Precio___

Tiempo___

- **Pregunta 4.** ¿Se consumen productos de alta repostería en esta institución?

Si___

No___

- **Pregunta 5.** ¿Compraría Alfajor Artesanal para distribuirlo en la cafetería de la institución?

Si___

No___

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

Firma _____

Anexo B
ENCUESTA CAFETERIA UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

Buenos días/ tardes

Soy estudiante de la Universidad de América, estoy realizando una encuesta para valorar el porcentaje de participación de consumo de Alfajor Artesanal.

La información que me proporciones será utilizada para conocer el porcentaje de aceptación de Alfajor artesanal en las cafeterías de las instituciones universitarias. El cuestionario durara 5 minutos aproximadamente gracias.

- **Pregunta 1.** ¿Cuál es el porcentaje de estudiantes que usa el servicio de cafetería en la Universidad Jorge Tadeo Lozano?
- **Pregunta 2.** ¿Qué porcentaje de estudiantes consume productos de repostería?
- **Pregunta 3.** ¿Qué porcentaje cree usted que está dispuesto a consumir alfajor artesanal?

Firma _____

Anexo C
ENCUESTA COLEGIO INGLATERRA REAL CHAPINERO

Buenos días/ tardes

Soy estudiante de la Universidad de América, estoy realizando una encuesta para valorar el conocimiento del Alfajor Artesanal.

La información que me proporciones será utilizada para conocer el grado de aceptación de Alfajor artesanal en colegio Inglaterra Real Chapinero para ser distribuido la cafetería de la institución educativa. El cuestionario durara 5 minutos aproximadamente gracias.

- **Pregunta 1.** ¿Conoce el auténtico Alfajor Artesanal en la ciudad de Bogotá?

Si ____

No ____

- **Pregunta 2.** ¿Cómo califica la creación de una empresa productora y distribuidora de Alfajor Artesanal para la cafetería de esta institución?

Muy interesante ____

Nada interesante ____

- **Pregunta 3.** ¿Cuáles son los aspectos más importantes para elegir un producto como el alfajor artesanal?

Calidad ____

Precio ____

Tiempo ____

- **Pregunta 4.** ¿Se consumen productos de alta repostería en esta institución?

Si ____

No ____

- **Pregunta 5.** ¿Compraría Alfajor Artesanal para distribuirlo en la cafetería de la institución en los meses estipulados como prueba del producto los cuales son junio, julio, diciembre y enero?

Si ____

No ____

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

Firma _____

Anexo D
FORMATO TOMA DE TIEMPOS

		FORMATO PARA LA TOMA DE TIEMPOS							F-TT	
Producto		Alfajor artesanal			Fecha		Abril de 2018			
Proceso		Proceso producción Alfajor artesanal			Nombre operario		Idina Calvachi Jimenez			
Origen toma de tiempos		Establecer tiempo estándar del proceso			Área		Producción			
Nombre analista		Idina Calvachi Jimenez								
	Elemento	V.r.	1	2	3	T.C PROM	T. NORM	N° CICLOS	TIEMPO ESTANDAR	
1	Recepción de materia prima	100	2,122	2,111	2,121	2,12	2,12	3	2,26	
2	Selección de materia prima	90	1,238	1,237	1,222	1,23	1,10	3	1,17	
3	Inspección de materia prima	90	0,801	0,804	0,802	0,80	0,72	3	0,76	
4	Separación de materia prima	100	0,904	0,907	0,905	0,91	0,91	3	0,97	
5	Transporte área de mezcla	100	0,325	0,322	0,320	0,32	0,32	3	0,34	
6	Mezcla de materia prima masa	100	10,5	12,4	10,6	11,17	11,17	3	11,94	
7	Inspección de calidad masa	90	0,701	0,704	0,705	0,70	0,63	3	0,67	
8	Transporte adición materias primas finales	100	0,211	0,222	0,212	0,22	0,22	3	0,23	
9	Secado	90	180	180	180	180	162	3	173,17	
10	Adición materias primas finales	100	180	180	180	180	180	3	192,42	
11	Inspección adición materias primas	90	5,5	5,6	6,6	5,90	5,31	3	5,67	
12	Colocar empaque	100	60,4	60	60,8	60,40	60,41	3	64,57	
13	Transporte etiqueta y embalaje	100	0,411	0,421	0,410	0,41	0,41	3	0,43	
14	Etiqueta y embalaje	90	30,5	31,6	30,1	30,73	27,65	3	29,55	
15	Inspección de producto terminado	90	6,6	6,1	6,6	6,43	5,78	3	6,17	
16	Transporte área almacenamiento	100	0,321	0,319	0,320	0,32	0,32	3	0,34	
17	Cargue del producto terminado	90	1,768	2,3	2,25	2,11	1,89	3	2,02	
	Suplementos	6,9%						TOTAL	489,990	

Anexo E
COTIZACIONES

Cocina Profesional De
Acero Inoxidable
Gridmann, Preparación



\$ 865.777

36 cuotas de \$ 24.049



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío.

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:

1

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 432 Mercado Puntos.

Horno De Panadería De
Dos Cámaras Todo En
Acero



\$ 850.000

12 cuotas de \$ 70.833 sin interés



Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Bogotá, Bogotá D.C.

[Consultar costos](#)

¡Único disponible!

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Nevera Colombiana 150
Litros Con Escarcha Color
Titanio



★★★★★ 3 opiniones

\$ 555.900

36 cuotas de \$ 15.442



Más información

Envío gratis a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío.

[Calcular cuándo llega](#)

Cantidad:

1

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 277 Mercado Puntos.

Nuevo

Chard Mm-102 Meat Mixer Con Tolva De Acero Inoxidable,

\$ 396.733

12 cuotas de \$ 33.061 sin interés



[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Nuevo

Bowls En Acero Inoxidable 4 Cuartos

\$ 45.000

36 cuotas de \$ 1.250



[Más información](#)

Envío a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular costos](#)

Cantidad:

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Nuevo

Paleta Espatula Dedo Magico Miserable Reposteria

\$ 14.000

12 cuotas de \$ 1.167 sin interés



[Más información](#)

Envío a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular costos](#)

¡Único disponible!

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 7 Mercado Puntos.

Teléfono Inalámbrico Motorola MOTO400 CA-Negro



Marca [Motorola](#) | [Más Batería Externa, Cargadores y Cables para Celulares de Motorola](#) · 3 disponibles · ★★★★★(0) · Sin reseñas | [Escribe tu Reseña](#)



- Conectividad Inalámbrica.
- 5 timbres y 5 niveles de volumen.
- 10 números de marcado rápido.
- Luces indicadoras

[Más información](#)

\$86.950

Pagando con Tarjeta Linio

\$69.560

AÑADIR AL CARRITO



¡Tus compras están seguras!
Devoluciones gratuitas

*Aplican condiciones

23%



Portátil HP 14" - 4GB - Intel Pentium - Disco Duro 1TB - 14-BS008LA

HP | Código de producto: 0975755

★★★★★ (0 valoraciones)

Características principales:

Dale más poder a tus días con una laptop atractiva, creada para mantenerte conectado y con todas las tareas bajo control, con desempeño confiable y batería duradera.

Precio Regular: ~~\$1.299.000~~

Precio Ahora: **\$999.000**

1



COMPRAR



Tu carrito está vacío



Envíos gratis en compras de mercado superiores a \$200.000



Tu compra es 100% segura



Con todas tus compras de productos Jumbo acumulas **Puntos Cencosud**



Hp Impresora Todo En Uno 2135 Incluye Los Cartuchos 664

\$ 112900



36 cuotas de \$ 3136



[Más opciones](#)



Envío gratis

AGREGAR AL CARRITO

CONTACTAR



Escritorio En L 1 Puerta. Wengue

from Mercadolibre Colombia

Escritorio En L 1 Puerta. Wengue

[Ver más detalles en Mercadolibre Colombia »](#)

COP379,900

Mercadolibre Colombia

Shop



22 de junio de 2018
Erick Gutiérrez Panneso

Cordial Saludo

Ofrezco mis servicios de Marketing y Publicidad, para la organización, adecuación y cumplimiento de mercadeo y publicidad solicitada por, la empresa Ghribat Alfajores, con un costo anual por mis servicios de 1.700.000 Pesos Colombianos, identificándome como ERICK GUTIERREZ PANNESO identificada con CEDULA DE CIUDADANIA 51.273.352 de Bogotá.

Erick Gutiérrez Panneso
Celular 3214752298

22 de junio de 2018
Norma Jeani Jimenez Cortes

Cordial Saludo

Ofrezco mis servicios como Contador público, para la organización, adecuación y cumplimiento de la información financiera pertinente, a la empresa Ghribat Alfajores, con un costo mensual | por mis servicios de 800.000 Pesos Colombianos, identificándome como NORMA JEANI JIMENEZ CORTES identificada con CEDULA DE CIUDADANIA 51.873.459 de Bogotá.

Norma Jeani Jimenez Cortes
Celular 3144881290

Anexo F
MANUAL DE FUNCIONES

		MANUAL DE FUNCIONES		FORMATO:2018	
Elaborado por: Idina Calvachi		Aprobado por:		Fecha: 29 Mar 2018	Versión: 1
ASPECTOS GENERALES					
Nombre del cargo:		Operario			
Número de cargos:		1			
Jefe inmediato:		No aplica			
Requisitos académicos:		Título en panadería y repostería.			
Requisitos de experiencia:		1 años experiencia			
OBJETIVO DEL CARGO					
Planear, desarrollar el respectivo proceso en el área de producción, identificando y desarrollando herramientas competitivas para el desarrollo de producto.					
FUNCIONES DEL CARGO					
Control de calidad materias primas Buen uso de recursos para la producción Mantener en óptimas condiciones las herramientas y utensilios Desarrollar la receta al pie de la letra para el producto					
PERFIL DEL CARGO					
HABILIDADES Y COMPETENCIAS					
Contacto con el cliente		Directo			
Habilidades		Liderazgo, comprensión, creatividad, responsabilidad, disciplina.			
Formación		Panadería, repostería			
RESPONSABILIDADES					
Maquinaria y equipo		Toda			
Materiales		Insumos y materias primas empresa			
Personal a cargo					
Procesos a cargo		Producción alfajor artesanal			
ESFUERZO					
Físico		Medio, existe actividad física			
Mental		Bajo, desarrollo producción			
Visual		Medio, su esfuerzo es normal			

		MANUAL DE FUNCIONES		FORMATO:2018	
Elaborado por: Idina Calvachi		Aprobado por:		Fecha: 29 Mar 2018	Versión: 1
ASPECTOS GENERALES					
Nombre del cargo:		Gerente			
Número de cargos:		1			
Jefe inmediato:		No aplica			
Requisitos académicos:		Título profesional universitario en administración de empresas, ingeniería industrial. Posgrado en gerencia.			
Requisitos de experiencia:		2 años experiencia			
OBJETIVO DEL CARGO					
Planear, dirigir y coordinar el área de producción y ventas, identificando y desarrollando herramientas competitivas para el desarrollo continuo de la organización.					
FUNCIONES DEL CARGO					
Controlar y asignar recursos Gestionar y desarrollar planes estratégicos para el desarrollo de la organización Realizar control y evaluación con los proveedores Controlar y evidenciar cumplimiento de la planeación estratégica					
PERFIL DEL CARGO					
HABILIDADES Y COMPETENCIAS					
Contacto con el cliente		Directo			
Habilidades		Liderazgo, comprensión, creatividad, responsabilidad, disciplina.			
Formación		Administración, finanzas, talento humano, gerencia.			
RESPONSABILIDADES					
Maquinaria y equipo		Toda			
Materiales		Insumos y materias primas empresa			
Personal a cargo		Producción y ventas			
Procesos a cargo		Cumplimiento planeación estratégica			
ESFUERZO					
Físico		Bajo, no existe actividad física			
Mental		Alto, contacto con la organización y planes			
Visual		Medio, su esfuerzo es normal			

Anexo G
ACTA Y ESTATUTOS

ACTA DE CONSTITUCION Y ESTATUTOS

Artículo 1º. Forma. - La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará Ghribat Alfajores S.A.S, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto PUNTO DE COMIDAS **Así** mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3º. Domicilio. - El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de y su dirección para notificaciones judiciales será la. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración. - El término de duración será _____.

Capítulo II Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5º. Capital Autorizado. - El capital autorizado de la sociedad es de 19.000.000,

Artículo 6º. Capital Suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es de 19.000.000.

Artículo 7º. Capital Pagado. - El capital pagado de la sociedad es de dividido

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital. - El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento. **(NOTA: OMITA ESTE PARAGRAFO SI EL MONTO DEL CAPITAL SUSCRITO HA SIDO INTEGRAMENTE PAGADO AL MOMENTO DE LA CONSTITUCIÓN)**

(NOTA: El artículo 378 del Código de Comercio establece que las acciones en las que se divide el capital son indivisibles, por lo tanto, determínelas en números enteros)

Artículo 8º. Derechos que confieren las acciones. - En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9º. Naturaleza de las acciones. - Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10º. Aumento del capital suscrito. - El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11º. Derecho de preferencia. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero. - El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo. - No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. Clases y Series de Acciones. - Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo. - Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. Voto múltiple. - Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14º. Acciones de pago. - En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil. - Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16º. Restricciones a la negociación de acciones. - Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que

medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17º. Cambio de control. - Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Órganos sociales

Artículo 18º. Órganos de la sociedad. - La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19º. Sociedad devenida unipersonal. - La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se les confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20º. Asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21º. Convocatoria a la asamblea general de accionistas. - La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22º. Renuncia a la convocatoria. - Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23º. Derecho de inspección. - El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable,

legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24º. Reuniones no presenciales. - Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25º. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- La modificación de la cláusula compromisoria;
- La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple;
- y
- La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo. - Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26º. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27º. Actas. - Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28º. Representación Legal. - La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien tendrá suplente, designados para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29º. Facultades del representante legal. - La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV Disposiciones Varias

Artículo 30º. Enajenación global de activos. - Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31º. Ejercicio social. - Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1º de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32º. Cuentas anuales. - Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33º. Reserva Legal. - la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34º. Utilidades. - Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35º. Resolución de conflictos. - Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36º. Cláusula Compromisoria. - La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (), se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37º. Ley aplicable. - La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV Disolución y Liquidación

Artículo 38º. Disolución. - La sociedad se disolverá:

1º Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si los hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2º Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3º Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4º Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5º Por orden de autoridad competente, y

6º Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero. - En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39º. Enervamiento de las causales de disolución. - Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6º del artículo anterior.

Artículo 40º. Liquidación. - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

1. **Representación legal.** - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a india Giovanna Calvache Jiménez identificado con el documento de identidad No. 1.026.576.883, como representante legal de Ghribat alfajores SAS, por el término de 1 año.

Representación legal suplente. - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, por el término de 1 año.

Tanto el representante legal, como su suplente, participan en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de Ghribat Alfajores SAS.

2. **Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.** - A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, SAS asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:

3. **Personificación jurídica de la sociedad.** - Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Ghribat Alfajores formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

NOTA: El documento debe tener reconocimiento de firma y contenido ante notario por parte de todos los accionistas.

Anexo H
ASIGNACIÓN DE NIT

SOLICITUD DE ASIGNACION NIT

Para procesar su solicitud de NIT le pedimos, por favor, complete o confirme la siguiente información:

Datos Generales

RUC: DV:

Nombres:

Teléfonos/Correo electrónico

Teléfono (No puede ser celular): *E-mail (Campo obligatorio):
*Confirmar E-mail (Campo obligatorio):

Información Complementaria para Verificación

Fecha Nacimiento: Día Mes Año: Lugar de Nacimiento: Fecha Expiración Cédula: Día Mes Año:

Nombre del Padre ó de la Madre:

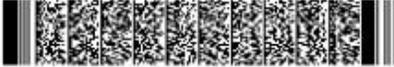
Padre: Primer Nombre Segundo Nombre Primer Apellido Segundo Apellido

Madre:

A continuación escriba la clave que utilizará como firma magnética (NIT)

Es Obligatorio que la clave tenga 4 números al inicio y al menos 4 caracteres adicionales (letras, números). NIT: Confirmar NIT:

Anexo I
REGISTRO UNICO TRIBUTARIO

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
2. Concepto: <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 2 Actualización Espacio reservado para la DIAN 				4. Número de formulario: 14348006767  <small>(415)770722489934(8020) 0000014348006767</small>			
5. Número de identificación Tributaria (NIT): 8 0 0 2 5 4 0 0 2 - 7		6. DV: 7		12. Dirección o sucursal: Impuestos y Aduanas de Santa Marta		14. Buzón electrónico: <input type="text" value="19"/>	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica <input type="checkbox"/> 1		25. Tipo de documento: <input type="text"/>		26. Número de identificación: <input type="text"/>		27. Fecha expedición: <input type="text"/>	
Lugar de expedición: <input type="text"/>		28. País: <input type="text"/>		29. Departamento: <input type="text"/>		30. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>	
31. Primer apellido: <input type="text"/>		32. Segundo apellido: <input type="text"/>		33. Primer nombre: <input type="text"/>		34. Otros nombres: <input type="text"/>	
35. Razón social: ASOCIACION DE USUARIOS DEL DISTRITO DE ADECUACION DE TIERRAS DE GRAN ESCALA DE ARACATACA							
36. Nombre comercial: <input type="text"/>							
37. Sigla: USO-ARACATACA							
UBICACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: <input type="text" value="169"/> Magdalena		40. Ciudad/Municipio: <input type="text" value="47"/> Aracataca		<input type="text" value="053"/>	
41. Dirección principal: CARRERA 1 E 6 40							
42. Correo electrónico: usoaracataca@gmail.com		43. Apartado aéreo: <input type="text"/>		44. Teléfono 1: <input type="text" value="54271519"/>		45. Teléfono 2: <input type="text"/>	
CLASIFICACION							
Actividad principal 46. Código: <input type="text" value="9499"/>		Actividad secundaria 47. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="19950213"/>		Otras actividades 48. Código: <input type="text"/>		49. Fecha inicio actividad: <input type="text"/>	
50. Código: <input type="text" value="1"/>		<input type="text" value="2"/>		51. Código: <input type="text"/>		52. Número establecimiento: <input type="text"/>	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código: <input type="text" value="671416"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>		<input type="text"/>	
05- Ingresos y patrimonio. 07- Retención en la fuente a título de renta. 14- Informante de exogena. 16- Obligación facturar por ingresos bienes y/o servicios.							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código: <input type="text"/>				55. Forma: <input type="checkbox"/>		56. Tipo: <input type="checkbox"/>	
<input type="text"/>				Servicio: <input type="checkbox"/>		57. Modo: <input type="checkbox"/>	
<input type="text"/>				58. CPC: <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de folios: <input type="text" value="0"/>		61. Fecha: <input type="text" value="20150824"/>			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2460 de Noviembre de 2013. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre: MARTINEZ GARCIA ROGELIO 985. Cargo: Representante legal Certificado			

Anexo J
REGISTRO CON OTRAS ENTIDADES

Anexo K
SOLICITUD NUMERACIÓN FACTURACIÓN

 DIAN <small>Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales</small>		Solicitud sobre Numeración de Facturación				1302	
Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario 000-			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres	
900.297.955		1 0		0	0	0	
11. Razón social							
GOLDEN KING LTDA							
Rangos de numeración para autorizar, habilitar o inhabilitar							
Item	24. Modalidad facturación	25. Prefijo	26. Desde el número	27. Hasta el número	28. Tipo de solicitud		
1	01	FAC	1	1000	01		
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							

Anexo L
IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO

		Declaración del Impuesto sobre las Ventas - IVA			Privada		300	
1. Año: <input type="text"/>		3. Período: <input type="text"/>			4. Número de formulario			
Colombia un compromiso que no podemos evadir								
Lea cuidadosamente las instrucciones								
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. D.V.		7. Primer apellido		8. Segundo apellido		9. Primer nombre
11. Razón social								12. Cód. División Sectorial
24. Periodicidad de la declaración, marque "X":		Bimestral <input type="checkbox"/>		Cuatrimestral <input type="checkbox"/>				
Si es una corrección indique:		25. Cód.		26. No. Formulario anterior				
Ingresos		Por operaciones gravadas al 5%		27		En venta con base de producción nacional o importada		61
		Por operaciones gravadas a la tarifa general		28		En venta de licencias, arrendamientos, viáticos y similares		62
Compras		A. U. por operaciones gravadas (base gravable especial)		29		En retro de inventario para activos fijos, consumo, muestras gratis o donaciones		63
		Por exportación de bienes		30		IVA recuperado en devoluciones en compras anuladas, rescindidas o reemplazadas		64
Nacionalidad		Por exportación de servicios		31		Total impuesto generado por operaciones gravadas (Suma 57 a 64)		65
		Por ventas a sociedades de comercialización internacional		32		Por importaciones gravadas a la tarifa del 5%		66
Control de saldos		Por ventas a Zonas Francas		33		Por importaciones gravadas a la tarifa general		67
		Por juegos de suerte y azar		34		De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas		68
Exoneraciones		Por operaciones exentas (Arts. 477, 478 y 481 del E.T.)		35		Por compras de bienes gravadas a la tarifa del 5%		69
		Por venta de cerveza de producción nacional o importada		36		Por compras de bienes gravadas a la tarifa general		70
Devoluciones		Por venta de licencias, arrendamientos, viáticos y similares		37		Por licencias, arrendamientos, viáticos y similares		71
		Por operaciones excluidas		38		Por servicios gravados a la tarifa del 5%		72
Saldo a favor		Por operaciones no gravadas		39		Por servicios gravados a la tarifa general		73
		Total ingresos brutos (Suma 27 a 39)		40		Cuentas IVA exploración hidrocarburos (Arts. 483-2 E.T.)		74
Saldo a favor del período fiscal anterior		Devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o reemplazadas		41		Total impuesto pagado o facturado (Suma 66 a 74)		75
		Total ingresos netos recibidos durante el período (40 - 41)		42		IVA retenido por servicios prestados en Colombia por no domiciliados o no residentes		76
Saldo a favor del período fiscal		De bienes gravados a la tarifa del 5%		43		IVA retenido por devoluciones en ventas anuladas, rescindidas o reemplazadas		77
		De bienes gravados a la tarifa general		44		Ajuste impuestos descontables (pérdidas, hurto o castigo de inventarios)		78
Saldo a favor del período siguiente		De bienes y servicios gravados provenientes de Zonas Francas		45		Total impuestos descontables (Suma 75 + 76 + 77 + 78)		79
		De bienes no gravados		46		Saldo a pagar por el período fiscal (80 - 79, si el resultado es menor a cero es obra 0)		80
Saldo a favor del período siguiente		De bienes excluidos, exentos y no gravados provenientes de Zonas Francas		47		Saldo a favor del período fiscal (79 - 80, si el resultado es menor a cero es obra 0)		81
		De servicios		48		Saldo a favor del período fiscal anterior		82
Saldo a favor del período siguiente		De bienes gravados a la tarifa del 5%		49		Retenciones por IVA que le aplicaron		83
		De bienes gravados a la tarifa general		50		Saldo a pagar por impuesto (80 - 81 - 82 - 83 si el resultado es menor a cero es obra 0)		84
Saldo a favor del período siguiente		De servicios gravados a la tarifa del 5%		51		Sanciones		85
		De servicios gravados a la tarifa general		52		Total saldo a pagar por este período (80 - 81 - 82 - 83 + 85, si el resultado es menor a cero es obra 0)		86
Saldo a favor del período siguiente		De bienes y servicios excluidos, exentos y no gravados		53		o Total saldo a favor por este período (81 + 82 + 83 - 85 si el resultado es menor a cero es obra 0)		87
		Total compras e importaciones brutas (Suma 43 a 53)		54		Saldo a favor susceptible de devolución y/o compensación por el presente período		88
Saldo a favor del período siguiente		Devoluciones en compras anuladas, rescindidas o reemplazadas en este período		55		Saldo a favor susceptible de ser devuelto y/o compensado a imputar en el período siguiente		89
		Total compras netas recibidas durante el período (54 - 55)		56		Saldo a favor sin derecho a devolución y/o compensación susceptible de ser imputado en el siguiente período		90
Saldo a favor del período siguiente		A la tarifa del 5%		57		Total saldo a favor a imputar al período siguiente (Casilla 87 - 90)		91
		A la tarifa general		58				
Saldo a favor del período siguiente		Sobre A. U. en operaciones gravadas (base gravable especial)		59				
		En juegos de suerte y azar		60				
92. No. identificación signatario		93. D.V.						
981. Cód. Representación <input type="checkbox"/>		987. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora				990. Pago total \$ <input type="text"/>		
Firma del declarante o de quien lo representa						998. Espacio para el número interno de la DIAN / Adhesivo		
982. Código Contador o Revisor Fiscal <input type="checkbox"/>								
Firma Contador o Revisor Fiscal. 994. Con salvedades <input type="checkbox"/>								
983. No. Tarjeta profesional								

Anexo M
FORMULARIO RETENCION EN LA FUENTE

Anexo N

IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

FORMULARIO ÚNICO NACIONAL DE DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

MUNICIPIO O DISTRITO:		<small>Fecha máxima presentación</small> dd / mm / aaaa					
DEPARTAMENTO:							
AÑO GRAVABLE	SOLAMENTE PARA BOGOTÁ, marque el Bimestre o periodo anual ene-feb <input type="checkbox"/> 1 mar-abr <input type="checkbox"/> 2 may-jun <input type="checkbox"/> 3 jul-ago <input type="checkbox"/> 4 sep-oct <input type="checkbox"/> 5 nov-dic <input type="checkbox"/> 6 Anual <input type="checkbox"/> 7						
OPCIÓN DE USO		DECLARACIÓN INICIAL <input type="checkbox"/> SOLO PAGO <input type="checkbox"/> CORRECCIÓN <input type="checkbox"/> Declaración que corrige N° _____ Fecha dd / mm / aaaa					
A. INFORMACIÓN DEL CONTRIBUYENTE	1	NOMBRES Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL					
	2	CC <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> N° _____ DV _____	Es Consorcio o Unión Temporal <input type="checkbox"/> Realiza actividades a través de Patrimonio Autónomo <input type="checkbox"/>				
	3	DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN					
	4	MUNICIPIO O DISTRITO DE LA DIRECCIÓN _____ DEPARTAMENTO _____	TELÉFONO _____ S. COBREO ELECTRÓNICO _____ N.º DE ESTABLECIMIENTOS _____ T. CLASIFICACIÓN _____				
B. BASE GRAVABLE	8	TOTAL INGRESOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS DEL PERIODO EN TODO EL PAÍS					
	9	MENOS INGRESOS FUERA DE ESTE MUNICIPIO O DISTRITO					
	10	TOTAL INGRESOS ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS EN ESTE MUNICIPIO (REGLÓN 8 MENOS 9)					
	11	MENOS INGRESOS POR DEVOLUCIONES, REBAJAS, DESCUENTOS					
	12	MENOS INGRESOS POR EXPORTACIONES					
	13	MENOS INGRESOS POR VENTA DE ACTIVOS FIJOS					
	14	MENOS INGRESOS POR ACTIVIDADES EXCLUIDAS O NO SUJETAS Y OTROS INGRESOS NO GRAVADOS					
15	MENOS INGRESOS POR OTRAS ACTIVIDADES EXENTAS EN ESTE MUNICIPIO O DISTRITO (POR ACUERDO)						
16	TOTAL INGRESOS GRAVABLES (REGLÓN 10 MENOS 11, 12, 13, 14 Y 15)						
C. DISCRIMINACIÓN DE ACTIVIDADES GRAVADAS		ACTIVIDADES GRAVADAS	CÓDIGO	INGRESOS GRAVADOS	TARIFA (por mil)	IMPUESTO	
		ACTIVIDAD 1 (PRINCIPAL)					
		ACTIVIDAD 2					
		ACTIVIDAD 3					
		OTRAS ACTIVIDADES	VER DESAGREGACIÓN		NA		
	TOTAL INGRESOS GRAVADOS			17. TOTAL IMPUESTO			
D. LIQUIDACIÓN PRIVADA	18	GENERACIÓN DE ENERGÍA	CAPACIDAD INSTALADA	kW	18. IMPUESTO LEY 56 DE 1991		
	20	TOTAL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO (REGLÓN 17+18)					
	21	IMPUESTO DE AVISOS Y TABLEROS (18% del renglón 20)					
	22	PAGO POR UNIDADES COMERCIALES ADICIONALES DEL SECTOR FINANCIERO					
	23	SOBRETASA BOMBERIL (Ley 1575 de 2012) (Si la hay, líquidela según el acuerdo municipal o distrital)					
	24	SOBRETASA DE SEGURIDAD (LEY 1421 de 2011) (Si la hay, líquidela según el acuerdo municipal o distrital)					
	25	TOTAL IMPUESTO A CARGO (REGLÓN 20+21+22+23+24)					
	26	MENOS VALOR DE EXENCIÓN O EXONERACION SOBRE EL IMPUESTO Y NO SOBRE LOS INGRESOS					
	27	MENOS RETENCIONES que le practicaron a favor de este municipio o distrito en este periodo					
	28	MENOS AUTORRETENCIONES practicadas a favor de este municipio o distrito en este periodo					
29	MENOS ANTICIPO LIQUIDADO EN EL AÑO ANTERIOR						
30	ANTICIPO DEL AÑO SIGUIENTE (Si existe, Equivale porcentaje según Acuerdo Municipal o distrital)						
31	SANCIONES. Extorsiones <input type="checkbox"/> Corrección <input type="checkbox"/> Inexactitud <input type="checkbox"/> Otra <input type="checkbox"/> Cuál _____						
32	MENOS SALDO A FAVOR DEL PERIODO ANTERIOR SIN SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN O COMPENSACIÓN						
33	TOTAL SALDO A CARGO (REGLÓN 25-26-27-28-29+30+31-32)						
34	TOTAL SALDO A FAVOR (REGLÓN 25-26-27-28-29+30+31-32) si el resultado es menor a cero						
E. PAGO	35	VALOR A PAGAR					
	36	DESCUENTO POR PRONTO PAGO (Si existe, líquidelo según el Acuerdo Municipal o distrital)					
	37	INTERESES DE MORA					
	38	TOTAL A PAGAR (REGLÓN 35-36+37)					
SECCIÓN PAGO VOLUNTARIO (Solamente donde exista esta opción)		39. LIQUIDE EL VALOR DEL PAGO VOLUNTARIO (Según instrucciones del municipio/distrito)					
		40. TOTAL A PAGAR CON PAGO VOLUNTARIO (Renglón 38 + 39)					
		Deslino de mi aporte voluntario					
F. FIRMAS	FIRMA DEL DECLARANTE			FIRMA DEL CONTADOR <input type="checkbox"/> REVISOR FISCAL <input type="checkbox"/>			
	NOMBRE _____ C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.F. <input type="checkbox"/>			NOMBRE _____ C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.F. <input type="checkbox"/>			
ESPACIO PARA CÓDIGO DE BARRAS				ESPACIO PARA NÚMERO DE REFERENCIA RECAUDO			
				FORMULARIO No. _____			
ESPACIO PARA CÓDIGO QR		ESPACIO PARA SELLO O TIMBRE		ESPACIO PARA SERIAL AUTOMÁTICO DE TRANSACCION O MECANISMO DE IDENTIFICACION DE RECAUDO			