

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DESAYUNOS SORPRESA CON COMPONENTES INNOVADORES EN LA CIUDAD
DE POPAYÁN.**



**PRESENTADO POR:
CRISTIAN DAVID PEREZ**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN CAUCA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
DESAYUNOS SORPRESA CON COMPONENTES INNOVADORES EN LA CIUDAD
DE POPAYÁN.**



PRESENTADO POR:

CRISTIAN DAVID PEREZ

**Anteproyecto en modalidad de investigación aplicada para optar al título de
Administrador De Empresas**

Director académico

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN CAUCA**

NOTA DE ACEPTACIÓN

El director y Jurados del Trabajo de grado titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores en la ciudad de Popayán” realizado por Cristian David Pérez Cabrera, una vez revisado el escrito final y aprobada la sustentación del mismo autorizan para que realice las gestiones administrativas correspondientes a su título profesional.

Magister, Elizabeth Toro Chalá.
Director

Magister, Diego Fernando Mera Collazos.
Jurado

Magister, Jorge Eduardo Orozco.
Jurado

Dedicatoria.

Dedico este trabajo:

El presente trabajo investigativo lo dedico a Dios por ser mi guía y mi fortaleza en cada paso de mi vida.

A mi familia y hermanos por darme todo su apoyo durante la carrera, especialmente a mi madre por todo su esfuerzo para que yo logre este capítulo en mi vida, gracias a sus consejos y motivación hoy estoy donde estoy.

A mis compañeros de clases por compartir cada momento juntos en los salones de clases.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Cristian David Pérez.

Agradecimientos.

Debo manifestar mis agradecimientos:

Quiero dar mi gratitud a Dios, que derrama miles de bendiciones día a día sobre mí y a toda mi familia por estar siempre presentes.

A la directora de grado ELIZABETH TORO, quien con sus conocimientos y experiencias me guio en todo el proceso de trabajo de grado.

A la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA porque gracias a ella nuestros sueños son una realidad, y permitiéndonos una superación personal.

A cada uno de los profesores de CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA, que me brindaron su amistad, sus conocimientos para yo poder lograr formarme como ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.

A todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido a este trabajo.

Cristian David Pérez Cabrera

TABLA DE CONTENIDO.

1	GENERALIDADES DEL TRABAJO.....	2
1.2	Marco Teórico.....	4
1.3	Justificación.....	7
1.4	Objetivos.....	8
1.4.2	Objetivos específicos	8
1.5	Metodología	9
1.6	Enfoque.....	10
1.7	Tipo de diseño de la investigación.....	11
1.7.1	Instrumentos.....	11
1.8	Estudio De Mercados.....	11
1.9	Estudio Técnico.....	13
1.10	Estudio Legal Administrativo	13
1.11	Estudio Financiero.....	14
1.12	Estudio Ambiental.....	15
1.13	Productos esperados.....	15
2	ESTUDIO DE MERCADO	16
2.1	Formulación Del Problema.....	16
2.2	Objetivos.....	16
2.2.1	Objetivo general.....	16
2.2.2	Objetivos específicos.....	16

2.3	Definición del problema.....	17
2.4	Mercado meta.....	17
2.5	Delimitación geográfica.....	17
2.6	Descripción del servicio.....	18
2.7	Atributos del servicio.....	18
2.8	Clasificación del servicio.....	19
2.8.1	Servicios complementarios.....	19
2.8.2	Servicios especiales.....	19
2.9	Determinación del área de influencia.....	19
2.10	Análisis macro ambiente.....	20
2.10.1	Perfil de segmentación.....	20
2.10.2	Mercado competidor.....	21
2.10.3	Amenazas de productos sustitutos.....	21
2.11	Canales de comercialización.....	21
2.12	Proveedores.....	22
2.13	Metodología de la investigación.....	22
2.13.1	Cuestionario Focus Group.....	22
2.14	Determinación de la población demandante.....	23
2.14.1	Determinación de la muestra.....	23
	Determinación de la muestra.....	24
2.15	Tipo de Investigación.....	24
2.16	Tabulación.....	25

2.17 Estrategias de Mercado.....	31
2.17.1 Producto.....	31
2.17.2 Precio.....	32
2.17.3 Promoción.....	32
2.17.4 Mensaje.....	33
2.17.5 Publicidad.....	33
2.17.6 Comunicación.....	33
2.18 Logo del restaurante.....	34
2.19 Plaza.....	34
2.20 Matriz DOFA.....	35
2.21 Análisis de innovación.....	36
2.22 Modelo Canvas.....	43
2.23 Conclusiones.....	44
3 ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO.....	45
3.1 Misión.....	45
3.2 Visión.....	45
3.3 Principios corporativos.....	45
3.4 Constitución.....	46
3.5 Personería jurídica.....	46
3.6 Naturaleza.....	47
3.7 Nombre de la empresa.....	47
3.8 Representante Legal.....	47

3.9 Reformas estatutarias.....	48
3.10 Aportes Parafiscales.....	48
3.10.1 Régimen de seguridad Social.....	48
3.10.2 Fondo de pensiones y cesantías.....	49
3.11 Disolución de la sociedad.....	49
3.12 Liquidación de la sociedad.....	50
3.13 Personal.....	51
3.14 Organigrama.....	51
3.5 Definición y descripción de Cargos.....	52
Detalle de Tareas:.....	52
Criterios a Desempeñar.....	52
Responsabilidad y Deberes.....	52
Condiciones de Trabajo y Ambiente.....	52
3.5.2Auxiliar de cocina.....	53
Detalle de Tareas:.....	53
Criterios a Desempeñar.....	53
Responsabilidad y Deberes.....	53
Condiciones de Trabajo y Ambiente.....	53
4 ESTUDIO TECNICO.....	54
4.1 Objetivos.....	54
4.1.2 Objetivos Específicos.....	54
4.2 Tamaño del Proyecto.....	55

4.3	Factores condicionantes del tamaño del proyecto.....	55
4.3.1	Variables consideradas para la Macro localización.....	55
4.3.2	Infraestructura física y tecnológica.....	55
4.3.3	Infraestructura vial.....	56
4.3.4	Disponibilidad de mano de obra calificada o no calificada.....	56
4.3.5	Proximidad al mercado.....	56
4.3.6	Disponibilidad a servicios públicos.....	56
4.4	Micro localización.....	57
4.5	Variables consideradas para la determinación de la micro localización.....	57
4.5.1	Demanda.....	58
4.5.2	Mano de obra.....	58
4.5.3	Mercado.....	58
4.6	Estimación de la demanda.....	59
4.7	Ingeniería del proyecto.....	60
4.7.1	Flujograma de procesos y atención al cliente.....	60
4.7.2	flujograma comercialización del producto.....	61
4.7.3	Flujograma servicio al cliente.....	62
4.8	Especificaciones de maquinaria y equipos.....	63
4.8.1	Mobiliario área de producción.....	63
4.8.2	Mobiliario área de administración.....	64
4.8.3	Mobiliario área de ventas.....	64
4.8.4	Capacidad diseñada.....	65

4.8.5	Proceso de compra.....	65
4.8.6	Mano de obra.....	65
4.9	Distribución de la planta.....	66
4.10	Conclusiones del estudio técnico.....	66
5	ESTUDIO FINANCIERO.....	67
5.1.2	Objetivos específicos.....	67
5.2	Inversión.....	67
5.3	Inversión inicial.....	67
5.4	Inversión en activos fijos área de Producción.....	68
5.5	Inversión activos fijos administración.....	69
5.6	Inversión adecuación.....	69
5.7	Inversión área de Ventas.....	70
5.8	Gastos.....	70
5.9	Materiales directos de producción.....	71
5.9.1	Insumos desayuno sorpresa 1.....	71
5.9.2	Insumos desayuno sorpresa 2.....	72
5.9.3	Insumos desayuno sorpresa 3.....	73
5.9.4	Insumos desayuno sorpresa 4.....	74
5.10	Materias primas año 1.....	74
5.11	Gastos totales de la empresa.....	75
5.12	Gastos Diferidos.....	76
5.12.1	Gastos Diferidos.....	76

5.13	Capital de trabajo.....	77
5.14	Inversión requerida.....	78
5.14.1	Financiación.....	78
	Amortización del crédito.....	79
5.15	Proyección de ventas.....	79
	Proyección de estados financieros.....	80
5.15.1	Flujo de caja del proyecto.....	80
5.15.2	Flujo de fondos con financiación.....	81
5.16	Estado de pérdidas y ganancias.....	82
5.17	Hojas de trabajo.....	83
5.18	Balance General Proyectado.....	84
5.19	Criterios de evaluación financiera.....	85
5.19.1	Valor presente neto.....	85
5.19.2	Tasa interna de retoro (TIR).....	86
5.19.3	(PRI) Periodo de recuperación de la inversión.....	86
6	ESTUDIO AMBIENTAL.....	87
6.1	Elementos del proyecto que pueden afectar el medio ambiente.....	87
6.2	Medidas de mitigación de impacto ambiental.....	88
6.3	Buenas prácticas de manufactura.....	90
6.4	Impacto socio ambiental.....	91
7	conclusiones y recomendaciones.....	92
7.2	Recomendaciones.....	94

8	bibliografía	95
9	ANEXOS.	102

TABLAS DE ILUSTRACIONES.

Tabla 1: Rango de edad.....	42
Tabla 2: Genero de los encuestados	43
Tabla 3: Ocupación de los encuestados	43
Tabla 4: Ocasión para dar detalles	44
Tabla 5: Conoce el concepto de desayunos sorpresa	44
Tabla 6: Regalaría un desayuno sorpresa.....	45
Tabla 7: Medio adecuado elegir desayunos sorpresa	45
Tabla 8: Usaría usted una aplicación Móvil	46
Tabla 9: Cuánto estaría dispuesto a pagar.....	46
Tabla 10: Uso de aplicaciones.....	47
Tabla 11: Compraría usted un desayuno sorpresa.....	47
Tabla 12: Mobiliario área de Producción.....	78
Tabla 13: Mobiliario área de administración	79
Tabla 14: Mobiliario área de ventas.....	79
Tabla 15: Mano de Obra.....	80
Tabla 16: Inversión en activos fijos área de producción.....	83
Tabla 17: Inversión en activos fijos área administrativa.....	84
Tabla 18: Inversión en adecuación.....	84
Tabla 19; Inversión activos fijos área de ventas.....	85
Tabla 20: Insumos desayuno 1	86
Tabla 21: Insumos desayuno 2.....	87

Tabla 22: Insumos desayuno 3.....	88
Tabla 23: Insumos desayuno 4.....	89
Tabla 24: Materias Primas año 1.....	89
Tabla 25: Materias Primas a 5 Años	90
Tabla 26: Gasto Total Anual.....	90
Tabla 27: Gastos diferidos	91
Tabla 28: Amortización a 5 años	92
Tabla 29: Determinación capital de trabajo	92
Tabla 30: Presupuesto de inversión.....	93
Tabla 31: Fuentes de Financiación.....	93
Tabla 32: Amortización de crédito.....	94
Tabla 33: Proyección de ventas.....	94
Tabla 34: Flujos de Caja	95
Tabla 35: Flujo de Fondos con financiación	96
Tabla 36: Estado de Resultados. (P&G).....	97
Tabla 37: Hoja de trabajo año 1	98
Tabla 38: Hoja de trabajo Año 2.....	98
Tabla 39: Balance General Proyectado	99
Tabla 40: VPN VS TIR.....	100
Tabla 41: Periodo de recuperación de la inversión	101
Tabla 42: Medidas de Mitigación de Impacto Ambiental.....	104

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de grado es desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores en la ciudad de Popayán, esta idea de negocio nace al notar que en la ciudad existen páginas que ofrecen desayunos sorpresa, pero ninguno ha buscado desarrollar componentes innovadores y entran en la cotidianidad, es decir no tienen una ventaja competitiva. Por lo tanto, ese busca realizar cambios que beneficien a los clientes a la hora de adquirir detalles para sus seres queridos, identificando alternativas y el uso de las tecnologías lograr que estos procesos sean más fáciles y den más alternativas y maneras de selección de los productos a obtener.

En este estudio de factibilidad se desarrollaron diferentes tipos de estudios, estudio de mercados el cual básicamente busca recolección y análisis de la información para posteriormente dar unos márgenes de oferta y demanda de los productos a ofrecer. Estudio legal administrativo en el cual se determina el marco legal y la estructura interna del proyecto para que así pueda entrar en funcionamiento, estudio técnico en el cual se determinaron todos aquellos insumos necesarios, activos fijos, desarrollo de aplicación entre otros, estudio financiero con el cual se determinó la viabilidad por medio de la realización y análisis de los indicadores financieros proyectados y para finalizar un estudio ambiental con el cual se determina si existen impactos ambientales y cuáles son las acciones correctivas o de mitigación.

Estudio financiero en el cual se pudo determinar la viabilidad del proyecto mediante la realización y análisis de los indicadores financieros y por último el estudio ambiental que determina los impactos ambientales que pueda generar el proyecto y brinda pautas para su futura mitigación.

Palabras clave: **Tecnología, Innovación, Desayuno sorpresa, Cotidianidad.**

ABSTRACT.

The objective of this degree work is to develop a feasibility study for the creation of a surprise breakfast company with innovative components in the city of Popayán, this business idea was born when noticing that in the city there are pages that offer surprise breakfasts, but none has sought to develop innovative components and enter into daily life, that is, they do not have a competitive advantage. Therefore, it seeks to make changes that benefit customers when acquiring details for their loved ones, identifying alternatives and the use of technologies to make these processes easier and give more alternatives and ways of selecting products. To obtain.

In this feasibility study, different types of studies were carried out, a market study which basically seeks to collect and analyze the information to subsequently give margins of supply and demand for the products to be offered. Administrative legal study in which the legal framework and internal structure of the project is determined so that it can come into operation, technical study in which all those necessary inputs, fixed assets, application development, among others, financial study with the which the viability was determined through the realization and analysis of the projected financial indicators and to finalize an environmental study with which it is determined if there are environmental impacts and what are the corrective or mitigation actions

Financial study in which the viability of the project could be determined by conducting and analyzing financial indicators and finally the environmental study that determines the environmental impacts that the project may generate and provides guidelines for its future mitigation

Key words: **Technology, Innovation, Surprise breakfast, daily life.**

INTRODUCCIÓN.

A continuación se presenta el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores en la ciudad de Popayán, aunque en la ciudad existen diversas páginas en redes sociales que ofrecen este servicio se pudo concluir que ninguno ha desarrollado la aplicación de tecnologías como un medio para generar una ventaja competitiva que vaya directamente orientado a la prestación de un servicio más personalizado en tiempo real del producto, con menú para personas que consumen carne, vegetarianos y veganos. Este estudio permite establecer en qué estado se encuentra la competencia, se realiza una proyección de la oferta y demanda existente, la determinación de la mano de obra, las características técnicas del proyecto y todos aquellos estudios e indicadores financieros necesarios para determinar la viabilidad del proyecto.

En este documento se abordan las generalidades del proyecto, el planteamiento del problema, la justificación, el estado de arte o marco teórico, objetivos y la metodología que se utilizó en el estudio. Posteriormente en el desarrollo del proyecto inicia con un estudio de mercados en el cual se realizaron diversos estudios para determinar la viabilidad, aceptación del proyecto, la futura demanda del producto, el estudio técnico en el cual se realizó toda la determinación de materias primas, necesidades de inversión en tecnologías y activos fijos del proyecto del mismo modo en el estudio legal administrativo donde se establece la estructura organizacional del proyecto, el tipo de empresa y funciones de los empleados, en el estudio financiero se realizaron proyecciones financieras a 5 años, cuenta con un estudio ambiental y en la parte final las conclusiones y recomendaciones los cuales son fundamentales ya que por medio de estas se establece los factores determinantes a tener en cuenta para la puesta en marcha del proyecto.

1 GENERALIDADES DEL TRABAJO

1.1 Planteamiento del Problema

Es un factor fundamental poder atraer al cliente y ganar su confianza por lo tanto “Es notable que el servicio al cliente influencia directamente en la satisfacción del consumidor y este a su vez en el desarrollo y crecimiento del Negocio”. (Pineros, 2019) De este modo es significativo resaltar que un servicio de calidad, practico y al se le pueda implementar una propuesta de valor, en base al desarrollo de componentes innovadores hace que este tipo de proyectos tenga un mayor factor de éxito.

“Generalmente las personas están acostumbradas a dar obsequios en fechas especiales” (Cedeño, Olaya Gonzales, & Paredes, 2010) por lo tanto para los consumidores la mayor dificultad es poder elegir un regalo adecuado respecto al tipo de celebración, quizá cayendo en la monotonía de dar obsequios generalmente comprados en tiendas que ofrecen usualmente el mismo tipo de regalos.

La ciudad de Popayán cuenta con diversas tiendas de regalos, restaurantes, dulcerías los cuales buscan tener el mercado de los detalles e incluso existen algunos negocios de desayunos sorpresa los cuales son vistos más como un negocio personal pero no está planteado como un modelo de empresa.

Ya que el proyecto busca encontrar un componente diferenciador e innovador es prudente decir que “Las redes sociales y negocios digitales se sitúa cómo uno de los pilares a partir de los cuáles edificar nuevos modelos de negocio” (Adreu, Ripolles, 2012) En base a que los servicios

de la web; tales como redes sociales, aplicaciones, tiendas virtuales u otros son de uso común y masivo en el cual se está innovando para realizar una transformación de llevarlas hacia la generación de ingresos económicos, otro factor importante es que los negocios a través de estos medios está en aumento ya que las personas antes de comprar un producto buscan información en buscadores o redes sociales por lo tanto la “tecnología es una necesidad fundamental que permite a las grandes y pequeñas empresas estar a la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos en el mercado” (Brennan, 2014). Dicho esto, se debe tener en cuenta que los componentes innovadores que se vayan a analizar y posteriormente implementar en el proyecto deben estar basados en la aplicación de las tecnologías, redes sociales y plataformas digitales.

En la ciudad de Popayán se hace necesario un modelo de empresa el cual este dedicado a la parte de los detalles, pero específicamente a los desayunos sorpresa y que sea reconocido por ofrecer a sus clientes una variedad de opciones, en el cual el componente innovador marque notoriamente la diferencia frente a la competencia y con el cual se pueda tener una ventaja competitiva que permita el posicionamiento del producto en el mercado.

Por todo lo anterior es importante plantear la siguiente pregunta de investigación: **¿Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores en la ciudad de Popayán?**

1.2 Marco Teórico

El crecimiento de los negocios digitales es uno de los grandes cambios que ha experimentado el mundo a través de los últimos años y un aliado importante a la hora de generar las estrategias de ventas y la atención al cliente bajo la búsqueda permanente de la comodidad, calidad y variedad de productos lo cual crea ventajas competitivas, ya que esta garantiza un componente diferenciador. Por lo tanto, la ventaja competitiva está estrechamente relacionada con las labores que realiza una empresa, “donde lo que diferenciaría a una empresa de otra es el conjunto de actividades que lleva a cabo y cuales actividades son desempeñadas por la empresa de mejor forma” (tarjizán M, 2013) por lo tanto el uso de las tecnologías como componente innovador aporta a desarrollar los procesos de una manera más fácil, cómoda, asequible y eficiente lo cual hace necesarias estrategias innovadoras que generen una cadena de valor al negocio.

Las nuevas empresas en Colombia requieren de una transformación digital que mejore la adopción y difusión de la innovación, por medio de plataformas digitales, inversión en activos complementarios basados en el conocimiento y seguridad digital. (Pardo, 2018) Uno de los campos en los cuales se puede empezar a realizar una transformación es en los servicios a través de los servicios de la web por medio de plataformas digitales, social network; es el sector de los regalos y los alimentos ya que es un mercado en el cual se puede generar un alto impacto y que tiene muchos consumidores.

El sector de los alimentos se caracteriza por ser muy sensible a la determinación del servicio y calidad por parte del consumidor, lo cual es un factor fundamental, por lo tanto, la oferta, producción, calidad y la facilidad de acceder a este mercado son factores determinantes para el éxito del negocio, es decir que la diferenciación, transformación y evolución del acceso a los productos son experiencias únicas las cuales se han convertido en factores claves para

posicionarse dentro de este mercado intensamente competitivo.

El sector de los alimentos procesados se determina por estar en un punto donde el servicio al consumidor es un factor determinante del éxito del negocio, por lo tanto, la oferta y generación de experiencias de consumo únicas e irrepetibles para los clientes, se ha convertido en un factor clave a la hora de ganar un lugar dentro de este mercado marcadamente competitivo. (Ebscohost, 2013). Por lo tanto, se propone la atracción del cliente al negocio a través de la facilidad, calidad y buen servicio y así poder mantener la propuesta de desayunos sorpresa y que la propuesta sea perdurable en el tiempo.

Popayán, Colombia ha sido nombrada Ciudad de la Gastronomía de la UNESCO y la ceremonia oficial tuvo lugar el 11 de agosto de 2005. (Unesco, 2005) motivo por el cual es importante contribuir a la conservación de los sabores y tradiciones que la caracterizan, además resaltarla a través de los productos ofrecidos por medio de las redes sociales, pero esto sin dejar de lado la innovación para la atención de los clientes para así garantizar una mejor experiencia de servicio.

En los aspectos anecdóticos de una relación amorosa se destacan los regalos o detalles de amor (Bustos Tauler, 2009) ya que es una de las formas en la cual los seres humanos demuestran el interés por satisfacer o regalar momentos de placer a las personas que son importantes para nuestras vidas, por lo cual el proyecto es significativo ya que está pensado para que sea algo sorprendente, único y que sea recordado por quien lo obtiene, la calidad, el diseño y los componentes son determinantes y se plantea que sean de alta calidad y que sean personalizados acorde a la necesidad del cliente y el consumidor final es decir quién va a recibir el desayuno sorpresa.

Se tiene en cuenta que un componente fundamental a la hora de la búsqueda de componentes innovadores, el cual proporciona las herramientas para principiar el desarrollo de nuevos productos en los cuales se genere un valor agregado o componente diferenciador el cual además enseña cómo conducir un inicio: cómo dirigir, cuándo girar y cuándo perseverar, y hacer crecer un negocio con la máxima aceleración. Es un enfoque de principios para el desarrollo de nuevos productos. (Ries).

Es notable tener en cuenta también el modelo Canvas que es una herramienta que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor de sus ideas y negocio. “El modelo Canvas plantea un anteproyecto básico y ágil para diseñar e innovar en el modelo de negocio”. (Ebscohost, 2017).

1.3 Justificación

La realización del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores en la ciudad de Popayán es importante ya que por medio de este se pueden demostrar los conocimientos adquiridos en la institución durante el proceso de formación académica, en este estudio se analizan varios temas por los cuales se denota la importancia de realizar la investigación y entre los cuales está el emprendimiento y la innovación el cual ha sido inculcado por parte de la institución, debido a que en la ciudad existen varias tiendas e incluso personas que se dedican a la venta de los desayunos sorpresa hasta el momento existe un mercado bastante amplio por explorar y el cual puede ser una oferta de negocio, además quienes venden servicios de desayunos a través de las redes sociales no cuentan con un componente diferenciado con el cual este proyecto espera impactar fuertemente el mercado.

La búsqueda de un componente diferenciador e innovador se realiza apoyados en el modelo Canvas y en la metodología del Lean Startup, el cual permitió identificar todos aquellos componentes que generen una propuesta de valor, innovación y que impacte positivamente en el cliente.

El uso eficiente de las tecnologías y aplicaciones móviles se puede convertir en el mejor aliado comercial ya que por medio de la ejecución de estos se permite conseguir nuevos objetivos, además tener una ventaja competitiva y comparativa, en el cual el cliente solo debe contar con un dispositivo móvil u otro para acceder a los servicios.

Este proyecto es una opción para mejorar la empleabilidad de las personas, en base a que “Para el trimestre móvil de mayo a julio del año 2018 la tasa de desempleo en la ciudad de Popayán fue del 10.7% y las ramas de actividad económica que tuvieron mayor participación en los ocupados fueron: comercio, hoteles y restaurantes; servicios comunales, sociales y personales e industria manufacturera. Estas tres ramas concentraron el 68,8% de la ocupación”. (Dane, 2018). Lo cual demuestra que este tipo de empresas son generadoras de empleo que contribuye a la economía local y nacional, con el desarrollo del proyecto se generaran nuevos empleos directos e indirectos.

Por lo anterior plantea la necesidad de realizar la presente tesis para poder generar cambios desde la academia con un enfoque innovador, socioeconómico, responsable y empresarial que haga una transformación además genere nuevas oportunidades y una fuente de generación de empleo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores en la ciudad de Popayán que permita la sostenibilidad de la idea del negocio.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar por medio del modelo Canvas y un análisis de innovación aquellos componentes diferenciadores que pueden generar un valor agregado o propuesta de valor,

- Elaborar un estudio de Mercado en el cual se determine cuáles son los hábitos de consumo y la aceptación del servicio de desayunos sorpresa y la aceptación de los componentes innovadores.
- Efectuar un estudio Técnico para determinar los equipos, herramientas tecnológicas, planta física, maquinaria y la materia prima necesaria para llevar a cabo el proyecto.
- Realizar un estudio administrativo y legal que identifique las necesidades organizacionales para la creación de la empresa de desayunos sorpresa en la ciudad de Popayán.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad del proyecto y de la misma manera determinar la rentabilidad.
- Evaluar el impacto ambiental que pueda generar la puesta en marcha de la empresa en la ciudad de Popayán.

1.5 Metodología

En cuanto al desarrollo del proyecto es necesario comprender que la metodología de la investigación científica se define “Como el proceso de búsqueda, está integrado por un conjunto de fases de actividad específicas, se inicia por el planteo de un problema que se concreta, en la mayor parte de los casos, a través de la formulación de una pregunta o cuestión bien definida a la cual se busca dar respuesta”. (Ferreira & Longhi, EBSCOHOST, 2014).

Por medio de la metodología “Utilizamos informaciones específicas generales; datos contemporáneos con información histórica y contextual. Utilizamos estos para hacer sentido de lo que observamos, pero, inicialmente, no toda la información que percibamos va a hacer sentido ni todo lo que vemos lo podemos explicar” (Reiter B., 2015). Es decir que lo más importantes es iniciar por el planteamiento del problema o a través de la formulación de la

pregunta o tema al cual se busca dar respuesta, es significativo “contextualizar cuales son aquellos inconvenientes y paradigmas en cuanto a los procesos de investigación que pueden suponer que, la investigación es sumamente complicada y difícil” (Hernández & Baptista, 2010) Por tal motivo el desarrollo de la metodología debe realizarse de manera ordenada iniciando con. El estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y administrativo, estudio financiero y estudio ambiental de esta manera, “Una vez definida entonces, se deben extraer las dimensiones y los indicadores con los cuales se podrá caracterizar el objeto de estudio”. (Serrano Buduen & Beras, 2015)

También por medio de las encuestas y focus group se busca determinar un componente innovador basado en los servicios de la web, ya sea por medio de aplicaciones, redes sociales, plataformas virtuales u otros y el cual se llevara al estudio de mercado y por el cual poder determinar cuáles son las mejores alternativas para tener un componente diferenciador además “el uso de estas tecnologías puede ser utilizada por todo tipo de empresas para mejorar la eficacia en todo tipo de proyectos” (Jaca García & Serrano Barcena). El cual a su vez aporta un componente innovador y puede generar ventajas competitivas, buscando herramientas para principiar el desarrollo de nuevos productos en los cuales se genere un valor agregado o componente diferenciador.

1.6 Enfoque.

Se realizó un enfoque mixto ya que es un proceso que analiza recolecta y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio a los cuales se les asignan números, de la misma manera el enfoque cuantitativo va orientado hacia el comportamiento, hábitos y preferencias del consumidor siguiendo estándares para estudiar el contexto lo cual por medio de la conversión de datos determinara la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta que “los diseños secuenciales que ponen los diversos métodos dentro de pasos distintos de la investigación y determinan su papel en el estudio”. (Gürtler & Gunter, 2018). Es decir que este enfoque Mixto

beneficia la confianza de los datos a evaluar.

1.7 Tipo de diseño de la investigación.

En esta investigación se utilizó un diseño de Correlación transversal donde se analizaron los datos recolectados y permitió analizar datos concretos y significativos dentro del objeto de estudio ya que, “las hipótesis son modelos mentales que no pueden ser probadas con evidencia empírica. Por consecuencia, la deducción, al igual a la inducción, no es capaz de producir verdad.”. (Reiter & Bernd, 2015).

1.7.1 Instrumentos.

La fuente primaria y principal de datos para el desarrollo de esta investigación fue la recolección de encuestas en el cual se determinó el componente innovador a aplicar y el nivel de aceptación de la creación de una empresa de desayunos sorpresa con componente innovador.

La fuente de información secundaria fue a partir de: publicaciones, libros, proyectos de grado y demás registros bibliográficos. Así como también, se ejecutó como fuente de datos cualitativos la realización focus group en base a que, “el mayor campo de aplicación actual de la técnica del focus group lo constituye la investigación de mercado, las sesiones de grupo son una herramienta muy importante para recibir retroalimentación de diversos temas”. (Juan, Roussos, & Santiago, 2010).

1.8 Estudio De Mercados.

Se realizó el estudio de mercado en la comuna 3 de la ciudad de Popayán dado que el proyecto se desarrollará en este sector y es un punto estratégico de la ciudad ya que es un punto central entre las demás comunas y permite una rápida distribución de los desayunos sorpresa, otro factor importante es por la cantidad de personas que habitan ya que está compuesta por 52 Barrios del Norte centro, conformada por 5558 viviendas en las cuales habitan aproximadamente 26159 Personas. (Gobierno De Colombia. Mintic, 2018). Y

con estos datos se realizó la segmentación y la determinación del mercado objetivo basados en la edad, nivel socioeconómico, profesión y otras. Con estos datos se utilizó la fórmula para el cálculo de muestras en población finita, para así obtener el espacio muestral y realizar el proceso de la obtención de datos, “Encuestas” con las cuales se estudió la información como: el Nivel de aceptación del proyecto, la determinación del componente innovador como propuesta de valor, los hábitos de consumo, La intención de Compra. Que además permita un procesamiento de información organizado que refleje notoriamente por medio de porcentajes las tendencias, hábitos y demás objetos de estudio antes mencionados.

El focus group se realizará con personas expertas y/o docentes y/o empresarios en el tema de la innovación de mercados, propuestas de valor y alimentos. De este modo se obtendrá una visión más profunda de la propuesta desde la parte cualitativa que además permite un cruce de datos con la investigación cuantitativa y realizar un análisis de la información. Que de este modo permite saber “las estrategias adecuadas o inadecuadas y que decisiones establecer” (Ferreya & longhi, EBSCOHOST, 2014) en el estudio de factibilidad de los desayunos sorpresa con la implementación de un componente innovador.

1.9 Estudio Técnico

Para la realización del estudio técnico es pertinente establecer todas aquellas características del servicio, el portafolio de servicios, su rango de acción, la ubicación, la materia prima, aplicación de los componentes innovadores. “que expresen los resultados a alcanzar con la implantación de dicha inversión, de igual forma con estos estudios se puede seleccionar el proyecto de inversión más factible” (Ferreira Capote & Robaina, 2017).

1.10 Estudio Legal Administrativo

En el marco del derecho administrativo colombiano “las empresas en el ejercicio de sus funciones tienen la posibilidad de tomar decisiones y concretar situaciones algunas de forma voluntaria y otras de forma involuntaria” (Herrera Robles , 2012) por lo tanto para el estudio legal administrativo se tendrán en cuenta todos los componentes salariales según el código sustantivo del trabajo, nóminas, gastos y reglamentación administrativa como de la misma manera el marco legal para la constitución de la empresa de acuerdo a los parámetros y normatividad exigida por la ley para la constitución de una sociedad Por Acciones Simplificada (SAS) ya que es de las mejores opciones al crear empresa ya que “estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para la constitución y su funcionamiento”. (Cámara de Comercio, 2017).

1.11 Estudio Financiero.

Para la realización del estudio financiero el procesamiento de la información de los resultados obtenidos, la proyección de datos, y el análisis de los mismos se utilizó como herramienta principal la Hoja de Cálculo de Excel la cual tiene todas aquellas herramientas necesarias para realizar y analizar las proyecciones financieras.

En cuanto a la proyección de estados financieros la proyección de ingresos y egresos se realizó bajo la inflación proyectada para Colombia y en cuanto el salario mínimo y auxilio de transporte se realizó bajo la inflación promedio de los últimos 5 años en el país.

Para la realización del estudio financiero se utilizó como herramienta principal la hoja de cálculo en Excel que cuentan con las herramientas necesarias para realizar el procesamiento de información, el análisis y la proyección de los datos obtenidos.

Como herramientas para obtener resultados se realizara el estado de resultados proyectados a 5 años, balance general, Flujos De Caja, costos del servicio, estados de pérdidas y ganancias, y todos aquellos costos y gastos proyectados de igual manera a 5 años además de todos aquellos componentes que ayuden a determinar la viabilidad financiera del proyecto tales como la tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Presente Neto (VPN), Periodo de recuperación de la Inversión (PR), Pruebas Acidas y de esta manera se determinara la viabilidad Financiera, estructura de Capital y Financiamiento del Proyecto.

1.12 Estudio Ambiental.

Para el estudio ambiental es necesario tener en cuenta normas que rigen para el país y que determinan cuales son los parámetros establecidos y que permitan determinar cuál es el impacto sobre el ambiente y la sociedad. Por tal motivo es fundamental usar las herramientas necesarias para evaluar el impacto ambiental en la fase de construcción, implementación y operación y de esta manera tomar acciones de corrección o mitigación, para este estudio de factibilidad se realizará, evaluación de rentabilidad/ impacto ambiental, análisis Costo beneficio, y la aplicación de buenas prácticas de manufactura, herramientas con las cuales se podrá determinar si el proyecto es viable ambientalmente.

1.13 Productos esperados.

- Determinar por medio del estudio de mercado, técnico, administrativo y legal, financiero y ambiental si la creación de una empresa de desayunos con componentes innovadores en la ciudad de Popayán es viable o no.

Al finalizar el trabajo de investigación, se espera entregar un informe físico, el cual demuestre la viabilidad o no de la creación de la empresa.

2 ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el estudio de mercado se analizan los diferentes factores relacionados con la oferta y la demanda que puede generar la creación de un restaurante de desayunos sorpresa a través de redes sociales en la ciudad de Popayán y de esta manera observar cuales son las necesidades y preferencias de los clientes para de esta manera poder identificar el mercado potencial.

2.1 Formulación Del Problema.

¿Es factible la creación de un restaurante de desayunos sorpresa a través de redes sociales en la ciudad de Popayán?

2.2 Objetivos.

2.2.1 Objetivo general.

Determinar cuáles son los hábitos, necesidades, intención de compra, y la frecuencia con la que el cliente potencial estaría dispuesto a acceder al servicio de restaurante de desayunos sorpresa y determinar cuál puede ser un componente innovador en el mercado.

2.2.2 Objetivos específicos.

- Analizar el entorno económico de la ciudad.
- Analizar las características del consumidor.
- Cuantificar el tamaño del mercado y las tendencias.
- Estudiar los comportamientos básicos del consumidor: hábitos de compras, costumbres y preferencias
- Definir las oportunidades estratégicas que existen en el mercado y establecer las fortalezas y amenazas del proyecto.

2.3 Definición del problema.

La problemática a resolver radica que en la ciudad de Popayán no existe una oferta de restaurantes de desayunos sorpresa en el cual exista un componente innovador a través de la aplicación de la tecnología, el cual permita a los clientes interactuar, elegir y poder armar a su gusto y capacidad económica el desayuno sorpresa, aunque en la ciudad existe ya este tipo de propuestas de desayunos sorpresa estos no se han conformado como una empresa en la cual se haga una publicidad efectiva.

2.4 Mercado meta.

Personas en un rango de edad entre los 18 y 60 años principalmente de los estratos 3, 4,5 y 6 de la ciudad de Popayán que deseen dar un detalle diferente en fechas especiales o cualquier ocasión, personalizando los detalles a su gusto.

2.5 Delimitación geográfica.

El proyecto está encaminado a realizarse en la comuna 3 de la ciudad de Popayán por ser un punto estratégico que permite una distribución más rápida de los desayunos sorpresa por estar al centro de la ciudad, cabe aclarar que el proyecto va enfocado a ofertar en toda la ciudad de Popayán dado que está creciendo a nivel de habitantes, empresarial y que se ha posicionado como la ciudad de la gastronomía por la UNESCO, razón la cual aporta mucho al progreso del sector de los alimentos ya que está planeado a desarrollarse conservando la esencia y el buen sabor de la gastronomía, además existe una plataforma importante para darse a conocer como es el congreso gastronómico el cual se realiza cada año en el mes de septiembre y el cual es una vitrina importante para exaltar el arte culinario,

2.6 Descripción del servicio.

El restaurante de desayunos sorpresa ofrecerá “desayunos sorpresa con detalles personalizados,” los cuales pretenden cautivar al cliente con su buen sabor y alta calidad de los productos, en el cual el cliente tiene la opción de personalizar los detalles, armar el desayuno, elegir el horario de entrega, de esta manera se ofrece un servicio integral que satisface las necesidades del cliente. (Ver anexos)

2.7 Atributos del servicio.

El objetivo principal del restaurante es crear una aplicación móvil en la cual el cliente puede realizar su pedido acorde a su disponibilidad económica, personalización del detalle, gustos (consumidor de cárnicos, vegetariano, vegano), (ver anexos) de esta manera se puede llegar a más potenciales clientes y no se limita el mercado solo a personas que consumen productos cárnicos, además es ofrecer a los clientes una gran variedad de desayunos elaborados con productos de alta calidad y detalles personalizados que genere una experiencia satisfactoria a los clientes como a quien los recibe, la prioridad fundamental para SweetMorning es ofrecer a los clientes una experiencia diferente, ofreciéndoles la opción de elegir los productos por medio de la app móvil, la forma en la cual el cliente hará la elección de los productos se determinará por medio de las encuestas y se plantearán diferentes alternativas para posteriormente en el análisis de los resultados se definirá cual es la adecuada, se ofrecerá un servicio especial en cuanto a detalles para niños en el cual se personalizarán los personajes favoritos y se puede realizar una decoración temática de los detalles.

Teniendo en cuenta el constante deseo de generar una buena experiencia al cliente contará con atributos como:

- Atender las solicitudes especiales y puntuales de los clientes sin poner inconvenientes en cuanto al menú, detalles, personalización etc.

- Excelente atención al cliente.
- Ofrecer desayunos de alta calidad y exquisito sabor para todos los gustos.

2.8 Clasificación del servicio.

El servicio que va a prestar restaurante es tipo comercial de consumo, el cual está encaminado a satisfacer las necesidades de ofrecer un detalle especial a ese ser querido en ocasiones especiales o simplemente para sorprender a alguien con un desayuno sorpresa el cual permite fortalecer los vínculos familiares, amorosos, laborales, sociales u otros, dentro de la ciudad de Popayán con una nueva alternativa que es la implementación y el aprovechamiento de la tecnología.

2.8.1 Servicios complementarios.

El restaurante de desayunos sorpresa en el interés de brindar una mejor experiencia a los clientes ofrecerá los siguientes servicios complementarios.

2.8.2 Servicios especiales.

El restaurante ofrecerá un servicio de paquetes para desayunos sorpresa cuando la ocasión lo requiera tal como día de la madre, día del padre, día del niño o cualquier otra en la cual se pueda aplicar. Estos paquetes están determinados como combos ya preestablecidos (alimentos, bebidas, detalles, dulces, flores) y estos son aquellos que por la cantidad de pedidos ya estarán listos con anterioridad solo para entregas al momento de la venta.

2.9 Determinación del área de influencia.

El área de influencia en el entorno donde se van a manifestar los posibles impactos y efectos que provocará el desarrollo del proyecto los cuales se reflejan en el análisis del micro y macro ambiente.

2.10 Análisis macro ambiente.

Popayán es una ciudad colombiana, capital del departamento del Cauca que se encuentra localizada en el valle de Pubenza, su extensión territorial es de 512 kilómetros cuadrados y su altitud media es de 1760 metros sobre el nivel del mar. Popayán es una ciudad con un gusto muy bien determinado a la buena cocina y exquisitos sabores lo cual permite al SweetMorning aportar a la gastronomía local.

Imagen 1: mapa del cauca



Fuente: Google Imágenes

2.10.1 Perfil de segmentación.

Personas entre los 18 y 60 años que disfruten de nuevas experiencias, estas son personas que se pueden encontrar activas laboralmente y pueden disponer de una buena posición económica habitualmente en los estratos 3, 4,5 y 6 los cuales buscan hacer sentir bien a aquellas personas especiales y es en este punto donde se les ofrece una alternativa diferente para expresar el afecto por aquellos seres queridos.

2.10.2 Mercado competidor.

En cuanto al servicio que ofrece el restaurante de desayunos sorpresa tiene competencia en la ciudad ya que a través de las redes sociales suelen ofrecer estos servicios, como por ejemplo desayunos Popayán, dulce despertar entre otros, la diferencia es que ellos están encaminados a ofrecer el producto ya terminado pero no dan la opción al cliente por medio de una plataforma de que elija el menú, personalizar el regalo, agregar productos y que se ajuste a las necesidades económicas del cliente, entre otras cosas una ventaja que se tiene es que la mayoría de estas páginas es que ninguna está constituida como empresa, no se hace una publicidad adecuada, suelen desaparecer al poco tiempo, generan desconfianza al publicar productos en páginas que no generan confianza.

2.10.3 Amenazas de productos sustitutos.

En el mercado existen servicios sustitutos que podrían afectar la economía del restaurante, tales como tiendas de regalos, restaurantes, almacenes, aunque la posibilidad de que sea el cliente quien decida cuales productos que desea comprar, fijar la hora de entrega del regalo y otros factores por medio de una plataforma esta empresa será pionera en la ciudad.

2.11 Canales de comercialización.

Los canales de comercialización son aquellos recursos que usa la empresa para llevar los productos del origen hasta el consumidor final, para el restaurante de desayunos sorpresa se llevará a cabo un canal de comercialización directa, aunque a futuro y con la expansión de nuevas aplicaciones tales como Rappi, Uber eats u otra se incursionará en dicho mercado.

2.12 Proveedores.

En cuanto al mercado proveedor se cuenta con una variedad de expendios de productos que permitirán en funcionamiento adecuado y garantizaran la calidad de nuestros productos entre ellos los fundamentales son: en cuanto a distribuidora de carnes Cervalle y pollos Conquistador, Frutas y Verduras Maxifruver, en cuanto a los peluches, flores, cajas sorpresa u otros ALCO distribuciones y HKTDC distribuidora, todos los productos con los que se contara serán de alta calidad con el objetivo de ofrecer a los clientes un servicio único.

2.13 Metodología de la investigación.

En cuanto a la metodología de la investigación se obtuvieron los datos por medio de fuentes de información primarias como es el caso de un Focus Group y la elaboración de encuestas.

2.13.1 Cuestionario Focus Group

- ¿En qué profesión se desempeña actualmente?
- ¿Conoce de algún restaurante de desayunos sorpresa en la ciudad de Popayán?
- ¿Cuál cree usted que sería un componente diferenciador a la hora de ofrecer desayunos sorpresa a través de redes sociales aplicando la tecnología?
- ¿Cree usted que este restaurante de desayunos sorpresa tendrá acogida en la ciudad?
¿Por qué?
- ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos que usted tendría en cuenta en este proyecto?
- Como experto, ¿Qué recomendaciones nos daría para implementarlas en el restaurante?

2.14 Determinación de la población demandante.

En base a las cifras obtenidas en las bases de datos públicas del Dane el mercado objetivo está conformado 31414 personas entre hombres y mujeres de la comuna 3 de la ciudad de Popayán; que para este estudio se realizó con ciudadanos con entre los 18 y 60 años de edad de los estratos 3, 4,5 y 6.

2.14.1 Determinación de la muestra

$$n = \frac{a^2 x \cdot x}{e^2}$$

Determinación de la muestra.

N= tamaño de la muestra.

a = nivel de confianza 97%, nivel de confianza asignado tabla z= 2,24

e = estimación de error máximo aceptado, 5%

p = porcentaje de población con el atributo deseado. 0.5

q = porcentaje de población que no tiene el atributo deseado 1- 0,5

p= 0.5

n = número de encuestas

El resultado de encuestas a realizar es 464 encuestas con un nivel de confianza del 97% y un nivel de error máximo aceptado del 5% para un espacio muestral de 31414 personas.

2.15 Tipo de Investigación.

El tipo de investigación que se realizó en este estudio de factibilidad fue descriptivo el cual permitió recaudar la información básica y necesaria para el proyecto, en el cual se identifican sus fortalezas y debilidades, conociendo las tradiciones, costumbres y actitudes predominantes del mercado y los clientes, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas de nuestros objetivos ya planteados anteriormente.

2.16 Tabulación.

Posterior a la recolección de datos suministrada por medio de las encuestas se procedió a realizar la tabulación de datos de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados.

1. ¿Cuál es su rango de edad?

En cuanto a la edad de las personas encuestadas se obtuvo los siguientes valores de 18 a 32 años un 45% aproximadamente y de los 33 a los 60 años se encuestó un 55% del total de los encuestados, con lo cual se obtuvo información en cada uno de los rangos establecidos.

Tabla 1: Rango de edad.

¿Cuál es su rango de edad?		
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	95	20,5%
26 a 32 años	113	24,4%
33 a 39 años	78	16,8%
40 a 47 años	58	12,5%
48 a 54 años	63	13,6%
54 a 60 años	57	12,3%
Total	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

2. Genero de los encuestados.

En cuanto a los datos obtenidos de la encuesta el porcentaje de mujeres encuestadas es del 47% y el 53% corresponde a los hombres, lo cual es vital ya que estamos haciendo un estudio que nos aporta datos en cuanto a gustos, preferencias, intención de compra y demás en base a los gustos de ambos sexos.

Tabla 2: Genero de los encuestados.

Genero del encuestado		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	237	53%
Femenino	227	47%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

3. ¿Cuál es su ocupación?

En cuanto a la ocupación del encuestado se obtuvieron los siguientes resultados, el 40% de los encuestados son empleados, seguido de un 27% los cuales son trabajadores independientes, El 16% son estudiantes, el 12% son pensionados y el 5% no trabaja, aun así, se demuestra que existe un poder adquisitivo lo cual es viable para el proyecto.

Tabla 3: Ocupación de los encuestados

Cuál es su ocupación		
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	75	16%
Empleado	185	40%
Independiente	123	27%
Pensionado	57	12%
No trabaja	24	5%
Total	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

4. En qué ocasión usted acostumbra dar detalles (puede seleccionar más de una opción).

En cuanto a las ocasiones en las cuales las personas encuestadas acostumbran a dar regalos se puede observar que el día de la madre 98%, los cumpleaños 81% y el día del padre (81%) son las fechas en las cuales las personas acostumbran a dar más detalles, con lo cual se puede determinar lo siguiente: existe un buen mercado a futuro en base a quienes dan regalos en cumpleaños, aniversarios, espontáneamente ya que es mercado que permanece durante todo el año, además las temporadas como día de la madre y día del padre las ventas pueden aumentar significativamente.

Tabla 4: Ocasión para dar detalles.

En qué ocasión acostumbra a dar detalles		
Ocasión	Frecuencia	Porcentaje
Cumpleaños	375	81%
Día de la madre	455	98%
Día del padre	332	72%
Aniversario	257	55%
Ocasiones especiales	89	19%
Espontáneamente	36	8%
No acostumbra dar regalos	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

5. ¿Conoce usted el concepto de desayunos sorpresa?

Los datos obtenidos nos demostraron que el 83% de los encuestados conoce el concepto de los desayunos sorpresa y el 17% no tenía conocimiento del mismo.

Tabla 5: Conoce el concepto de desayunos sorpresa.

Conoce el concepto de desayunos sorpresa		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	383	83%
No	81	17%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

6. ¿Regalaría usted un desayuno sorpresa?

Los datos obtenidos a través de la encuesta arrojaron que el 97% de las personas regalarían un desayuno sorpresa y un 3% de las personas no lo regalarían.

Tabla 6: Regalaría un desayuno sorpresa.

Regalaría usted un desayuno sorpresa.		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	449	97%
No	15	3%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

7, ¿Cuál cree usted que es el mejor medio para elegir el desayuno sorpresa en el cual pueda personalizarlo? Puede elegir más de una opción.

En cuanto al mejor medio para poder elegir y posteriormente adquirir el desayuno sorpresa los encuestados determinaron en primer lugar las redes sociales con un 95,5%, seguido de la aplicación con un 93,8%, mensajería instantánea con un 69,2% y con menores valores las otras opciones que se muestran a continuación.

Tabla 7: Medio adecuado elegir desayunos sorpresa.

cuál es el mejor medio para elegir los desayunos sorpresa		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Combos de desayuno sorpresa	156	33,6%
A través de una aplicación	435	93,8%
A través de mensajería instantánea	321	69,2%
Redes sociales	443	95,5%
Llamada telefónica	23	5,0%
Personalmente	57	12,3%

Fuente: Elaboración propia.

8. ¿Utilizaría usted una aplicación la cual le permite seleccionar los productos a incluir en el desayuno sorpresa que además puede ajustarlos a su disposición económica?

En cuanto a la pregunta antes mencionada el 94% de las personas respondieron que si usarían una aplicación y un 6% de los encuestados respondió que no y algunos manifestaron que no saben hacer un uso adecuado de las mismas.

Tabla 8: Usaría usted una aplicación Móvil

Usaría usted una aplicación		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	435	94%
No	29	6%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

9. Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por un desayuno sorpresa el cual incluye lo siguiente: desayuno “sándwich, ensalada de frutas, yogurt, barra energética”, 1 peluche, 4 flores, 1 caja de chocolates, 1 Agenda personalizada, 1 mugs personalizados y otros.

Los datos que arrojó la encuesta demuestran que el 46% de las personas estarían dispuestas a pagar entre \$80,000 y \$90,000, y un 27% entre \$90,000 y \$100,000 pesos, estos siendo los de mayores porcentajes.

Tabla 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Cuanto estaría dispuesto a pagar		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$70,000 y \$80,000	49	10,6%
Entre \$80,000 y \$90,000	214	46,1%
Entre \$90,000 y \$100,000	124	26,7%
Entre \$100,000 y \$110,000	54	11,6%
Más de\$110,000	23	5,0%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

10. ¿Utiliza usted aplicaciones móviles como: Instagram, Facebook, WhatsApp?

Los encuestados respondieron con un 98% que si usan algunas de estas aplicaciones y un 2% manifestó que no las usa debido a que se le dificulta.

Tabla 10: Uso de aplicaciones.

Usa usted aplicaciones como (Facebook, Instagram, WhatsApp)		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	453	98%
No	11	2%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

11. ¿compraría usted nuestros desayunos sorpresa?

El 94% de las personas encuestadas respondió que si comprarían nuestros productos, con lo cual se puede determinar que puede existir una intención de compra con la cual el proyecto puede generar ingresos positivos.

Tabla 11: Compraría usted un desayuno sorpresa

compraría usted nuestros desayunos sorpresa		
Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	437	94%
No	27	6%
TOTAL	464	100%

Fuente: Elaboración propia.

2.17 Estrategias de Mercado.

En cuanto al marketing se utiliza como estrategia las cuatro P (4P) que corresponde a. Producto, promoción, precio y plaza en la cual se utiliza como una estrategia para la fidelización del cliente y el posicionamiento de la marca. La empresa de desayunos sorpresa con componentes innovadores lo que busca es poder posicionarse en el mercado por lo tanto busca usar la tecnología, uso de aplicaciones y redes sociales con el cual brinde a sus clientes la facilidad de acceder al producto de una manera rápida y segura, el diseño estas estrategias es un factor fundamental para el posicionamiento, permanencia en el tiempo y la rentabilidad del proyecto.

2.17.1 Producto.

Lo que busca es ofrecer desayunos sorpresa SweetMorning a los clientes son productos garantizados de alta calidad y de exquisito sabor teniendo como pilar fundamental las buenas prácticas alimenticias las cuales estarán supervisadas por un la persona encargada de la preparación de los alimentos que para el proyecto será un técnico en cocina, eliminar el uso de saborizantes artificiales, conservantes o cualquier tipo de ingrediente que pueda ser dañino para la salud, todos aquellos productos que se ofrecerán al público como jamones, cereales, frutas, carnes u otros se mantendrán bajo óptimas condiciones de refrigeración y/o conservación para garantizar la calidad del producto.

Un factor fundamental y con el cual se pretende impactar en la población es que cada uno de los desayunos sorpresa y todos aquellos detalles se van a organizar y personalizar de acuerdo al gusto del cliente con el objetivo de este consiga una satisfacción al 100% con nuestros productos.

Para facilitar el acceso a nuestros productos se diseñará una aplicación móvil con la cual los clientes podrán personalizar el desayuno a su gusto y de acuerdo a sus posibilidades económicas con lo cual ofrecer la comodidad de adquirir toda nuestra gama de servicios desde un teléfono móvil, a través de las redes sociales, App y mensajería instantánea.

2.17.2 Precio.

El precio del producto tendrá un valor inicial de \$80.000 pero el cliente podrá agregar todos aquellos productos que se ofrecen y adaptarlos a su presupuesto, también se realizarán 5 combos de desayuno sorpresa los cuales tendrán un costo de \$80,000 a \$110,000. Cabe denotar que para las fechas especiales como día del padre o de la madre y otros se realizaran combos especiales y los cuales los clientes lo pueden ajustar a su presupuesto.

2.17.3 Promoción.

Uno de los elementos más importantes para el proyecto es el poder generar un posicionamiento de la empresa y de la marca SweetMorning por lo tanto se utilizarán los medios web y redes sociales para mostrarle a los clientes los productos, de esta manera también tener una retroalimentación por medio de sus recomendaciones y comentarios, desarrollar una propaganda positiva por medio de un buen servicio y alta calidad. Además de esto en cada uno de nuestros desayunos sorpresa llevara el nombre de la empresa, redes sociales, código QR y números de contacto.

2.17.4 Mensaje.

SweetMorning te invita a conocer nuestros productos de alta calidad para que demuestres todo tu amor por esa persona especial, puedes encontrarnos a través de nuestra aplicación digital, redes sociales o ubicarnos en el barrio el recuerdo.

2.17.5 Publicidad.

La publicidad es parte de los gastos administrativos del proyecto el cual ayuda a pertenecer a las nuevas tendencias de tecnología que son herramientas fundamentales para todo tipo de negocios como son las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram, páginas esenciales para el lanzamiento de nuevas empresas, donde se brinda información respecto a los productos y permite un mejor contacto con los clientes. Los medios mencionados anteriormente se pueden crear sin restricciones, lo cual es favorable ya que no tiene costo y son de acceso público y masivo.

2.17.6 Comunicación.

Para hacer una buena propaganda SweetMorning es importante que todos los momentos de verdad produzcan una experiencia satisfactoria, es decir que el cliente quede absolutamente satisfecho y si existe algún inconveniente solucionarlo inmediatamente para poder generar un buen voz a voz, además de ser muy puntuales en la entrega de los desayunos sorpresa para de esta manera poder crear vínculos mucho más fuertes que seguramente harán que hablen bien de la empresa y se refieran a ella con otras personas.

2.18 Logo del restaurante.

Imagen 2: logo del Restaurante.



Fuente: Elaboración Propia.

2.19 Plaza.

La plaza del SweetMorning será por medio de las redes sociales, aplicación móvil, mensajería instantánea, con la cual se impacta fuertemente sobre el cliente ya que se evita que el cliente realice desplazamientos para poder adquirir nuestros productos. Otro factor importante es que nos permite la retroalimentación por medio de las sugerencias y permite una comunicación constante con los clientes.

La ubicación de las instalaciones de la empresa será en el barrio el recuerdo ya que es un punto céntrico con el cual las entregas podrán realizarse de una manera más rápida, además de esto está cerca de los almacenes de cadena y distribuidores como la placita campesina y otros lo cual permite un acceso rápido a los productos y materias primas.

2.20 Matriz DOFA.

Como parte de la investigación se realizó una matriz DOFA de la empresa SweetMorning con el objetivo de analizarla de manera interna y externa para identificar factores importantes a tomar en cuenta en su modelo de negocio.

Imagen 3: DOFA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversas maneras de pago • Cualidades del servicio • Procesos administrativos para el logro de los objetivos. • Servicio eficaz y efectivo 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación al personal • Canales de distribución no apropiados • Proveedores ágiles • Capital de trabajo mal utilizado • Problemas a la hora de utilizar la app
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clientes insatisfechos • Necesidad del servicio • Agilidad en el servicio • Funcionamiento del servicio mediante la app las 24 horas • La app en tiempo de pandemia brinda al cliente facilidad para adquirir su desayuno sin necesidad de salir de casa. • Crecimiento del negocio en tiempo de pandemia debido a que la mayoría de las ventas son hechas vía internet. • En tiempo de pandemia mayor aceptación del producto, gracias a los canales de distribución. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal • Competencia muy agresiva • No aceptación del servicio • Aumento de productos de insumo

Fuente: Elaboración Propia.

2.21 Análisis de innovación.

Dentro del mercado de la ciudad de Popayán existen diversas paginas en redes sociales las cuales ofrecen el servicio de desayunos sorpresa, uno de los factores más relevantes es que este servicio vende los combos ya preestablecidos y con el cual las personas adquieren un producto, pero no tiene un valor agregado el cual marque la diferencia.

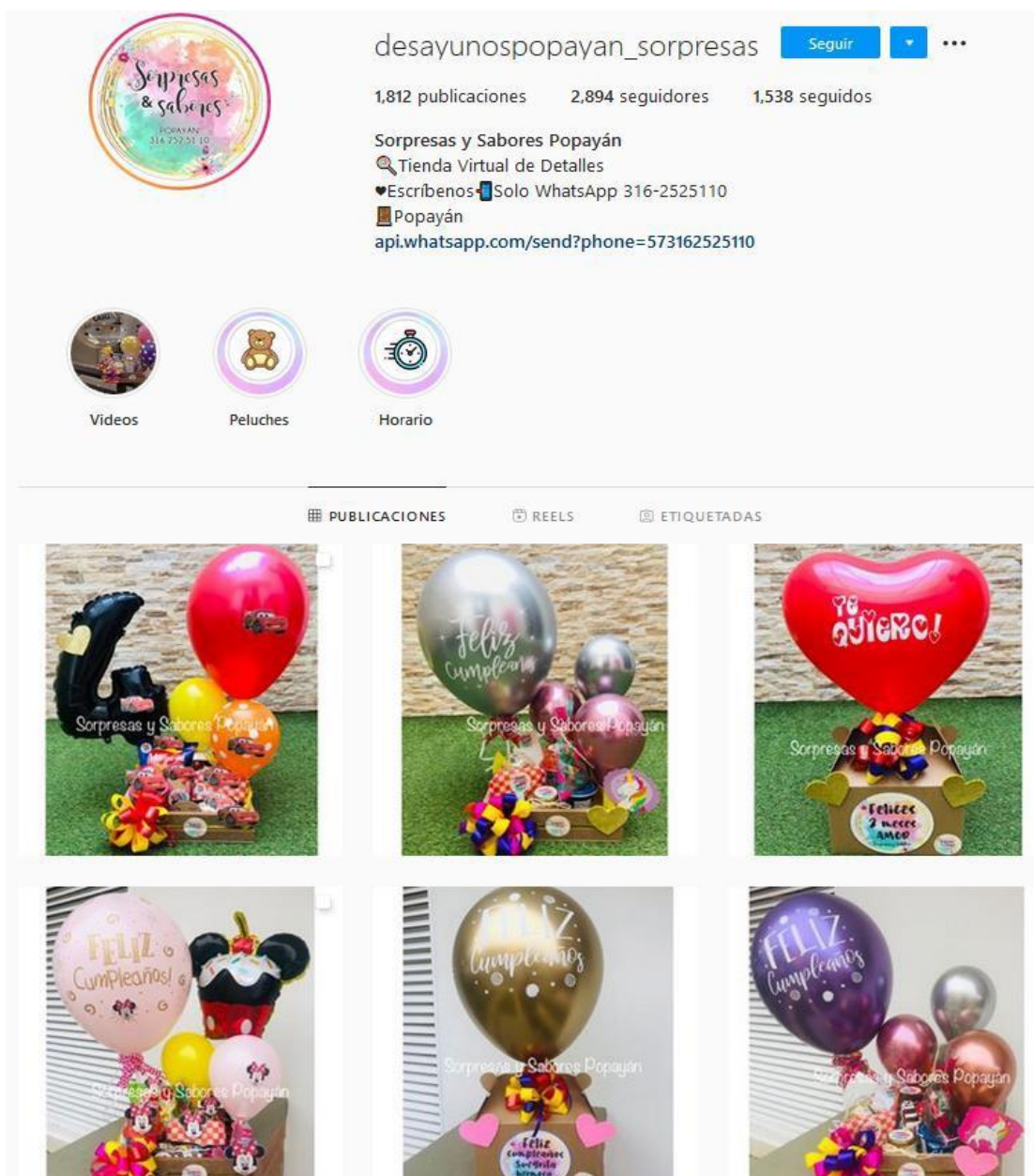
A continuación, se muestra unas páginas las cuales se dedican a ofrecer el servicio de desayuno sorpresa.

SORPRESAS Y SABORES POPAYÁN

Sorpresas y sabores tiene el gusto de atenderte de manera más cómoda y fácil, personaliza y arma tu pedido a tu gusto...

Manejamos diferentes Menús de desayunos incluyendo uno light y medias tardes.

Imagen: desayunos sorpresa

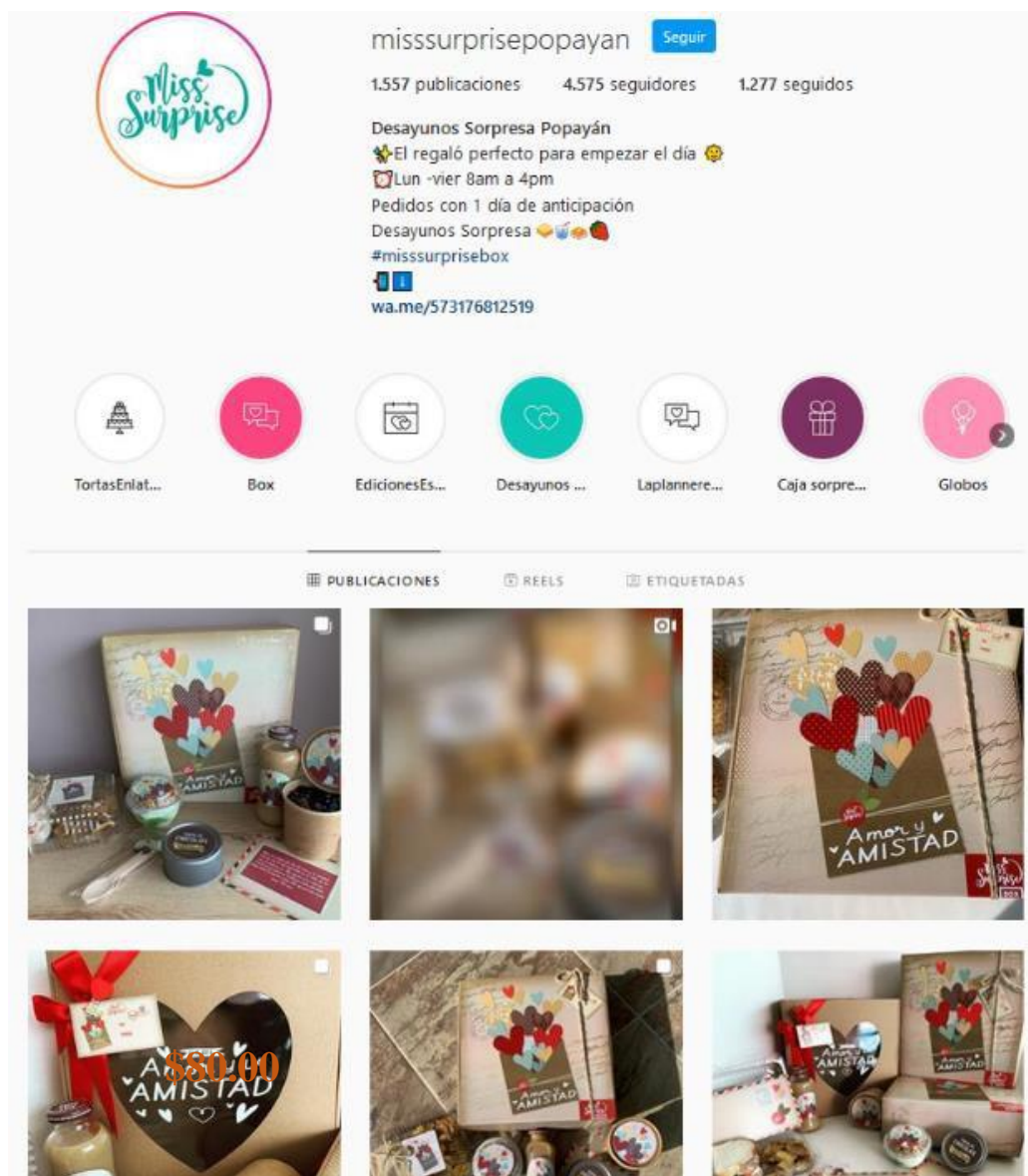


Fuente: Instagram

MISS SURPRISE

Con nuestros desayunos sorpresa en Popayán, podrás dejar un recuerdo inolvidable en tus seres queridos. Te ofrecemos: Desayunos sorpresa, Tortas enlatadas, Ediciones Especiales, Caja sorpresa, Globos, Organización de eventos y más.

Imagen 4: Miss surprise



Fuente: Instagram

DESAYUNOS Y DETALLES SORPRESA FANTASIA

Sorprende con un detalle diferente lleno de amor y felicidad.

Imagen: desayunos y detalles

 **Desayunos y detalles Sorpresa Fantasia**
14 de septiembre · 🌐

😊 Este 19 de septiembre es un día para amar, para sorprender y para decirle a esa persona lo importante que es en nuestras vidas.. Amor y Amistad 🌈 regala un lindo detalle .. 🎁❤️

#desayunosydetallesorpresafantasia #diasespeciales #sorpresas #amor #felicidad #cumpleaños

Enlace directo a WhatsApp 📲📲📲 <https://bit.ly/2Yfbwyl>

☎️ 3012051878 - 3103821496



Menú love

- BANDEJA DE MADERA DECORADA
- GLOBO BURBUJA
- MOQUETE DE QI GLOBOS CON HELIO
- MOÑO + TARJETA
- TORTA GENOVEGA
- FRUTA PICADA
- FRANGO CON SAGO NATURAL
- FRANGO CON YOGURT
- HUEVOS REVUELTOS CON JAMON
- CHOCOLATINAS 2
- CHOCO FIGURAS (1)

\$70.000



Menú cariño

- CAJA CUADRADA DECORADA
- GLOBO LÁTEX
- MOÑO + TARJETA
- SANDWICH (TIPO CURANO DE JAMON Y QUESO)
- BERRA CALIENTE (CHOCOLITO)
- FRUTA PICADA
- YOGURT
- CHOCOLATINAS 2
- CHOCO FIGURAS (1)

\$31.000



Menú fantástico

- BANDEJA DE MADERA
- GLOBO BURBUJA COLOREADO
- MOÑO + TARJETA
- REPS (JAMON, QUESO, CARNE BURGUER)
- TORTA GENOVEGA
- FRUTA PICADA
- FRANGO CON SAGO NATURAL
- FRANGO CON YOGURT
- CHOCOLATINAS (2)
- CHOCO FIGURAS (1)

62.000



Menú Amor

- CAJA CUADRADA DECORADA
- GLOBO LÁTEX
- MOÑO + TARJETA
- FELICHE (QUESO DE TY ESCOGIDA)
- SANDWICH (TIPO CURANO DE JAMON Y QUESO)
- BERRA CALIENTE (CHOCOLITO)
- GELATINA
- GALLETA
- CHOCOLATINAS 2
- CHOCO FIGURAS (1)

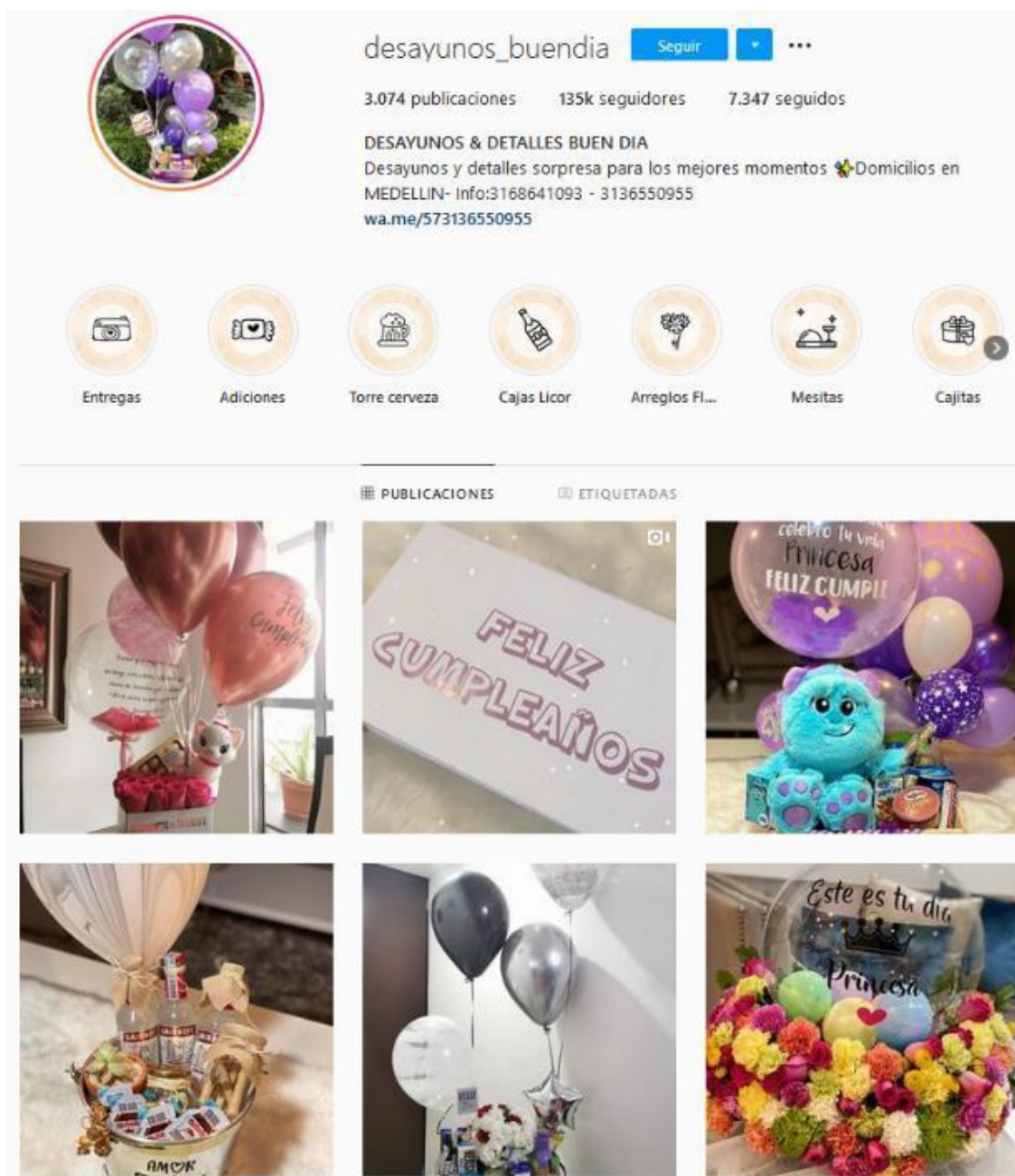
\$43.000

Fuente: Facebook

DESAYUNOS Y DETALLES BUEN DÍA

"Una manera diferente para sorprender a las personas que más quieres" Te ofrecemos desayunos sorpresa, arreglos florales, mesitas, Cajitas, Adiciones Especiales y mucho más.

Imagen: Desayunos Buendía



Fuente: Facebook

Con las evidencias anteriores podemos notar que ya todos los modelos de desayunos y detalles están preestablecidos y es el cliente quien se acomoda al diseño y no le permite realizar cambios al producto, lo único en lo que el cliente interviene es con la dedicatoria y la tarjeta.

SweetMorning busca diseñar algo más práctico e innovador es por esto que se proponen cambios significativos los cuales favorecen directamente al cliente y revoluciona la manera de adquirir un desayuno sorpresa.

El primer componente con el cual se pretende innovar es con el diseño de una aplicación Móvil que le permite al cliente poder tener un acceso guiado de los productos que se ofrecen y aún más importante es que el cliente puede escoger los productos que desea hagan parte del desayuno sorpresa en cuanto a la comida, detalles, flores además tiene una casilla de adicionales, el cual lo que busca es satisfacer aquellas necesidades específicas del cliente que quiera agregar en cuanto al producto o necesidades especiales en cuanto a la entrega.

Esta función es muy importante porque el cliente puede hacer requerimientos especiales o diseñar el desayuno sorpresa y la aplicación le va a mostrar en tiempo real cual es el costo de su regalo y puede ajustarse a su presupuesto económico.

Otro factor importante que marca diferencia es el hecho de que los desayunos sorpresa van pensados en llegar a un mercado más amplio y en el cual no se ha pensado antes y es aquellas personas que son vegetarianas, veganas o no tienen tolerancia a cierto tipo de alimentos.

SweetMorning da la opción de escoger que productos alimenticios son aquellos con los cuales se va a preparar el desayuno y si el cliente manifiesta alguna restricción o no tolerancia a cierto tipo de alimento el podrá cambiarlo por las diferentes opciones que se ofrecen, además la plataforma tendrá unos menús preestablecidos para ayudar al cliente vegano o vegetariano a buscar una opción rápida.

La aplicación permite que el cliente acceda a la plataforma de productos y a su elección pueda seleccionar cuales incluir y cuáles no, teniendo en cuenta los gustos de la persona que va a recibir el desayuno sorpresa.

Imagen: funcionalidad de la aplicación.



Fuente: Elaboración Propia.

2.22 Modelo Canvas.

Para poder entender de mejor manera el modelo de negocio de SweetMorning se realizó el modelo de negocio Canvas que ayudan a entender de mejor manera su forma de operar.

Imagen 5: Modelo Canvas.

Asociados Clave. <ul style="list-style-type: none"> - Personal. - Cocinero. - Repartidores. - Proveedores. 	Actividades Clave. <ul style="list-style-type: none"> - Obtención de las órdenes. - Pedido adecuado. - Personalización del producto. - Preparación el desayuno. - Entrega a tiempo del desayuno. 	Propuesta de Valor. SweetMorning ofrece la oportunidad a las personas de dar un detalle distinto a aquella persona especial a través de un desayuno sorpresa de exquisito sabor y detalles personalizados al gusto y presupuesto del cliente.	Relación con los Clientes. Se realiza a través de las redes sociales, la aplicación móvil y WhatsApp, el contacto con el cliente se realiza solo cuando necesita agregar artículos personales y al momento de la entrega.	Segmentación del cliente. Hombres y mujeres mayores de 18 años en adelante, de los estratos 3 en adelante o personas que estén activas laboralmente, ubicados en la ciudad de Popayán y que estén dispuestos a sorprender a un ser querido con un regalo especial e inolvidable.
	Recursos Clave. <ul style="list-style-type: none"> - Materia prima de calidad. - Equipo de cocina. - Cajas de regalo. - Inventario de detalles. - Equipo de personalización. 		Canales. El canal de distribución es del fabricante al cliente por medio del su servicio de domicilio, aunque también se puede hacer por medio de Uber, Indriver o domiciliario particular.	

Estructura de costos.	Fuentes de ingresos.
Costos de personal. Costo de producción del desayuno. Costo de los detalles. Costos de personalización. Costos de envío.	Combos de desayunos sorpresa. Desayunos personalizados. Eventos.

Fuente: Elaboración Propia.

2.23 Conclusiones.

El estudio de mercado arrojó resultados que demuestran que es viable la creación de la empresa de desayunos sorpresa en la ciudad ya que tiene un componente diferenciador como es la aplicación móvil, el cual es un modelo de negocio que se adapta a las necesidades y presupuestos del cliente.

El resultado de las encuestas determinó la aceptación de la propuesta en el mercado como una opción diferente a la hora de dar un presente a aquella persona especial, además hubo una buena aceptación en cuanto al precio y logró determinar que habrá una alta demanda de sus productos.

3 ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO.

Se constituirá una sociedad por acciones simplificada SAS que en su forma jurídica es una sociedad comercial de capital, la cual brinda garantías y estimula el emprendimiento gracias a las facilidades que son necesarias para realizar la constitución y ponerla en funcionamiento, la figura de SAS fue creada por la ley 1258 del 2008 basado en la obsoleta ley de emprendimiento 1014.

3.1 Misión.

SWEETMORNING es una empresa dedicada a los desayunos sorpresa con productos de alta calidad con un componente innovador basado en la tecnología, el principio fundamental es la satisfacción del cliente, esto se logra al ofrecer el servicio de personalización además con la facilidad de realizarlo por medio de redes sociales, aplicación móvil etc.

3.2 Visión.

SweetMorning pretende ser reconocido el en 2024 como una organización pionera en cuanto al sector de los desayunos sorpresa y detalles, por medio del uso de la tecnología como también por sus altos estándares de calidad, productividad, competitividad, excelente atención con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y de esta manera posicionarse como una empresa líder en la ciudad de Popayán.

3.3 Principios corporativos.

- **Responsabilidad y ética profesional.** Todas las decisiones de la empresa estarán basadas en la justicia y la equidad teniendo como propósito la responsabilidad social empresarial, el buen trato a nuestros empleados, proveedores, clientes y demás, realizando acciones responsables que estén encaminadas a la satisfacción de nuestros clientes.
- **Puntualidad.** Es un principio fundamental con el cual se reafirma el compromiso de hacer una oportuna atención y entrega de nuestros productos, esto en aras de resaltar la

importancia del respeto por el tiempo de nuestros clientes.

- **Empatía.** Tratar a nuestros clientes de tal manera que nos gustaría que nos trataran a nosotros, de esta manera se satisfacen las necesidades en la medida que la empresa es capaz, de esta manera se brinda un servicio de máxima calidad y calidez.
- **Solidaridad.** La empresa garantiza que todas las actividades desarrolladas se realicen partiendo del buen trato y la ayuda mutua entre todos quienes integran SweetMorning tanto personal interno y externo.
- **Innovación.** El cual permite a todos nuestros empleados y colaboradores aportar ideas en pro de mejorar y cumplir los ideales de la empresa para satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Esfuerzo y dedicación.** Emplear todo el esfuerzo y dedicación diariamente, para el cliente tenga un servicio de alta calidad, una experiencia agradable que permita atraer nuevos clientes por medio de las buenas recomendaciones.
- **Humildad.** Estar dispuestos a escuchar todo aquello que el cliente sugiere, reconocer cuando nos equivocamos, pedir disculpas y buscar soluciones oportunas, el cual además permite una mejora continua a futuro.

3.4 Constitución.

La constitución de la empresa estará conformada por dos personas naturales bajo el nombre de restaurante SWEETMORNING sociedad por acciones simplificada, se creará por medio de un documento privado, bajo la figura de SAS en la cual los socios solo tendrán responsabilidad por el monto de los aportes realizados y en caso de que existan accionistas estos no serán responsables por obligaciones laborales y/o tributarias.

3.5 Personería jurídica.

La personería jurídica es el reconocimiento a un ser humano, una organización, una empresa u otro tipo de entidad para asumir una actividad o una obligación que produce una plena responsabilidad desde la mirada jurídica, tanto frente a sí mismo como respecto a otros.

3.6 Naturaleza.

La SAS es una sociedad de capitales de naturaleza comercial independiente del objeto social, es decir puede efectuar cualquier tipo de transacción comercial, tributariamente se rige por las reglas aplicadas a las sociedades anónimas.

3.7 Nombre de la empresa.

El restaurante con componentes tecnológicos se llamará “SweetMorning” y después de realizar la verificación de disponibilidad en la plataforma de cámara y comercio hasta la fecha ninguna empresa se encuentra registrada con el anterior nombre.

3.8 Representante Legal.

Los accionistas por medio de una asamblea designaran un representante legal para que cumpla dichas funciones y además podrá hacer la celebración de actos y contratos que se comprenden dentro del objeto social de la sociedad, el representante debe regirse por unas normas de responsabilidad las cuales estén previstas en la regulación vigente para el periodo.

3.9 Reformas estatutarias.

Todas aquellas reformas estatutarias que se planteen hacer dentro de la sociedad deberán ser aprobadas por medio de la asamblea de accionistas como lo regula la ley, es decir para celebrar el acto deberá haber la mitad más 1 de los socios y se aprueba con un voto favorable y se hará por medio de un acta de asamblea con todas las formalidades dispuestas en el art 189 del código de comercio.

3.10 Aportes Parafiscales.

Son aquellos pagos que el empleador está obligado a cancelar basado en un porcentaje del valor del salario mensual a través de una caja de compensación familiar que van destinadas al ICBF, SENA y subsidios familiares, la empresa utilizará como caja de compensación familiar Comfacauca y se hará los pagos durante 10 primeros días cada mes el 9% del total devengado por el empleado en la nómina mensual.

3.10.1 Régimen de seguridad Social.

Los trabajadores deberán elegir una empresa prestadora de salud (EPS) a la cual ellos deseen vincularse para que la empresa inicie el proceso de afiliación, el porcentaje de aportes de salud es equivalente al 12,5% del salario devengado por el trabajador en el cual la empresa aporta el 8,5% y el trabajador realizara un aporte del 4%.

3.10.2 Fondo de pensiones y cesantías.

La empresa afiliara al empleado al fondo de pensiones y cesantías que el empleado determine, posteriormente se realizara el pago del 16% del salario mensual devengado por el trabajador paga el 4% y el empleador el 12%.

3.11 Disolución de la sociedad.

La sociedad por acciones simplificada podrá disolverse por las siguientes causas.

Por la imposibilidad para desarrollar las actividades especificadas en el objeto social.

Por vencimiento de términos a que se realice una prórroga mediante un documento inscrito en el registro mercantil.

Por causales estipuladas en los estatutos.

Por voluntad de accionistas o decisión de único accionista.

Por trámite de liquidación judicial.

Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto a menos del 50% del capital suscrito.

Por orden de las autoridades competentes.

3.12 Liquidación de la sociedad.

Se realizará por medio de los siguientes pasos.

Realizar una asamblea de junta de socios que apruebe la disolución.

Realizar el registro del acta de disolución en Cámara de Comercio. A partir del registro, la sociedad aparecerá con el apellido “en liquidación”.

Reporte a la Oficina de Cobranzas de la DIAN sobre deudas fiscales de la Sociedad.

Emitir avisos que informen que la sociedad se encuentra en trámite de liquidación.

Elaboración de inventario del patrimonio social y balance final de la sociedad. Este paso debe realizarlo el liquidado.

Pagar pasivo externo. Esto también debe hacerlo el liquidador. Asimismo, deberá realizar el pago de las obligaciones fiscales y efectuar la declaración de renta final.

Distribuir remanentes entre socios o accionistas. Por parte del liquidador.

Elaborar el proyecto de liquidación. Por parte del liquidador.

Realizar una reunión de Junta de Socios o Asamblea de Accionistas para aprobar el proyecto de liquidación.

Realizar el registro del acta de la cuenta final de liquidación ante la Cámara de Comercio.

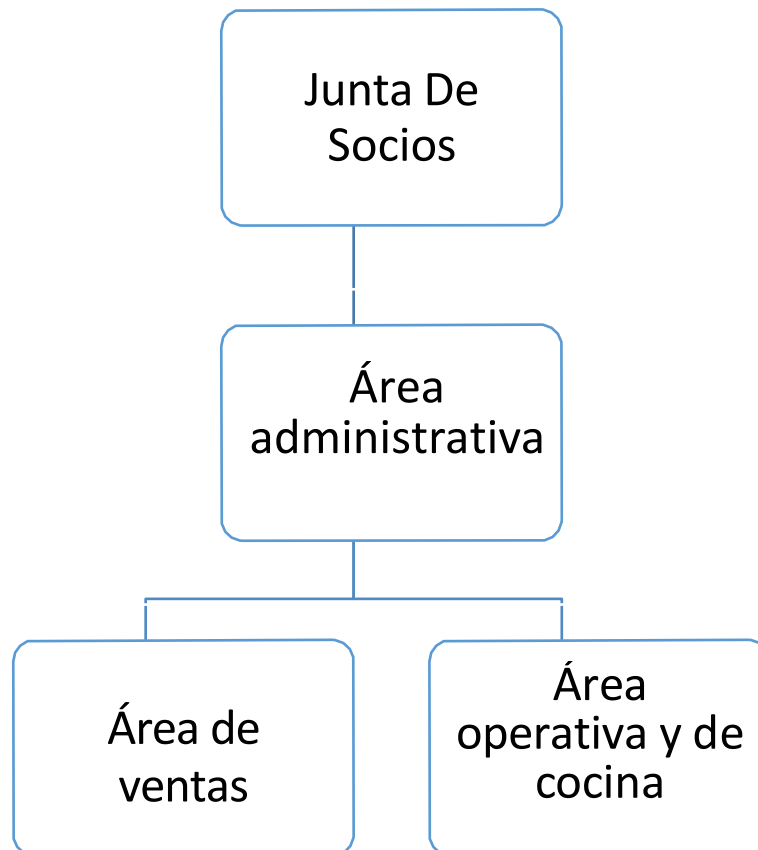
Solicitar a la DIAN la cancelación del respectivo RUT.

3.13 Personal.

Los gastos de todo el personal que labora dentro de la empresa estarán basados en el salario mínimo legal vigente para el año que este en curso además de todos los pagos que le corresponden al empleado por ley.

3.14 Organigrama.

Imagen 6: Organigrama Organizacional.



Fuente: Elaboración Propia.

3.5 Definición y descripción de Cargos.

3.5.1 Administrador.

El administrador debe Controlar, dirigir, planear y organizar las diferentes actividades del restaurante, planificando y organizando las tareas del personal a su cargo, y optimizarlas en aras de garantizar el correcto desempeño y su crecimiento futuro.

Detalle de Tareas:

- Supervisar el trabajo del resto de personal.
- Facturación de ventas.
- Llevar el control financiero del negocio: gastos previstos y extraordinarios, pagos a empleados y proveedores, supervisión de la caja, etc.
- Colaborar y aportar ideas en materia de publicidad y marketing.
- Gestionar la documentación de la empresa. facturas, permisos, inspecciones, etc.
- Plantear mejoras operativas, logísticas y funcionales.

Criterios a Desempeñar.

- Eficiencia y eficacia.
- Cumplimiento de normas y políticas del lugar.
- Supervisar el buen uso y aprovechamiento de utensilios y materias primas.

Responsabilidad y Deberes.

- Encargarse del cuidado de los equipos y utensilios en la realización de los platos.
- Dar solución a problemas o solicitudes de los clientes.
- Coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente.
- Realizar la compra de materias primas.

Condiciones de Trabajo y Ambiente.

- Buen ambiente laboral.
- Disposición de ayudar.
- Escuchar y motivar.

3.5.2Auxiliar de cocina.

Los auxiliares de cocina trabajan bajo la supervisión del chef realizando las tareas básicas, en trabajos rutinarios de la cocina, tales como: Limpiar, pelar y cortar las verduras. Mezclar los ingredientes entre otros, Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.

Detalle de Tareas:

- Preparación de los desayunos.
- Armado de los desayunos sorpresa.
- Higiene tanto de la cocina, utensilios y demás.
- Cuidado de los bienes de la cocina y demás.
- Cuidado de su sector de trabajo y de su integridad.

Criterios a Desempeñar.

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia, eficacia y capacidad de ayuda.
- Uso adecuado de insumos o ingredientes.

Responsabilidad y Deberes.

- Velar por la satisfacción de los clientes.
- Preparación y ensamble de los desayunos sorpresa.

Condiciones de Trabajo y Ambiente.

- Buen ambiente laborar.
- Disposición de ayudar.
- Escuchar y motivar.

4 ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico permite verificar la posibilidad de prestación del servicio de desayunos sorpresa en la ciudad de Popayán SweetMorning como un establecimiento de productos alimenticios preparados tipo restaurante, además de analizar y determinar el tamaño estimado del mercado, su localización, los equipos, instalaciones y la organización requerida para iniciar el proyecto.

El estudio mercado, es una fuente de información que da bases para llevar acabo el estudio técnico, en esta parte del proyecto se contemplan todos los aspectos técnicos y operativos que permitan realizar un uso eficiente de los recursos.

4.1 Objetivos.

4.1.1 Objetivo General.

Determinar la viabilidad técnica para la creación de una empresa de desayunos sorpresa en la ciudad de Popayán.

4.1.2 Objetivos Específicos.

Establecer la capacidad diseñada, instalada y utilizada del proyecto.

Identificar los insumos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Identificar toda la maquinaria, tecnología y utensilios necesaria para la puesta en marcha del proyecto.

4.2 Tamaño del Proyecto.

El proyecto cuenta con 120 metros cuadrados en los cuales se encuentra una cocina para la preparación de alimentos, una zona de ensamble, es decir el lugar donde se va a armar el desayuno sorpresa, un área administrativa, una sala de exhibición de nuestros productos, baños, bodega y zona de alimentos.

4.3 Factores condicionantes del tamaño del proyecto.

Al determinar el tamaño del proyecto es necesario hacer algunos planteamientos en cuanto a la capacidad financiera, tamaño del mercado, disponibilidad de insumos, suministros y mano de obra.

4.3.1 Variables consideradas para la Macro localización.

La situación del mercado de trabajo en la región es el resultado de un variado conjunto de factores, donde se destacan:

4.3.2 Infraestructura física y tecnológica.

La empresa deberá estar ubicada en un espacio que no presente problemas de seguridad, la empresa ya que va a tener un flujo de personas necesita estar ubicada en una zona de rápido acceso vehicular y peatonal, por tal razón se debe ubicar en una zona urbana de la ciudad de Popayán donde además cuente con un acceso a servicios públicos

4.3.3 Infraestructura vial.

En cuanto a la infraestructura vial se determina que existen muchas fallas por mala calidad de vías o porque algunas están en mantenimiento, además un problema constante es la congestión ya que las vías no soportan la capacidad vehicular en horas pico.

4.3.4 Disponibilidad de mano de obra calificada o no calificada.

SweetMorning está ubicada en el sector urbano por tal motivo se cuenta con una gran cantidad de mano de obra calificada ya que entidades como el Sena y otros capacitan constantemente personas para atender las necesidades laborales de la ciudad.

4.3.5 Proximidad al mercado.

Cuenta con alta proximidad al mercado ya que el proyecto se va a desarrollar en la zona urbana y la fundación se va a establecer en la misma. Se pretende que la ubicación este en un punto central para así realizar las entregas de manera más oportuna.

4.3.6 Disponibilidad a servicios públicos.

Aunque Popayán presenta debilidades en este sector, es el segundo más dinámico en el conjunto de la economía local. La empresa debe contar con los servicios de agua, energía, internet, telefonía, para el desarrollo de las actividades de la empresa.

4.4 Micro localización.

La empresa SweetMorning se localizará en el barrio el recuerdo con una estructura para el apropiado desarrollo de la actividad con la cual se va a realizar en la empresa.

Esta zona de la ciudad es un sitio estratégico y favorable para el establecimiento de la empresa ya que es un punto central de la ciudad que permite que los desplazamientos para las entregas estén en un punto céntrico y se realicen de manera oportuna.

4.5 Variables consideradas para la determinación de la micro localización.

El entorno donde se encuentra localizada la empresa, cuenta con la infraestructura y servicios públicos necesarios como son los servicios de agua, electricidad, pavimentación, drenaje, telefonía e internet.

Se realizarían unas instalaciones pertinentes al interior de la empresa para la adecuación de equipos tecnológicos, cocina, cuartos de aseo, zonas de exhibición, parqueadero, entre otros.

Por otra parte, uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto, se refiere al lugar donde se sitúa la empresa, la cual se encuentra en una zona altamente estratégica, dado que se ubica en un punto central que permite que los desplazamientos a otros lugares se realicen de manera oportuna.

De tal modo que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, ya que la prioridad de la empresa es estar ubicada en un punto central a fin de lograr que las entregas de los desayunos sorpresa se hagan en los tiempos estipulados.

4.5.1 Demanda.

Se considera la demanda como un factor importante que se posee un mercado, luego de realizar la tabulación de las encuestas obtuvieron unos datos acerca de las necesidades, gustos y percepción del producto por parte de los potenciales clientes. Por lo tanto, se establece que existe un mercado potencial para la creación de una empresa de desayunos sorpresa en la ciudad de Popayán dado que según los resultados obtenidos hay un 97% de personas que estaría dispuesto a regalar un desayuno sorpresa de SweetMorning.

Además, se puede establecer que los precios que se manejan en la empresa son cómodos y no está sobrevaluado ya que este es el costo promedio que hay en el mercado para este tipo de servicios, este análisis fue calculado en base a 464 encuestas.

4.5.2 Mano de obra.

La ciudad de Popayán cuenta con suficiente mano de obra calificada ya que en la ciudad existe una diversidad de programas parte del Sena que garantizan la formación de profesionales bien capacitados, ofreciendo la demanda suficiente de personal que requerirá para su funcionamiento y es una ventaja ya que no limita el proyecto, aunque en el inicio del proyecto la demanda de mano de obra por parte de SweetMorning es baja se pretende que sea ampliada a través del tiempo.

4.5.3 Mercado.

Personas entre los 18 y 60 años que disfruten de nuevas experiencias, estas son personas que se pueden encontrar activas laboralmente y pueden disponer de una buena posición económica habitualmente en los estratos 3, 4,5 y 6 que además quieren sorprender a esa persona especial con un bonito detalle.

Con base al estudio de mercado se determinó que entre las personas encuestadas el 97 % le gustaría que se creará le empresa de desayunos sorpresa la cual es una opción para dar un bonito detalle a esa persona especial, lo que genera una demanda bastante atractiva para SweetMorning, ya que se busca primordialmente satisfacer la demanda de la mejor manera. De este porcentaje, las personas en la encuesta determinaron que la forma más asequible para adquirir el producto de manera rápida y descomplicada es por medio de redes sociales, mensajería instantánea y por medio de la aplicación, lo que garantiza la comodidad del cliente.

Al ser una empresa que ofrece nuevos servicios en cuanto a servicio al cliente hace que nos condicione frente al tamaño del proyecto, ya que no se posee la experiencia que genera ser conocido por el mercado en Popayán. Aunque de la misma manera el componente diferenciador puede jugar un papel importante para posicionar rápidamente SweetMorning.

4.6 Estimación de la demanda.

La estimación de la demanda se proyecta a través de los datos recolectados y tabulados por su intención de compra, frecuencia de compra, valor del consumo promedio, y basados en una inflación promedio del 4.69% y una tasa estimada de crecimiento anual del 7% se puede deducir que el mercado objetivo estaría en capacidad de consumir 2800 desayunos sorpresa para el primer año, los cuales estarían dispuestos a pagar \$70.000, \$80,000, \$90.000 y \$100,000 dependiendo del combo que deseen adquirir.

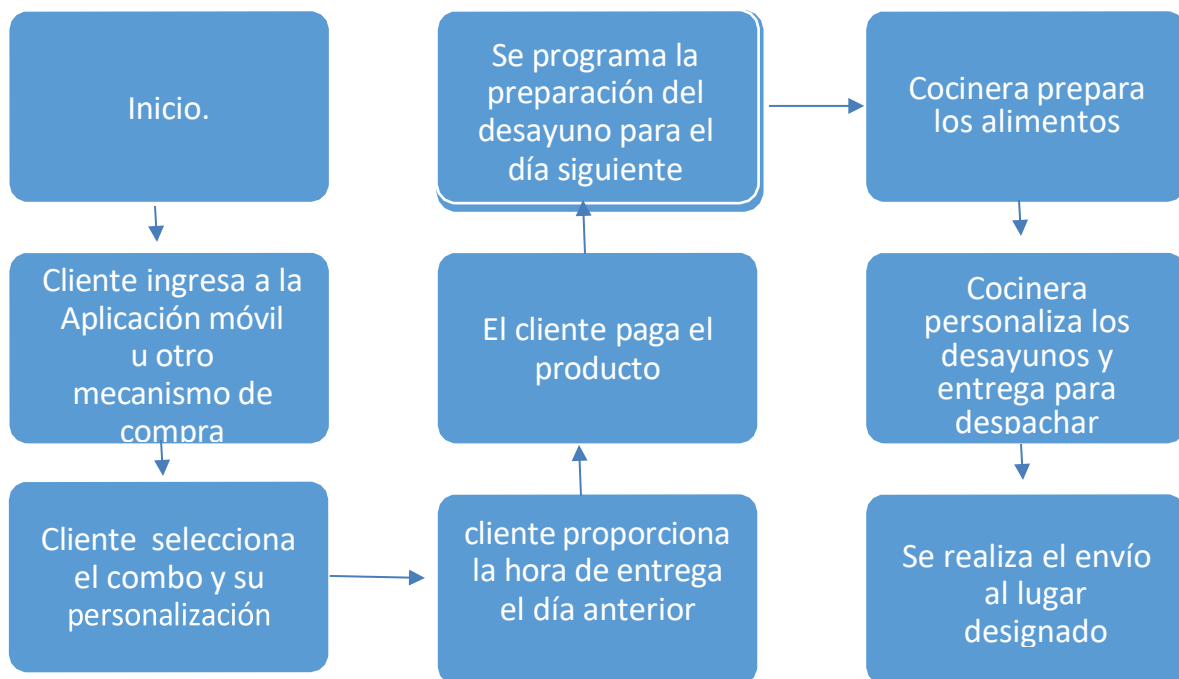
De los resultados anteriores se determina que la cantidad de ventas anuales proyectadas para el primer año es de 2800 desayunos sorpresa con una producción mensual de 233 combos, producción la cual puede aumentar en cuanto la empresa empiece a posicionarse en el mercado.

4.7 Ingeniería del proyecto.

La ingeniería del proyecto comprende todo lo relacionado a la instalación y funcionamiento del establecimiento y se describen los equipos e insumos necesarios para que SweetMorning pueda cumplir con una atención óptima y de calidad por medio de la siguiente estructura organizacional.

4.7.1 Flujograma de procesos y atención al cliente.

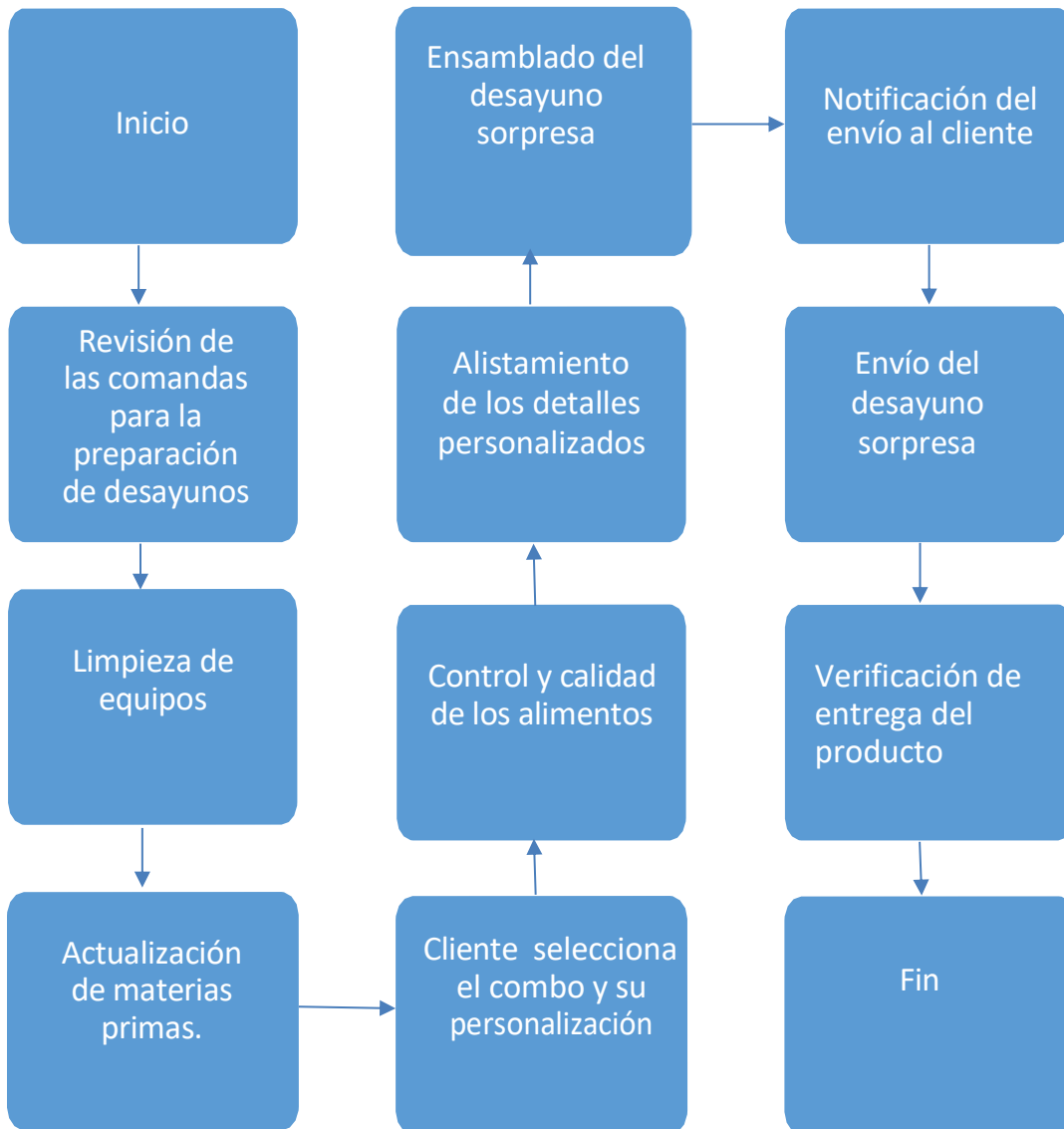
Imagen 7: Flujograma de Procesos.



Fuente: Elaboración Propia.

4.7.2 Flujograma comercialización del producto.

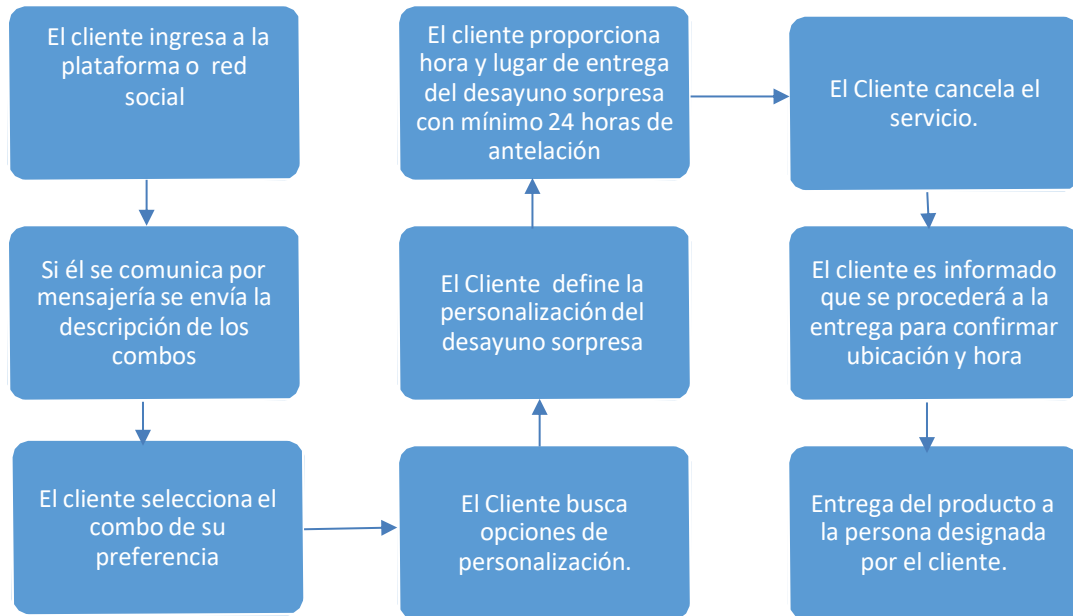
Imagen 8. Flujograma de comercialización del Producto.



Fuente: Elaboración propia.

4.7.3 Flujograma servicio al cliente.

Imagen 9. Flujograma Servicio al Cliente.



Fuente: Elaboración propia.

4.8 Especificaciones de maquinaria y equipos.

Dentro de las especificaciones para la realización del proyecto SweetMorning se determina la obtención de equipos e insumos esenciales para la prestación del servicio, permitiendo calcular el espacio que ocuparán dentro de la planta y requerimientos de inversión del proyecto.

4.8.1 Mobiliario área de producción.

Tabla 12: Mobiliario área de Producción.

PRODUCTO (cocina)	CANT
Nevera	1
Estufa a gas de 4 puestos	1
Horno tostador	1
Licuada Oster	1
congelador pequeño	1
Plancha eléctrica	1
Exprimidor de jugos	1
Horno Microondas	1
Waflera	1
Mesa de trabajo en aluminio 1*2 metros	1
Juego mesa y asientos	1
Estante de madera	1
Set de Cuchillos	1
Ollas medianas	3
Ollas pequeñas	4
Espátulas	2
Tablas de picar	2
Vasos	2
Juego de Sartenes	1
Gramera	1
Pinzas	2
Rayador	1
Cernidor	1
Bandejas aluminio	2
Canecas de basura aluminio	1
Mesa de madera	1
Asientos plásticos	2
Pipa de helio	1
Grapadora	2
Tijeras	2

Fuente: Elaboración Propia.

4.8.2 Mobiliario área de administración

Tabla 13: Mobiliario área de administración.

Muebles y Enceres	CANT
Silla ergonómica	3
Escritorio Grande	1
Archivador	1
cuadro decorativo grande	1
Canasta para basura aluminio	1
Computador	1
Multifuncional WIFI	1
Teléfono Fijo	1

Fuente: Elaboración Propia.

4.8.3 Mobiliario área de ventas.

Tabla 14: Mobiliario área de ventas.

Muebles, Enceres y Otros	CANT
Asientos madera	4
Vitrinas	2
Estanterías	2
Mueble Recepción	1
Sillas ergonómicas	1
Ventilador	1
Computador	1
Multifuncional	1
Teléfono fijo	1
Rompemuros wifi	1

Fuente: Elaboración Propia.

4.8.4 Capacidad diseñada.

La capacidad diseñada del proyecto permite prestar producir hasta 50 desayunos diarios, aunque al principio la capacidad diseñada no va a ser utilizada por completo, se espera que vaya aumentando gradualmente a medida que va ganando reconocimiento SweetMorning.

4.8.5 Proceso de compra.

Para el desarrollo del proceso de compra se realizará cada 8 días o cuando los productos en el inventario son inferiores al 20% del inventario optimo, el administrador hará el pedido a los proveedores y la persona encargada de la cocina deberá verificar que los pedidos lleguen completos y hacer un reporte a la administración.

4.8.6 Mano de obra.

Cada trabajador tiene unas funciones y actividades establecidas, las cuales se describen en estudio administrativo y legal. La mano de obra que requiere SweetMorning para su funcionamiento es la siguiente:

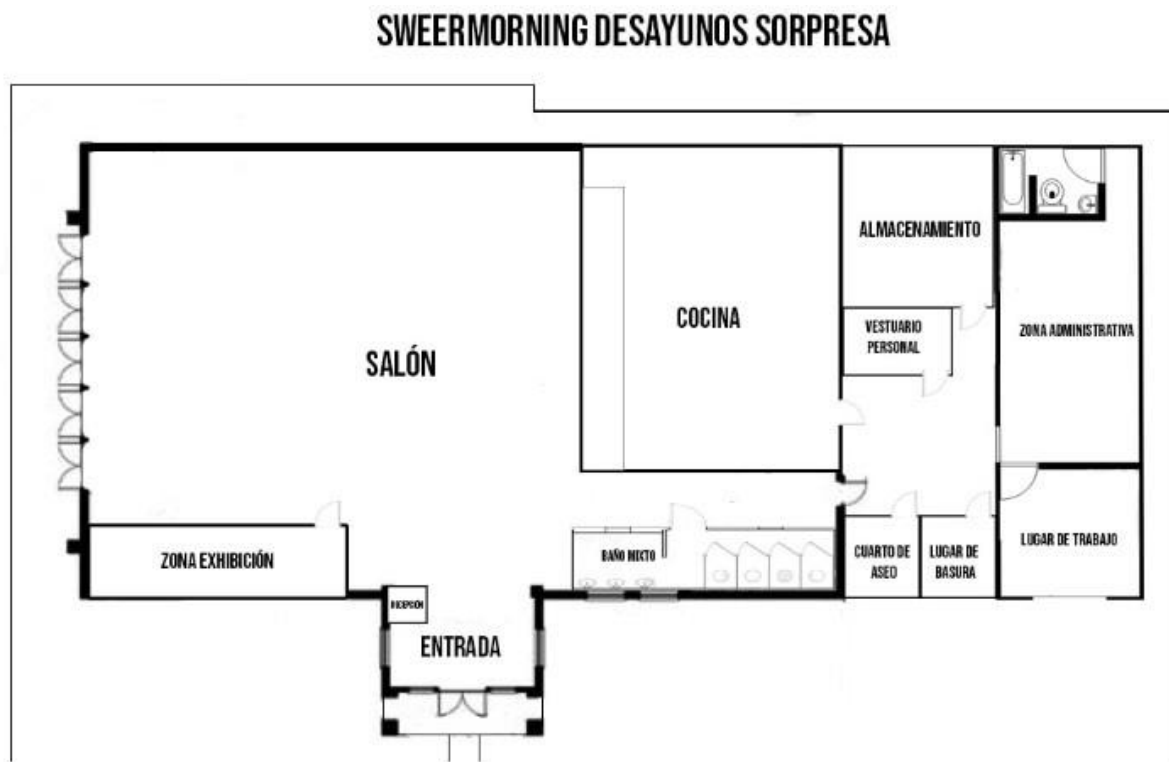
Tabla 15: Mano de Obra

Empleados	Cargo
1	Administrador
1	Cocinero

Fuente: Elaboración Propia.

4.9 Distribución de la planta.

Imagen 10: Planta Física SweetMorning.



4.10 Conclusiones del estudio técnico.

El estudio revela que la empresa es viable desde la parte técnica y es prudente decir que esto es debido a la aceptación e intención de compra por parte de los encuestados, además se espera que con la amplia capacidad instalada y por medio del diseño de ampliación digital se espera ganar posicionamiento frente a la competencia.

5 ESTUDIO FINANCIERO.

5.1 Objetivos.

5.1.1 Objetivo general.

Establecer la viabilidad financiera para la creación de una empresa de desayunos sorpresa en la ciudad de Popayán.

5.1.2 Objetivos específicos.

- Definir las inversiones fijas y diferidas.
- Precisar el capital de trabajo requerido para la operación del proyecto.
- Determinar los costos de producción.
- Precisar los gastos operacionales de administración y ventas.
- Establecer los gastos financieros.
- Elaborar el estado de resultados proyectado.
- Preparar el Balance General proyectado.

5.2 Inversión.

En base al estudio de mercados, técnico, administrativo y legal se obtiene información importante para definir el valor de las inversiones en activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo y todas aquellas inversiones necesarias que requiere el proyecto para que se lleve a cabo.

5.3 Inversión inicial.

La inversión inicial requerida es de \$15.000.000, con lo cual se harán las adecuaciones al inmueble donde estará ubicado SweetMorning, las inversiones son todos aquellos activos fijos necesarios para el funcionamiento de cada área, para adecuar las instalaciones y brindar un lugar óptimo de trabajo.

5.4 Inversión en activos fijos área de Producción.

Tabla 16: inversión en activos fijos área de producción.

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AREA DE PRODUCCION			
PRODUCTOS (cocina)	CANT	VR UNIT	VR TOTAL
Nevera	1	\$ 1.489.000	\$ 1.489.000
Estufa a gas de 4 puestos	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Horno tostador	1	\$ 138.000	\$ 138.000
Licuada oster	1	\$ 240.000	\$ 240.000
congelador pequeño	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Plancha eléctrica	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Exprimidor de jugos	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Horno Microondas	1	\$ 240.000	\$ 240.000
Wafflera	1	\$ 320.000	\$ 320.000
Mesa de trabajo en aluminio 1*2 metros	1	\$ 750.000	\$ 750.000
Juego mesa y asientos	1	\$ 140.000	\$ 140.000
Estante de madera	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Set de Cuchillos	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Ollas medianas	3	\$ 40.000	\$ 120.000
Ollas pequeñas	4	\$ 35.000	\$ 140.000
Espátulas	2	\$ 13.000	\$ 26.000
Tablas de picar	2	\$ 45.000	\$ 90.000
Vasos	2	\$ 8.000	\$ 16.000
Juego de Sartenes	1	\$ 137.000	\$ 137.000
Gramera	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Pinzas	2	\$ 5.000	\$ 10.000
Rayador	1	\$ 18.000	\$ 18.000
Cernidor	1	\$ 6.000	\$ 6.000
Bandejas aluminio	2	\$ 19.000	\$ 38.000
Canecas de basura aluminio	2	\$ 20.000	\$ 40.000
TOTAL EQUIPOS			\$ 6.718.000
Area de trabajo o terminados			
Mesa de madera	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
asientos plasticos	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Pipa de helio	1	\$ 270.000	\$ 270.000
Grapadora	2	\$ 10.000	\$ 20.000
regla	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Tijeras	2	\$ 198.000	\$ 396.000
area de trabajo o terminados			\$ 1.776.000
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS AREA PRODUCCION			\$ 8.494.000

Fuente: Elaboración Propia.

5.5 Inversión activos fijos administración.

Tabla 17: Inversión en activos fijos área administrativa.

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS AREA ADMINISTRATIVA				
EQUIPOS DE COMPUTO	CANT	VR UNIT	VR TOTAL	
Computador	1	\$ 1.400.000	\$	1.400.000
Multifuncional Wifi	1	\$ 560.000	\$	560.000
Telefono fijo	1	\$ 120.000	\$	120.000
Total equipos de computo			\$	2.080.000
Muebles y Enceres				
Silla ergonomica	3	\$ 198.000	\$	594.000
Escritorio Grande	1	\$ 530.000	\$	530.000
Archivador	1	\$ 579.000	\$	579.000
cuadro decorativo grande	1	\$ 240.000	\$	240.000
Canasta para basura aluminio	1	\$ 20.000	\$	20.000
Total muebles y enceres			\$	1.963.000
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS AREA ADMISNITRATIVA			\$	4.043.000

Fuente: Elaboración Propia.

5.6 Inversión adecuación.

Tabla 18: inversión en adecuación.

TIPO DE INVERSIÓN	CAN	VR UNIT	VR TOTAL	
Adecuación del lugar de trabajo	1	\$ 15.000.000	\$	15.000.000
TOTAL			\$	15.000.000

Fuente: Elaboración Propia.

5.7 Inversión área de Ventas.

Tabla 19; inversión activos fijos área de ventas.

EQUIPOS DE COMPUTO		VR UNIT		VR TOTAL
Computador	1 \$	1.400.000	\$	1.400.000
Multifuncional Wifi	1 \$	560.000	\$	560.000
Teléfono fijo	1 \$	120.000	\$	120.000
Reuter Rompemuros	1 \$	399.000	\$	399.000
Total, equipos de cómputo y comunicación			\$	2.479.000
Muebles, Enceres y Otros				
Asientos madera	4 \$	50.000	\$	200.000
Vitrinas	2 \$	450.000	\$	900.000
estantería	2 \$	750.000	\$	1.500.000
Mueble Recepción	1 \$	750.000	\$	750.000
Sillas ergonómicas	1 \$	189.000	\$	189.000
ventilador	1 \$	180.000	\$	180.000
Total, muebles, enceres y otros			\$	3.719.000

Fuente: Elaboración Propia.

Los activos fijos se usarán en la puesta en marcha del proyecto y se renovarán dependiendo la vida útil y su depreciación.

5.8 Gastos.

Hace referencia a todos aquellos gastos generados para el funcionamiento de la empresa de desayunos sorpresa y están clasificados como gastos de insumos o materia prima, gastos de producción, gastos área administrativa, gastos de área de ventas y gastos diferidos.

5.9 Materiales directos de producción.

Son todos aquellos productos que se van a utilizar en la elaboración de los desayunos sorpresa y los cuales se van a presentar a continuación.

5.9.1 Insumos desayuno sorpresa 1

Tabla 20: insumos desayuno 1

INSUMOS POR DESAYUNO SORPRESA	
Producto	Valor
Pan francés por 20 cm (110 gr)	\$ 1.225
90 gramos de jamón Zenú	\$ 1.978
80 gramos de tomate	\$ 160
50 gramos de lechuga	\$ 120
50 gramos de queso	\$ 500
200 gramos de fruta	\$ 1.500
1 Bonyour	\$ 2.000
1 agenda personalizada	\$ 14.000
1 globos con Helio	\$ 4.000
1 caja	\$ 4.000
1 moño	\$ 1.000
1 tarjeta	\$ 1.000
2 rosas	\$ 4.000
	\$ 35.483

Fuente: Elaboración Propia.

5.9.2 Insumos desayuno sorpresa 2

Tabla 21: Insumos desayuno 2

INSUMOS POR DESAYUNO SORPRESA 2	
Producto	Valor
Pan francés por 20cm (110 gr)	\$ 1.225
90 gramos de jamón Zenú	\$ 1.978
80 gramos de tomate	\$ 160
50 gramos de lechuga	\$ 120
50 gramos de queso	\$ 500
200 gramos de fruta	\$ 1.500
1 Bonyour	\$ 2.000
1 peluche	\$ 20.000
1 globos con Helio	\$ 4.000
1 caja	\$ 4.000
1 moño	\$ 1.000
1 tarjeta	\$ 1.000
2 rosas	\$ 4.000
	\$ 41.483

Fuente: Elaboración Propia.

5.9.3 Insumos desayuno sorpresa 3

Tabla 22: Insumos desayuno 3

INSUMOS POR DESAYUNO	
Producto	Valor
harina pancakes (100gr)	\$ 2.000
Leche (50 ml)	\$ 300
1 huevo	\$ 300
Nutella (50 gr)	\$ 1.200
Sirope de mapple (30 ml)	\$ 840
Arándanos (40gr)	\$ 640
Fresa (50gr)	\$ 500
Melocotón	\$ 800
Miel (20 ml)	\$ 400
Pan francés por 10 cm (55 gr)	\$ 613
45 gramos de jamón Zenú	\$ 989
40 gramos de tomate	\$ 80
20 gramos de lechuga	\$ 60
25 gramos de queso	\$ 250
1 jugo Hit	\$ 2.000
1 peluche	\$ 20.000
1 globos con Helio	\$ 4.000
1 caja	\$ 4.000
1 moño	\$ 1.000
1 tarjeta	\$ 1.000
2 rosas	\$ 4.000
	\$ 44.972

Fuente: Elaboración Propia.

5.9.4 Insumos desayuno sorpresa 4

Tabla 23: Insumos desayuno 4

INSUMOS POR DESAYUNO	
Producto	Valor
Harina para waffles (100 gr)	\$ 2.400
Leche (50 ml)	\$ 300
1 huevo	\$ 300
Nutella (50 gr)	\$ 1.200
Sirope de mapple (30 ml)	\$ 840
Arándanos (40gr)	\$ 640
Fresa (50gr)	\$ 500
Melocotón	\$ 800
Miel (20 ml)	\$ 400
Chantilly	\$ 400
Pan francés por 20 cm (110 gr)	\$ 1.225
90 gramos de jamón Zenú	\$ 1.978
80 gramos de tomate	\$ 160
50 gramos de lechuga	\$ 120
50 gramos de queso	\$ 500
1 Bonyour	\$ 2.000
1 agenda y vaso personalizado	\$ 25.000
1 globos con Helio	\$ 4.000
1 caja	\$ 4.000
1 moño	\$ 1.000
1 tarjeta	\$ 1.000
2 rosas	\$ 4.000
	\$ 52.763

Fuente: Elaboración Propia.

5.10 Materias primas año 1

Tabla 24: Materias Primas año 1

PRODUCTO	VALOR UNIT INSUMOS	VRTOT SEMANA	VRTOT MES	VRTOT AÑO
tipo de desayuno				
Desayuno sorpresa 1	\$ 35.483	\$ 219.403	\$ 877.613	\$ 10.531.354
Desayuno sorpresa 2	\$ 41.483	\$ 1.115.547	\$ 4.462.188	\$ 53.546.256
Desayuno sorpresa 3	\$ 44.972	\$ 700.431	\$ 2.801.724	\$ 33.620.693
Desayuno sorpresa 4	\$ 52.763	\$ 510.922	\$ 2.043.687	\$ 24.524.242
VALOR TOTAL		\$ 2.546.303	\$ 10.185.212	\$ 122.222.547
ESPECIES				
Sal	\$ 800	\$ 1.600	6400	76800
Pimienta negra	\$ 4.800	\$ 480	1920	23040
Oregano	\$ 4.500	\$ 450	1800	21600
Valor Total Especies		\$ 2.530	\$ 10.120	\$ 121.440
		Semanal	Mensual	Anual
TOTAL COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION (INSUMOS)		\$ 2.548.833	\$ 10.195.332	\$ 122.343.987

Fuente: Elaboración Propia.

Materias primas proyectadas a 5 años.

Tabla 25: Materias Primas a 5 Años.

PROYECCIÓN MATERIAS PRIMAS A 5 AÑOS					
MATERIAS PRIMAS A 5 AÑOS					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO TOTAL MATERIAS PRIMAS	\$122.343.987	\$128.081.920	\$134.088.962	\$140.377.734	\$146.961.450

Fuente: Elaboración Propia.

El costo de la materia prima e insumos está inmerso en el costo de producción representado por el valor que tienen los ingredientes para la preparación de cada producto, así como los detalles y todo lo necesario para la preparación de cada combo sorpresa, el primer año de operación se tiene un costo de materia prima de \$122.343.987 valor que se incrementa hasta representar en el quinto año de operación \$ 146.961.450.

5.11 Gastos totales de la empresa.

Estos gastos son todos aquellos en los que incurre la empresa para el funcionamiento de todas sus áreas como son área de producción, área de ventas y área administrativa, se tienen en cuenta los aspectos de la siguiente tabla y está proyectado a cinco años.

Tabla 26: Gasto Total Anual.

GASTO TOTAL ANUAL					
PERIODO	Año 1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Costo materias primas	\$122.343.987	\$128.081.920	\$134.088.962	\$140.377.734	\$146.961.450
Nominas	\$38.933.146	\$41.308.068	\$43.827.860	\$46.501.359	\$49.337.942
Dotaciones	\$1.206.000	\$1.290.420	\$1.380.749	\$1.477.402	\$1.580.820
Mantenimiento maquinaria y equipos	\$80.000	\$85.600	\$91.592	\$98.003	\$104.864
Servicios Públicos	\$6.552.000	\$7.010.640	\$7.501.385	\$8.026.482	\$8.588.335
Gastos implementos de aseo	\$1.060.320	\$1.134.542	\$1.213.960	\$1.298.938	\$1.389.863
Suministros de oficina	\$432.000	\$462.240	\$494.597	\$529.219	\$566.264
Publicidad	\$400.000	\$428.000	\$457.960	\$490.017	\$524.318
Gastos diferidos	\$4.180.480	\$4.180.480	\$4.180.480	\$4.180.480	\$4.180.480
TOTAL	\$175.187.932	\$183.981.910	\$193.237.545	\$202.979.634	\$213.234.336

En la tabla anterior se puede evidenciar detalladamente cada uno de los gastos en los cuales incurre la empresa para su funcionamiento y este gasto se encuentra proyectado a 5 años, para el año uno el gasto total anual es de \$175.187.932 y va aumentando gradualmente basados en la inflación promedio que es del 4,69%, tasa estimada de crecimiento anual del 7% y un incremento del salario mínimo promedio del 6,10% hasta llegar al quinto año el gasto a \$213.234.336.

5.12 Gastos Diferidos.

Para establecer legalmente SweetMorning se requiere diligenciar y tramitar una serie de documentos con el fin de cumplir con todos los requerimientos de ley para que el establecimiento quede registrado ante cámara de comercio, por lo tanto, el proceso y los trámites de constitución son de \$402,339 además aquellos gastos de software es decir el diseño de la aplicación móvil y los cuales son considerados como activos diferidos su valor es de \$20.500.000 para un total de \$20.902.339 el cual se va a amortizar a 5 años teniendo una cuota de depreciación anual de \$4.180.480.

5.12.1 Gastos Diferidos.

Tabla 27: Gastos diferidos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDA	VR UNITARIO	VR
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Autenticación Notaria	3	\$10.300	\$30.900
Formulario de registro por socio	3	\$6.000	\$18.000
Derecho de inscripción	2	\$39.000	\$78.000
Matricula Mercantil	1	\$5.200	\$5.200
Registro Industria Y comercio	1	\$220.500	\$220.500
Permiso uso de suelos	1	\$4.799	\$4.799
Certificado sanitario	1	\$8.900	\$8.900
Certificado de existencia	3	\$8.600	\$25.800
Inscripción de libros	1	\$10.300	\$10.300
subtotal gastos de constitución			\$402.399
GASTOS DE SOFTWARE			
Diseño de la aplicación	1	\$18.000.000	\$18.000.000
software teléfonos a plataforma	2	\$500.000	\$1.000.000
diseños de redes sociales	1	\$1.500.000	\$1.500.000
subtotal gastos de software			\$20.500.000
total, gastos diferidos			\$20.902.399

Tabla 28: Amortización a 5 años

Amortización a 5 años			
Cuota de depreciación anual	\$4.180.480		
Depreciación por línea recta			
Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor
1	\$4.180.480	\$4.180.480	\$16.721.919
2	\$4.180.480	\$8.360.960	\$12.541.439
3	\$4.180.480	\$12.541.439	\$8.360.960
4	\$4.180.480	\$16.721.919	\$4.180.480
5	\$4.180.480	\$20.902.399	\$0

Fuente: Elaboración Propia.

5.13 Capital de trabajo.

Para iniciar operaciones se requiere para el primer año de un capital de trabajo de \$86,502,500 para poder poner en marcha el establecimiento y solventar los gastos de la empresa por un periodo determinado de 180 días.

Tabla 29: determinación capital de trabajo.

ACTIVIDAD	COSTO ANUAL
Nomina	\$39.855.972
Materia prima	\$122.343.987
costos indirectos de producción	\$1.074.720
Gatos de dotación	\$1.206.000
Mantenimiento maquinaria y equipos	\$80.000
Servicios Públicos	\$6.552.000
Gastos implementos de aseo	\$1.060.320
Suministros de oficina	\$432.000
Publicidad	\$400.000
TOTAL	\$173.004.999

CALCULO	E TRABAJO
ICT=CO(COPD)	
Gastos totales de operación	\$173.004.999
Ciclo operativo 360 Días	\$360
Costo operación promedio diaria	\$480.569
CAPITAL DE TRABAJO	\$86.502.500

Fuente: Elaboración Propia.

5.14 Inversión requerida.

Para Iniciar actividades SweetMorning necesita un monto de inversión de \$146.237.565 donde contemplan el capital de trabajo, materia prima directa, los activos fijos y diferidos que se requieren para adecuar el establecimiento y así responder a las obligaciones, actividades y compromisos que se adquirieran durante primer año.

Tabla 30: presupuesto de inversión.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	
CONCEPTO	
Capital de trabajo (Efectivo requerido)	86.502.500
Materia prima directa	5.097.666
Activos fijos (maquinaria, equipo y muebles y enseres)	33.735.000
Activos diferidos (Gastos preoperativos)	20.902.399
Total, inversión del proyecto	146.237.565

Fuente: Elaboración propia.

5.14.1 Financiación.

Para llevar a cabo el proyecto es necesario que dos socios aporten capital y buscar un socio capitalista para así disminuir el monto del crédito que se va asumir el proyecto, el socio 1 y 2 respectivamente aportaran un total de \$87.742.539 un total del 60% del total del proyecto, se buscara un socio capitalista que aporte un 20% para un total de \$29.247.513 y una participación respectiva del 20% y se realizara un crédito con Bancolombia por un valor de \$29.247.514 a 5 años y el cual representara un 20% del valor del proyecto.

Tabla 31: Fuentes de Financiación.

Fuentes de financiación	PARTICIPACIÓN	
David Pérez	\$43.871.269	30,0%
Luz Dary Cabrera Araujo	\$43.871.269	30,0%
Socio Capital	\$29.247.513	20,0%
Crédito	\$29.247.513	20,0%
Total, distribución de la inversión	\$146.237.565	100%

Fuente: Elaboración Propia.

Amortización del crédito.

El monto del crédito será realizado con Bancolombia por un valor de \$29.247.513 con una tasa de Interés anual de 17,46% para un periodo de 5 años, con lo que se obtiene una cuota mensual de \$767.451 la cual se divide en abono a capital e intereses, el costo del prestamos en los 5 años es de \$16.945.247.

Tabla 32: amortización de crédito.

Amortización de crédito para 60 meses	
Crédito Años	5
PRÉSTAMO	\$29.247.513
Tiempo en meses	60
Interés Anual	17,46%
Interés Mes Vencido	1,46%
Cuota mensual	\$769.880
PAGO ANUAL	\$9.238.557

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$29.247.513
1	\$9.238.557	\$5.106.616	\$4.131.942	\$25.115.571
2	\$9.238.557	\$4.385.179	\$4.853.379	\$20.262.193
3	\$9.238.557	\$3.537.779	\$5.700.779	\$14.561.414
4	\$9.238.557	\$2.542.423	\$6.696.134	\$7.865.280
5	\$9.238.557	\$1.373.278	\$7.865.280	\$0
TOTALES	\$46.192.787	\$16.945.274	\$29.247.513	

Fuente: Elaboración Propia.

5.15 Proyección de ventas.

Para la proyección de ventas se tiene en cuenta el aumento constante en el valor de las ventas como de la misma manera las unidades a producir.

Tabla 33: Proyección de ventas.

PERIODO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Unidades a Producir					
Desayuno sorpresa 1	297	318	340	364	389
Desayuno sorpresa 2	1.291	1.381	1.478	1.581	1.692
Desayuno sorpresa 3	748	800	856	916	980
Desayuno sorpresa 4	465	497	532	569	609
Costo del Producto					
Valor desayuno sorpresa 1	70.000	73.283	76.720	80.318	84.085
Valor desayuno sorpresa 2	80.000	83.752	87.680	91.792	96.097
Valor desayuno sorpresa 3	90.000	94.221	98.640	103.266	108.109
Valor desayuno sorpresa 4	100.000	104.690	109.600	114.740	120.122
TOTAL, INGRESOS AÑO	237.804.000	248.957.008	260.633.091	272.856.783	285.653.766

Teniendo en cuenta la demanda proyectada se estima que para el año 1 se tendrá unos ingresos por ventas aproximados de \$237.804.000 el cual va incrementando acorde al aumento de la demanda del producto y así mismo el precio de venta tiene un aumento anual acorde a la inflación predio del 4,69% y una tasa estimada de crecimiento anual del 7%.

Proyección de estados financieros.

A continuación, se presentan las diferentes proyecciones financieras realizadas, las cuales se proyectaron a 5 años y con los cuales se puede demostrar que existe una oportunidad real de negocio como de la misma manera identificar si existe un factor de riesgo y demostrar la viabilidad y estabilidad del proyecto.

5.15.1 Flujo de caja del proyecto.

Tabla 34: Flujos de Caja

Cuentas	Año1		Año2		Año3		Año4	
	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber	Debe	Haber
Caja	237.804.000	323.906.500	248.957.008	248.957.008	260.633.091	260.633.091	272.856.783	272.856.783
Bancos	323.906.500	181.806.317	248.957.008	235.211.146	260.633.091	247.030.632	272.856.783	259.494.583
Depreciación acumulada		7.837.300		8.127.986		8.432.306		8.750.898
A amortización de diferidos		4.180.480		4.180.480		4.180.480		4.180.480
Obligaciones Bancarias	4.131.942		4.853.379		5.700.779		6.696.134	
Gastos financieros (Intereses del crédito)	5.106.616		4.385.179		3.537.779		2.542.423	
Ventas		237.804.000		248.957.008		260.633.091		272.856.783
Gastos de producción	144.849.032		151.848.409		159.191.781		166.896.258	
Gastos de administración	26.726.028		28.283.433		29.934.174		31.683.865	
Gastos en ventas	13.010.480		13.424.607		13.858.156		14.312.039	
Utilidades ejercicio por distribuir			32.636.875		34.604.330		36.701.932	
Impuesto de renta por pagar			12.087.731		12.816.418		13.593.308	
Sumas iguales	755.534.596	755.534.596	745.433.627	745.433.627	780.909.600	780.909.600	818.139.527	818.139.527

Fuente: Elaboración propia.

El flujo de caja (cash Flow) se caracteriza por que calcula los ingresos y egresos del proyecto en un tiempo determinado y es importante calcularlo en cualquier proyecto ya que da a conocer la liquidez del mismo y es información vital para la toma de decisiones. Los componentes para la realización del flujo de caja se calculan con los ingresos generados por ventas, costos de

producción, gastos administrativos, gastos financieros, depreciaciones, impuestos. Se puede observar que cada uno de los elementos tiene un incremento positivo año a año y de esta manera denota un equilibrio en cuanto a ingresos y egresos de la empresa.

5.15.2 Flujo de fondos con financiación.

En flujo de fondos con financiación se puede observar que en todos los años de operación del proyecto obtiene utilidad, en el primer año de operación logra una utilidad de \$ 44.686.933, la cual se incrementa con el pasar de los años. En el flujo de fondos con financiación se tiene en cuenta los costos y gastos del proyecto. Como de la misma manera los impuestos por pagar, depreciaciones de activos y amortización de los diferidos y abono del crédito bancario.

Tabla 35: Flujo de Fondos con financiación.

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIACIÓN						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos (Ventas)		237.804.000	248.957.008	260.633.091	272.856.783	285.653.766
Menos: Total costos y gastos		189.692.155	197.941.628	206.521.891	215.434.586	224.678.759
GANANCIA GRAVABLE		48.111.845	51.015.380	54.111.201	57.422.198	60.975.008
Menos: Impuesto de renta 25%		12.027.961	12.753.845	13.527.800	14.355.549	15.243.752
Mas: Valor en libros de activos						-8.497.921
Mas: Ingreso gravable por venta de activos						0
Menos: Impuesto a la utilidad en venta de activos						0
Mas: Valor de salvamento de efectivo						0
GANANCIA NETAS CONTABLES		36.083.884	38.261.535	40.583.401	43.066.648	37.233.335
Mas: Depreciación de activos		7.837.300	7.837.300	7.837.300	7.837.300	7.837.300
Amortización de diferidos		4.180.480	4.180.480	4.180.480	4.180.480	4.180.480
Menos: Presupuesto de inversión	146.237.565					
Mas: Crédito bancario	29.247.513					
Menos: Abono a capital - crédito bancario		4.131.942	4.853.379	5.700.779	6.696.134	7.865.280
FLUJO DE FONDOS NETO	-116.990.052	43.969.722	45.425.936	46.900.402	48.388.293	41.385.835

Fuente: Elaboración Propia.

5.16 Estado de pérdidas y ganancias.

El estado de P&G nos permite determinar la utilidad o perdida obtenida en cada periodo durante los cinco años en los cuales se ha proyectado la empresa en cuanto a los servicios, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida obtenida durante un periodo contable.

Tabla 36: Estado de Resultados. (P&G)

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas Brutas	237.804.000	248.957.008	260.633.091	272.856.783	285.653.766
Menos: Descuentos en Ventas	0	0	0	0	0
VENTAS NETAS	<u>237.804.000</u>	<u>248.957.008</u>	<u>260.633.091</u>	<u>272.856.783</u>	<u>285.653.766</u>
Menos: COSTOS EN VENTAS					
Inv. Inicial de Materias primas	5.097.666	5.336.747	5.587.040	5.849.072	6.123.394
Más: Costos de producción	144.849.032	151.848.409	159.191.781	166.896.258	174.979.810
Menos: Inventario final de materias prima	<u>5.336.747</u>	<u>5.587.040</u>	<u>5.849.072</u>	<u>6.123.394</u>	<u>6.410.581</u>
TOTAL, COSTOS EN VENTAS	<u>144.609.951</u>	<u>151.598.115</u>	<u>158.929.749</u>	<u>166.621.937</u>	<u>174.692.623</u>
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	<u>93.194.049</u>	<u>97.358.892</u>	<u>101.703.342</u>	<u>106.234.847</u>	<u>110.961.144</u>
Menos: GASTOS OPERACIONALES					
Gastos de Administración	26.726.028	28.283.433	29.934.174	31.683.865	33.538.461
Gastos en Ventas	13.010.480	13.424.607	13.858.156	14.312.039	14.787.210
Gastos Generales	0	0	0		
Otros gastos (Pérdida el ejercicio)	0	0	0		
TOTAL, GASTOS OPERACIONALES	<u>39.736.508</u>	<u>41.708.040</u>	<u>43.792.330</u>	<u>45.995.905</u>	<u>48.325.671</u>
UTILIDAD OPERACIONAL	<u>53.457.541</u>	<u>55.650.852</u>	<u>57.911.012</u>	<u>60.238.942</u>	<u>62.635.473</u>
Mas: OTROS INGRESOS					
Rendimientos de inversiones	0	0	0		
MENOS: Gastos financieros	5.106.616	<u>4.385.179</u>	<u>3.537.779</u>	<u>2.542.423</u>	<u>1.373.278</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	<u>48.350.925</u>	<u>51.265.673</u>	<u>54.373.233</u>	<u>57.696.519</u>	<u>61.262.195</u>
Menos: Provisión para impuestos de renta	<u>12.087.731</u>	<u>12.816.418</u>	<u>13.593.308</u>	<u>14.424.130</u>	<u>15.315.549</u>
UTILIDAD NETA	<u>36.263.194</u>	<u>38.449.255</u>	<u>40.779.925</u>	<u>43.272.389</u>	<u>45.946.646</u>
Menos: 10% reserva legal	<u>3.626.319</u>	<u>3.844.926</u>	<u>4.077.992</u>	<u>4.327.239</u>	<u>4.594.665</u>
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	<u>32.636.875</u>	<u>34.604.330</u>	<u>36.701.932</u>	<u>38.945.150</u>	<u>41.351.982</u>

Fuente: Elaboración Propia.

Podemos deducir que desde el primer año los ingresos de la empresa son superiores a los egresos motivo por el cual se genera flujos positivos y utilidades por distribuir positivas las cuales aumentan gradualmente hasta el quinto año, las depreciaciones están incluidas en los costos de producción ventas y generales las cuales se plantearon por el método de línea recta

5.17 Hojas de trabajo.

La hoja de trabajo es una herramienta contable en la cual se detalla y se observan todos los movimientos y está compuesta por Balance de comprobación, ajustes, saldos ajustados, estado de pérdidas y ganancias además el balance general de cada año, se muestran como ejemplo las hojas de trabajo para el año 1 y 2.

Tabla 37: Hoja de trabajo año 1

CONCEPTO	HOJA DE TRABAJO AÑO 1									
	BALANCE DE COMPROBACIÓN		AJUSTES		SALDOS AJUSTADOS		ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		BALANCE GENERAL	
	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
Caja	86.502.500		237.804.000	323.906.500	400.000					400.000
Bancos			323.906.500	181.806.317	142.100.183					142.100.183
Inventario de materia prima	5.097.666				5.097.666		5.336.747	5.097.666		5.336.747
Activos fijos	33.735.000				33.735.000					33.735.000
Depreciación acumulada				7.837.300		7.837.300				7.837.300
Activos diferidos	20.902.399				20.902.399					20.902.399
Amortización de diferidos				4.180.480		4.180.480				4.180.480
Obligaciones Bancarias		29.247.513	4.131.942							25.115.571
Gastos financieros (intereses del crédito)			5.106.616		5.106.616			5.106.616		
Ventas				237.804.000		237.804.000	237.804.000			
Gastos de producción			144.849.032		144.849.032			144.849.032		
Gastos de administración			26.726.028		26.726.028			26.726.028		
Gastos en ventas			13.010.480		13.010.480			13.010.480		
Capital social		116.990.052								116.990.052
Reserva legal								3.626.319		3.626.319
Otras reservas										0
Utilidad por distribuir								32.636.875		32.636.875
Pérdida del ejercicio										0
Impuesto de renta por pagar								12.087.731		12.087.731
SUMAS IGUALES	146.237.565	146.237.565	755.534.596	755.534.596	391.927.403	391.927.403	243.140.747	243.140.747	202.474.328	202.474.328

Tabla 38: Hoja de trabajo Año 2

CONCEPTO	HOJA DE TRABAJO AÑO 2									
	BALANCE DE COMPROBACIÓN		AJUSTES		SALDOS AJUSTADOS		P&G		BALANCE GENERAL	
	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
Caja	400.000	0	248.957.008	248.957.008	400.000					400.000
Bancos	142.100.183	0	248.957.008	235.211.146	155.846.044					155.846.044
Inventario de materia prima	5.336.747	0			5.336.747		5.587.040	5.336.747		5.587.040
Activos fijos	33.735.000	0			33.735.000					33.735.000
Depreciación acumulada	0	7.837.300		8.127.986		15.965.286				15.965.286
Activos diferidos	20.902.399	0			20.902.399					20.902.399
Amortización de diferidos	0	4.180.480		4.180.480		8.360.960				8.360.960
Obligaciones Bancarias	0	25.115.571	4.853.379			20.262.193				20.262.193
Gastos financieros (intereses del crédito)	0	0	4.385.179		4.385.179			4.385.179		
Ventas	0	0		248.957.008		248.957.008	248.957.008			
Gastos de producción	0	0	151.848.409		151.848.409			151.848.409		
Gastos de administración	0	0	28.283.433		28.283.433			28.283.433		
Gastos en ventas	0	0	13.424.607		13.424.607			13.424.607		
Capital social	0	116.990.052				116.990.052				116.990.052
Reserva legal	0	3.626.319				3.626.319		3.844.926		7.471.245
Otras reservas	0	0				0				0
Utilidad del ejercicio	0	32.636.875	32.636.875					34.604.330		34.604.330
Pérdida del ejercicio	0	0								0
Impuesto de renta por pagar	0	12.087.731	12.087.731					12.816.418		12.816.418
SUMAS IGUALES	202.474.328	202.474.328	745.433.627	745.433.627	414.161.817	414.161.817	254.544.048	254.544.048	216.470.483	216.470.483

5.18 Balance General Proyectado.

A continuación, se muestra el balance general proyectado en el cual se determina la situación económica y financiera del proyecto, durante los próximos 5 años.

Tabla 39: Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Bancos	142.100.183	155.846.044	169.448.503	182.810.704	195.816.063
Inventario de materia prima directa	5.336.747	5.587.040	5.849.072	6.123.394	6.410.581
SUBTOTAL ACTIVO CORRIENTE	147.836.929	161.833.084	175.697.576	189.334.097	202.626.644
ACTIVO FIJO					
Activo fijo	33.735.000	33.735.000	33.735.000	33.735.000	33.735.000
Menos: Depreciación Acumulada	7.837.300	15.965.286	24.397.592	33.148.489	42.232.921
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	25.897.700	17.769.714	9.337.408	586.511	-8.497.921
OTRO ACTIVOS					
Activos Diferidos	20.902.399	20.902.399	20.902.399	20.902.399	20.902.399
Menos: Amortización de diferidos	4.180.480	8.360.960	12.541.439	16.721.919	20.902.399
SUBTOTAL OTROS ACTIVOS	16.721.919	12.541.439	8.360.960	4.180.480	0
TOTAL ACTIVOS	190.456.548	192.144.237	193.395.944	194.101.088	194.128.723
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Porción corriente de obligaciones bancarias a largo plazo	0	0	0	0	0
Impuesto de renta por pagar	12.087.731	12.816.418	13.593.308	14.424.130	15.315.549
SUBTOTAL PASIVO CORRIENTE	12.087.731	12.816.418	13.593.308	14.424.130	15.315.549
PASIVO A LARGO PLAZO					
Obligaciones bancarias	25.115.571	20.262.193	14.561.414	7.865.280	0
SUBTOTAL PASIVO A LARGO	25.115.571	20.262.193	14.561.414	7.865.280	0
TOTAL PASIVOS	37.203.303	33.078.611	28.154.722	22.289.409	15.315.549
PATRIMONIO					
Capital social	116.990.052	116.990.052	116.990.052	116.990.052	116.990.052
Reserva legal	3.626.319	7.471.245	11.549.237	15.876.476	20.471.141
Otras reservas					
Utilidad del ejercicio	32.636.875	34.604.330	36.701.932	38.945.150	41.351.982
SUBTOTAL PATRIMONIO	153.253.246	159.065.626	165.241.221	171.811.678	178.813.174
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	190.456.548	192.144.237	193.395.944	194.101.088	194.128.723

Fuente: Elaboración propia

Se evidencia claramente que los recursos con los que cuenta la empresa para operar no están comprometidos, ya que el activo corriente es mayor al pasivo corriente, las utilidades del ejercicio serán distribuidas entre los socios anualmente por lo tanto no habrá utilidades del ejercicio acumuladas.

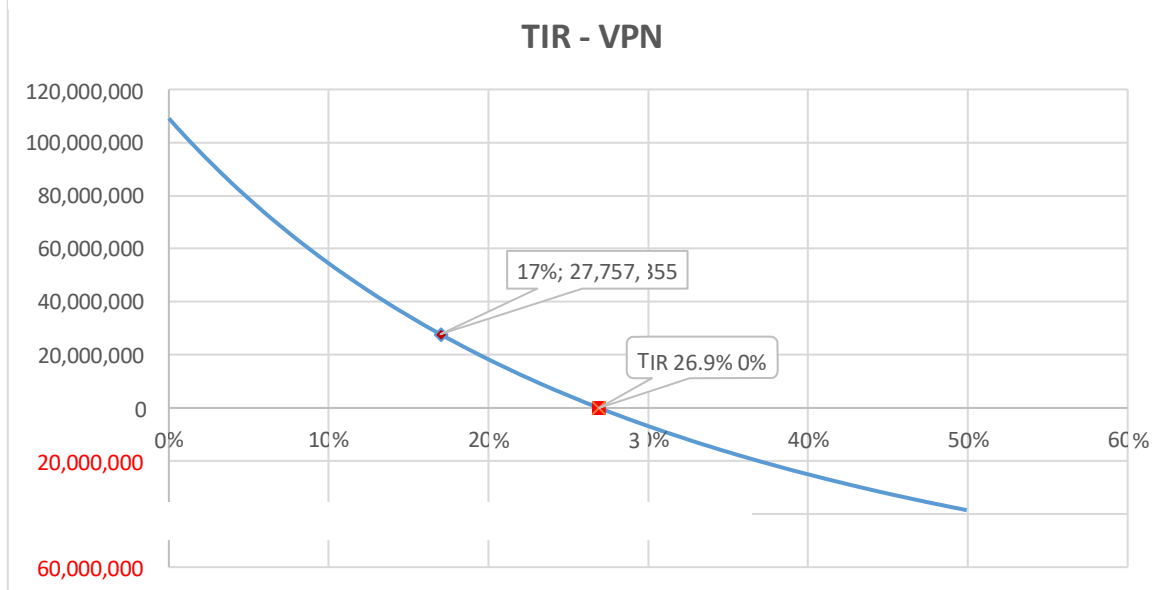
5.19 Criterios de evaluación financiera.

Para los criterios de evaluación financiera se analizan todos aquellos elementos importantes para evaluar todo aquello que es posible cuantificar, y por medio de estas técnicas se determina la rentabilidad de un proyecto de inversión.

5.19.1 Valor presente neto.

El valor presente neto es un indicador que permite medir la viabilidad de una inversión o un proyecto desde el punto de vista rentable, lo que convierte a este indicador en una herramienta de decisión y determinar si se acepta o se rechaza el proyecto. Para graficar este indicador se tomaron valores aleatorios de la tasa interna de retorno dado que esta es la tasa de interés que infiere para que el valor presente neto sea igual a cero.

Tabla 40: VPN VS TIR



Fuente: Elaboración propia.

Se observa que con una tasa esperada de rentabilidad del 17% el valor presente neto del proyecto es de \$27.757.355 a una tasa de rendimiento esperada mayor del 26,9 que es la tasa máxima interna de retorno el valor presente neto será negativo. Bajo esta premisa se determina que el proyecto es una excelente alternativa de inversión.

5.19.2 Tasa interna de retoro (TIR).

La (TIR) ayuda a determinar cuál es la tasa de rentabilidad que proporciona la inversión en el proyecto, este indicador es calculado a partir del flujo de caja periódico, para este proyecto la tasa interna de retorno equivale al 26.9% lo que demuestra que este indicador satisface los indicadores de rendimiento. En cuanto a Relación Costo/ Beneficio representa la división del VPN de los ingresos sobre el VPN de los egresos, en este caso, se obtuvo un valor de 1.27, y como se indica que si es mayor a 1 el proyecto generara beneficios, lo que indica que el proyecto es una buena alternativa para invertir y por lo tanto se aconseja llevarlo a cabo.

5.19.3 (PRI) Periodo de recuperación de la inversión.

El PRI es el tiempo requerido para la empresa recupere la inversión inicial en proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo. Por lo tanto, entre más corto sea la recuperación de la inversión mejor será el proyecto. Para este proyecto se evidencia que el periodo de recuperación empieza en el año 2 y el tiempo estimado de recuperación total es de dos años y 6 meses

Tabla 41: Periodo de recuperación de la inversión.

Periodo de recuperación de la inversión		
Año	Flujos de efectivo	periodo de recuperación
0	-116.990.052	-116.990.052
1	43.969.722	-73.020.330
2	45.425.936	-27.594.394
3	46.900.402	19.306.008
4	48.388.293	67.694.301
5	41.385.835	109.080.137
PRI		2,60

Fuente: Elaboración propia

Con base a que el tiempo de recuperación de la inversión es menos a 4 años se recomienda se determina que el proyecto es atractivo y buena oportunidad de negocio.

6 ESTUDIO AMBIENTAL.

La preservación y concientización ambiental es parte fundamental de la responsabilidad empresarial para determinar los impactos que genera un proyecto en sobre el medio ambiente y los recursos naturales y de esta manera mitigar o controlar esos efectos nocivos que afectan las condiciones de vida de la población presente y futura, como consecuencia de la utilización de los bienes ambientales en su área de influencia.

6.1 Elementos del proyecto que pueden afectar el medio ambiente.

En el proceso de preparación de alimentos, los equipos de cocina pueden emitir algunos gases y olores que hay que controlar. Igualmente, el agua residual como consecuencia del lavado de los equipos, la cual lleva grandes cantidades de materia orgánica, que requiere gran porcentaje de oxígeno para ser degradada por los microorganismos, que en este proceso emiten gas metano que es otro gas de efecto invernadero, aunque es emitido en proporciones menores al dióxido de carbono genera un efecto invernadero superior que incide sobre la capa de ozono. La generación de residuos plásticos ocasionados por las envolturas de los productos.

Se afectan también los recursos energéticos e hídricos. El primero es un factor determinante que todos los equipos de cocina los cuales algunos van a permanecer conectados a la fuente eléctrica las 24 horas del día y que se requiere para llevar a cabo las preparaciones y para la conservación de los productos. El segundo, por el excesivo consumo de agua para la limpieza de la maquinaria, equipo de producción y de los utensilios.

El desconocimiento de la normatividad ambiental que aplica para la industria de procesamiento de alimentos tipo restaurante por parte de los empleados por lo tanto es esencial que cada uno de los colaboradores sea capacitado y vigilado en sus labores para mitigar el impacto ambiental en cuanto a la normatividad lo determine.

6.2 Medidas de mitigación de impacto ambiental.

En cuanto a la mitigación del impacto ambiental el proyecto busca efectuar un uso eficiente de los recursos y crear un sistema de reciclaje para clasificar en la fuente y distribuir de manera apropiada los desperdicios, los cuales se seleccionan en plástico, cartón y desechos orgánicos, y su disposición final será así. Los que no son reciclables y sobras de comida se entregarán a la empresa de aseo (Urbaser), los orgánicos y reciclables serán entregados a empresas de dicho sector.

Se capacitará a los empleados para que desarrollen un tratamiento adecuado de las basuras, colocando mensajes referentes en los diferentes espacios además de ubicar basureros para separar plásticos, orgánicos y reciclables.

El proyecto estará comprometido con el desarrollo sustentable, razón por la cual, se ha estimado la utilización de empaques de cartón y/o madera para el envío de los desayunos sorpresa, ya que estos son más amigables con el medio ambiente.

Se optimizará al máximo el empleo de los recursos energía y agua, donde la maquinaria obtenida será de última tecnología que cuente con bajo consumo eléctrico con la intención de preservar los recursos naturales y minimizar el impacto ambiental de las operaciones productivas, de igual manera realizar un mantenimiento a la maquinaria para de esta manera impedir su deterioro anticipado y evitar los consumos energéticos elevados.

Las medidas principales para prevenir y/o mitigar el posible impacto ambiental se especifican a continuación.

Tabla 42: Medidas de Mitigación de Impacto Ambiental.

Impacto ambiental	Recurso afectado	Mitigación del impacto ambiental SweetMorning
Emisión de gas metano.	Aire	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de insumos que disminuyan la emisión de metano. • Desarrollo de procesos limpios para la disminución de este gas contaminante. • Capacitación al personal del área operativa y cocina para el desarrollo de procesos productivos limpios, libres de gas metano.
Residuos sólidos (Plástico, papel y desechos orgánicos)	Suelo, Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de procesos de reciclaje en la fuente. • Utilización de empaques de cartón y madera. • Capacitación al personal sobre la gestión eficiente de los residuos sólidos.
Consumo excesivo de energía eléctrica	Energía	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de la iluminación natural en el día. • Adquisición de equipos y electrodomésticos que sean amigables con el ambiente y la naturaleza • Uso e bombillos de bajo consumo en la noche.
Consumo excesivo de agua.	Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Destinar cierta cantidad de agua para el lavado de los equipos. • Sensibilizar operarios para el adecuado uso de este recurso.
Aguas servidas	Agua, suelo	<ul style="list-style-type: none"> • Usar canastas de filtrado para no enviar materiales orgánicos y otros al alcantarillado. • Emplear productos de limpieza que sean de fácil enjuagado. • Utilizar filtros ahorradores de agua. •

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Buenas prácticas de manufactura.

Las buenas prácticas de manufactura son aquellos compendios y prácticas generales de higiene en cuanto a la manipulación, elaboración, conservación, envasado, almacenamiento, transporte y comercialización de alimentos para el consumo humano, con el fin de garantizar que todos los alimentos se preparen en condiciones sanitarias adecuadas. SweetMorning trabaja de lado de las buenas prácticas de manufactura por lo cual se tendrán una serie de aspectos para la producción de alimentos.

En todo lo refiere a la elección de equipos y utensilios se tiene en cuenta que su diseño sea acorde a la función que va a desempeñar, que estén fabricados de materiales resistentes a la corrosión, que no acumule residuos y que garantice un fácil lavado y desinfección.

En cuanto a la manipulación de alimentos se exige una excelente higiene personal, estar ceñidos a todos los protocolos de desinfección Covid 19, lavado de manos con desinfectante, uñas cortas bien limpias sin esmaltes, uso de guantes cuando se requiera, cabello recogido y cubierto, uso de tapabocas, calzado cerrado color blanco, uso de uniforme, no usar joyas, no usar lociones, no presentarse bajo efectos de drogas o alcohol. Además, existen unos requisitos en cuanto a la producción como son procedimientos adecuados de cocción, refrigeración y conservación, proteger los alimentos para evitar contaminación cruzada y controlar condiciones de humedad, temperatura y tiempo.

Las instalaciones del área de la cocina y producción tienen buen abastecimiento de agua, instalaciones sanitarias adecuadas en cuanto a pisos, paredes, techos, y excelente iluminación y ventilación.

6.4 Impacto socio ambiental.

En cuanto a la puesta en marcha del proyecto existe un impacto al medio ambiente en la etapa de adecuación de la construcción, esto debido a que se incrementa el uso de recursos como el agua, energía, además se empieza a generar contaminación en cuanto al aire por emisiones de gases por pinturas y productos de construcción que emiten CO₂, así mismo una gran generación de residuos sólidos, por lo tanto una estrategia para mitigar el impacto generado en esta etapa es hacer uso adecuado del recurso hídrico y energético evitando derroches, hacer un tratamiento adecuado de los residuos sólidos y tratar de usar productos que no generen demasiadas emisiones y exigir a los empleados un uso responsable de los recursos.

En cuanto al impacto social un beneficio importante que trae consigo el proyecto es la generación de empleo, brindando la oportunidad a las personas de generar ingresos económicos a sus hogares como de la misma manera tener experiencia y aprendizajes para el desarrollo humano. De la misma manera se impacta positivamente a nivel social ya que se ofrecen alternativas de alimentación y servicio al cliente nuevas en la ciudad con las cuales se pretende cautivar a las personas.

7 conclusiones y recomendaciones.

7.1 Conclusiones.

Una vez realizado el análisis innovador se pudo determinar que la aplicación móvil es un eje fundamental para el éxito del proyecto siendo este un componente diferenciador que brinda soluciones a los clientes ya que es fácil de usar y tiene una oferta variada que se adapta al cliente.

La investigación de mercado basada en las encuestas y en el focus group que fueron aplicadas en la ciudad de Popayán demuestran que el proyecto es viable ya que por medio de la tabulación y análisis de resultados se determinaron las posibilidades del mismo, en lo que respecta a la aceptación del componente tecnológico se pudo determinar que hay un buen indicador en el cual las personas están interesadas en este proyecto ya que es novedoso y que va enfocado a mejorar la calidad en el servicio, ofrecer alternativas que facilitan regalar un detalle de manera fácil y oportuna a través de la aplicación móvil.

En cuanto a la competencia en la ciudad de Popayán existe una gran diversidad de personas que ofrecen el servicio de desayunos sorpresa es decir que en el ámbito de un concepto de servicio de alimentos si existe una competencia directa, aunque en cuanto al concepto de servicio e implementación de la aplicación móvil no entraría a competir directamente con ninguno si no que incursionaría como un nuevo concepto en la ciudad que potencia el éxito del proyecto.

Desde el punto técnico se determina que existen las condiciones para la obtención de recursos, implementación y operación del proyecto ya que existe la disponibilidad de tecnología, infraestructura y mano de obra requerida. El estudio constante de las necesidades del consumidor y el aprovechamiento adecuado de la tecnología en cuanto a la gestión de productos, reducción de tiempos de espera, manejo contable y satisfacción del cliente conllevan a la viabilidad técnica del proyecto.

SweetMorning es viable ya que se ofrece un concepto diferente, en el cual permite realizar la elección y diseño de los desayunos sorpresa, abarcando también el mercado de las personas

(vegetarianas y veganas), además la aplicación por medio del uso de la tecnología nos permitirá conocer las falencias que puedan existir, los productos de mayor interés y de esta manera mejorar el servicio.

SweetMorning está en armonía con las capacidades y características de la población Payanesa y está en las condiciones operativas de ofrecer una excelente atención y servicio al cliente, por lo tanto, se espera funcionar con éxito y posicionarse como líder en el mercado de los desayunos sorpresa y pionero en cuanto a la implementación del uso de aplicaciones móviles para este tipo de mercado en la ciudad de Popayán.

Desde el punto de vista financiero el proyecto es viable ya que después de calcular y analizar los flujos de caja, estado de pérdidas y ganancias, valor presente neto, tasa interna de retorno, razones financieras y todos los componentes utilizados demuestra que el proyecto tiene excelentes posibilidades en el mercado, que además permite una recuperación de la inversión en menos del cuarto año y que genera utilidades en cada uno de los años de operación y aumentan de una manera considerable, lo cual es atractivo para posibles inversionistas ya que genera utilidad y liquidez.

El impacto ambiental que genera SweetMorning es comparativamente bajo, aunque se generan bastantes residuos sólidos muchos de estos son orgánicos y se determinaron estrategias para su mitigación, el poco impacto ambiental que se genera es compensado de cierto modo con el impacto social positivo que genera el proyecto ya que es una fuente generadora de empleo en la ciudad de Popayán, por lo cual se determina que el proyecto es viable ambientalmente.

7.2 Recomendaciones.

En el proyecto SweetMorning es fundamental implementar todas aquellas estrategias que se diseñaron en el estudio mercado, las cuales permitan posicionarse en el mercado tales como la creación de publicidad en redes sociales, fidelización del cliente, buena propaganda (voz a voz), momentos de verdad y otros.

Garantizar a los clientes que todos los productos son de buena calidad, buenas prácticas de manufactura y puntualidad en los tiempos de entrega.

Adecuar los combos sorpresa acorde a las necesidades y preferencias del cliente en la cual se eliminen o implementen nuevos productos y con ello aumentar las ventas y generar mayor rentabilidad que se vea reflejado en los indicadores de rentabilidad. Además, manejar temáticas para fechas especiales como día del padre, madre, niños etc.

Es de vital importancia para poder garantizar la calidad del servicio que se va a ofrecer, una excelente capacitación, buena presentación personal y calidez son factores clave para el éxito del proyecto.

8 Bibliografía

REVISTA GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y TECNOLOGÍA – ISSN 0718-5693 – EDICIÓN

N.º 27 –. (agosto de 2016). *EBSCO Host*. Obtenido de

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=2d06c10b-bd56-46e8-ac66-236e96444ac2%40sessionmgr101>

Adreu, Ripolles. (2012). *EBSCOHOST*. Obtenido de Contenidos y nuevos negocios digitales:

<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=25&sid=f77bbe99-60b3-45b4-a113-0cff2ebac1b8%40sdc-v-sessmgr05>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.

Blanco Pineros, J. (junio de 2009). *Javeriana.edu.co*. Obtenido de javeriana/ tesis:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>

Brennan, J. (abril de 2013). *La Importancia De las Tecnologías en las Empresas, 5ta Edición*.

MC GRONW Hill.

Brennan, J. (2014). *La importancia de las tecnologías en la empresa*. Mc GRONW HILL.

Bustos Tauler, A. (2009). *EBSCOHOST*. Obtenido de Los regalos de amor y la poesía de circunstancias:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=53a114f6-5a1d-45a4-9069-16474527b3f3%40pdc-v-sessmgr03>

Cabrera, S. (septiembre de 2013). *EBSCO Host*. Obtenido de marketing Gastronómico. La

experiencia de convertir el momento del consumo en un momento memorable:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=14&sid=e962a2d3-d06d-4122-9ab7-9a7d4558c11c%40sessionmgr101>

Cámara de Comercio. (2015). Sociedad Por acciones simplificada (SAS). *Eafit*.

Cámara de Comercio. (2017). Sociedad Por acciones simplificada (SAS). *Exabit*.

Cedeño, Olaya Gonzales, & Paredes. (2010). *Escuela superior politécnica del litoral*. Obtenido de <http://www.espol.edu.ec/>

Col prensa. (31 de octubre de 2017). *Elpais.com.co*. Obtenido de Elpais.com.co/Economía: <https://www.elpais.com.co/economia/colombianos-cada-vez-gastan-mas-en-comida-por-fuera-de-casa.html>

Cueva, D. F., Rojas , D., Armijos , R., & Balladarez, k. (1 de Enero de 2017). *Ebsco Host*. Obtenido de variación De Rentabilidad en Función de las fuentes de Financiamiento: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=0a531cca-4ebd-481d-94b3-c254a97e24d7%40sessionmgr4007>

Dane. (31 de Agosto de 2018). *Boletín Técnico*. Obtenido de Gran encuesta Integrada de los hogares: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jul_18.pdf

Duarte, Jiménez, & Ruiz. (2011). *Análisis De Dependencia Entre variables 3ra Edición*. España: OEC.

Ebscohost. (2013). *EBSCOHOST*. Obtenido de la experiencia de convertir el momento de consumo en un momento memorable.: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=14&sid=e962a2d3-d06d-4122-9ab7-9a7d4558c11c%40sessionmgr101>

Ebscohost. (29 de junio de 2017). *Bussines model canvas as a tool of entrepreneurs for disabled people. an approach From Tecnology*. Obtenido de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=26d2d6dd-4e91-42e5-a149-adf51d30ca73%40sdc-v-sessmgr05>

En Colombia. (s.f.). *En Colombia*. Obtenido de Restaurantes En Popayán:

<https://encolombia.com/turismo/restaurantes-en-el-mundo/restaurantes-Colombia/restaurantes-en-Popayán/>

Ferreira Capote, M. H., & Robaina, D. A. (enero de 2017). *Ebscohost*. Obtenido de Métodos de formación-acción para realizar estudios de factibilidad técnico económica:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=5e9373ba-9088-4518-8ca8-ab6162a12b3f%40sessionmgr104>

Ferreira, A., & longhi, A. (2014). *EBSCOHOST*. Obtenido de Metodología De La Investigación II:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmx1YmtfXzg0NzY3NF9fQU41?sid=b610ef22-6eac-4ffe-87ba-439ccb95dc46@sessionmgr102&vid=3&format=EB&rid=1>

Ferreira, A., & longhi, A. (2014). Metodología De La Investigación II. En A. Ferreira, & A. L. longhi, *Metodología De La Investigación II* (pág. 18). Córdoba, Argentina: Encuentro Grupo Editor.

Gobierno De Colombia. Mintic. (2018). *Comunas de Popayán con estrato y otros datos*.

Obtenido de <https://www.datos.gov.co/Vivienda-Ciudad-y-Territorio/Comunas-de-Popayán-con-estrato-y-otros-datos/cqpe-34ui>

Gobierno Digital Colombia. (2018). *Datos Abiertos Gobierno Digital Colombia*. Obtenido de

Comunas De Popayán: <https://www.datos.gov.co/Vivienda-Ciudad-y-Territorio/Comunas-de-Popayan-con-estrato-y-otros-datos/cqpe-34ui>

Gonzales, M., & ducoing, G. (Julio de 2013). *EBSCO Host*. Obtenido de Hospitalidad Esa:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=06bc225e-fc1d-4fc0-8089-0f4c395208dd%40pdc-v-sessmgr04>

- Gunter, H., Gürtler, L., & Gento, S. (2018). La aportación de la estadística exploratoria al análisis de los datos Cualitativos. En H. Gunter, L. Gürtler, & S. Gento, *La aportación de la estadística exploratoria al análisis de los datos Cualitativos* (págs. 50 - 69). Valparaíso: Perspectiva Institucional.
- Gürtler, L., & Gunter, H. (2018). La aportación de la estadística exploratoria al análisis de los datos Cualitativos. En H. Gunter, L. Gürtler, & S. Gento, *La aportación de la estadística exploratoria al análisis de los datos Cualitativos* (págs. 50 - 69). Valparaíso: Perspectiva Institucional.
- Hernández, R., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Herrera Robles, A. (2012). *Ebscohost*. Obtenido de Aspectos generales del derecho administrativo Colombiano:
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmx1YmtfXzY3ODU0N19fQU41?sid=5e9373ba-9088-4518-8ca8-ab6162a12b3f@sessionmgr104&vid=8&format=EB&rid=5>
- Jaca García, C., & Serrano Barcena, N. (s.f.). *Aplicaciones de la web 2.0 en las Pymes como herramienta para la innovación y mejora*. Obtenido de Ebscohost:
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=d6d3ea9a-57d0-4c28-990d-58282ad66cda%40sessionmgr104>
- Juan, S., & Roussos, A. (Julio de 2010). *CEPPIA*. Obtenido de Universidad De Belgrano:
<http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Manual-Focus-Group.pdf>
- Juan, Roussos, A., & Santiago. (junio de 2010). *Ceppia*. Obtenido de Universidad de Belgrano:
<http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Manual-Focus-Group.pdf>

Marín Cantarino, C. (2012). *Una introducción al estudio de impacto ambiental*. Sevilla España:

Universidad de salamanca. Obtenido de Una Introducción al Estudio de Impacto Ambiental:

<http://web.a.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxIYmtfXzMxODAwM19fQU41?sid=0a531cca-4ebd-481d-94b3-c254a97e24d7@sessionmgr4007&vid=6&format=EB&rid=1>

Pardo. (25 de junio de 2018). Retos tecnológicos para Colombia tras el regreso a la Oede.

Pardo Martínez, C. (25 de junio de 2018). Retos en ciencia y tecnología para Colombia tras su ingreso a la Oede.

Pineros, J. (2019). *Javeriana.edu.co*. Obtenido de Javeriana:

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis356.pdf>

Plaza López, J. A. (febrero de 2018). *Retina/ El País*. Obtenido de Retina:

https://retina.elpais.com/retina/2018/02/28/tendencias/1519831046_462170.html

Prieto Herrera, J. (2009). *Investigación De Mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

R Córdoba, C., Inga, E., & Yaguache, F. (enero de 2017). *EBSCO Host*. Obtenido de

Software contable y rentabilidad en Pymes: El caso de Ecuador:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=28&sid=e962a2d3-d06d-4122-9ab7-9a7d4558c11c%40sessionmgr101>

Reiter, & Bernd. (diciembre de 2015). *Ebsco host*. Obtenido de La Epistemología Y

Metodología De La Investigación Exploratoria En Ciencias Sociales: Cruzando Popper con Marcuse:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=9c7a6667-4556-43e7-9489-af25346d7eb5%40sessionmgr101>

Reiter, B. (diciembre de 2015). *Ebsco host*. Obtenido de La Epistemología Y Metodología De La Investigación Exploratoria En Ciencias Sociales: Cruzando Popper con Marcuse:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=9c7a6667-4556-43e7-9489-af25346d7eb5%40sessionmgr101>

Reiter, B. (1 de septiembre de 2015). *EBSCOHOST*. Obtenido de La epistemología y metodología de la investigación exploratoria en las ciencias sociales:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=ec25ab29-9e3c-4afe-96fb-26be9d962d89%40pdc-v-sessmgr05>

Revista Dinero. (15 de 02 de 2018). *Dinero*. Obtenido de Dinero:

<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>

Ries, E. (s.f.). *El Lean Startup Metodología*. Obtenido de <http://theleanstartup.com/principles>

Scholz Ramírez, C., & Scholz Ramírez, E. (2004). Un secreto para la productividad. En C.

Scholz Ramírez, & E. Scholz Ramírez, *Un secreto para la productividad: la Etiqueta Ejecutiva* (págs. 85 - 106). Hospitalidad ESDAI.

Serrano Buduen, & Beras, J. R. (2015). *EBSCOHOST*. Obtenido de Las variables en la investigación científica en educación física, metodología para la determinaciones

dimensiones e indicadores:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=ec25ab29-9e3c-4afe-96fb-26be9d962d89%40pdc-v-sessmgr05>

Tarjizán M, J. (2013). *Ebscohost*. Obtenido de Fundamentos de estrategia Empresarial:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/command/detail?vid=9&sid=e962a2d3-d06d-4122-9ab7->

9a7d4558c11c%40sessionmgr101&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#A
N=1718622&db=nlebk

Unesco. (11 de agosto de 2005). *UNESCO*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la educación la ciencia y la cultura:

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

UNESCO. (11 de agosto de 2015). *UNESCO*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la educación la ciencia y la cultura:

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

9 ANEXOS.

Formato de modelo aplicación Móvil.

