

Estudio de factibilidad para la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en el barrio Alameda de la ciudad de Cali

Yudy Mariet Muñoz Motta

Tatiana Castro Armero

Artículo presentado para optar el título de Administrador de Empresas

Director

Jhon Edison Valencia Lasprilla

Magister Dirección Empresarial



Institución Universitaria Antonio José Camacho

Facultad de Ciencias Empresariales

Administración de empresas

2022

Resumen

El presente proyecto de grado es un estudio de factibilidad donde su objetivo principal es crear una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en el barrio Alameda de la ciudad de Cali. Este proyecto nace de una necesidad observada en algunos habitantes de la ciudad de Cali puesto que se ha identificado el incremento del mercado, este proyecto se realiza bajo los parámetros de un método de investigación deductivo, tipo de investigación descriptivo y enfoque cualitativo y cuantitativo, se llevó a cabo los siguientes estudios, un análisis de mercado, donde se logra identificar y cuantificar las necesidades de los consumidores, arrojando resultados favorables para la continuidad del proyecto, en el estudio técnico se logra identificar aspectos como la infraestructura, insumos necesarios, materia prima, y maquinaria para dar inicio a la operación, en el análisis administrativo y legal se establecen los lineamientos necesarios para el cumplimiento de los objetivos organizacionales que se plasman en la factibilidad para la puesta en marcha del proyecto; en el estudio financiero se realiza los cálculos pertinentes para la ejecución del proyecto y así mismo se busca establecer el nivel de rentabilidad del proyecto, por último se lleva a cabo el estudio ambiental el cual se planteó con el fin de identificar los principales actores generadores así como gestores de todos los residuos a emitir por las instalaciones de Naturo S.A.S.

Palabras clave: Estudio, investigación, mercado, factibilidad, fitness.

Abstract

This degree project is a feasibility study where its main objective is to create a virtual store that produces and distributes healthy smoothies in the Alameda neighborhood of the city of Cali. This project arises from a need observed in some inhabitants of the city of Cali since the increase in the market has been identified, this project is carried out under the parameters of a deductive research method, a descriptive type of research and a qualitative and quantitative approach. carried out the following studies, a market analysis, where it is possible to identify and quantify the needs of consumers, yielding favorable results for the continuity of the project, in the technical study it is possible to identify aspects such as infrastructure, necessary inputs, raw material , and machinery to start the operation, in the administrative and legal analysis, the necessary guidelines are established for the fulfillment of the organizational objectives that are reflected in the feasibility for the start-up of the project; in the financial study, the pertinent calculations are made for the execution of the project and likewise it seeks to establish the level of profitability of the project, finally the environmental study is carried out, which was proposed in order to identify the main generating actors as well as managers of all the waste to be emitted by the Naturo SAS facilities

Keywords: Study, research, market, feasibility, fitness.

Introducción

Este proyecto nace de una necesidad observada en algunos habitantes de la ciudad de Cali puesto que se ha identificado el incremento de la cultura fitness, hoy en día el mundo se encuentra en una era donde las personas se preocupan por los buenos hábitos como es la alimentación sana y la actividad física, es una tendencia que va en crecimiento generando altas cifras en facturación para la industria por lo que la apuesta a este mercado seguirá estando en auge y brindando amplias oportunidades de innovación y desarrollo de nuevas unidades de negocio. En este sentido identificamos la oportunidad de desarrollar como objetivo principal un estudio de factibilidad para crear una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables, contribuyendo al bienestar de la comunidad brindando como valor agregado el consumidor percibirá la optimización y ahorro de tiempo, puesto que el producto es de fácil preparación. La ubicación física de la tienda para almacenamiento, logística y despacho de los productos se desarrollará en el barrio Alameda de la ciudad de Cali.

Por tal razón, para dar continuidad al desarrollo de este proyecto realizamos una encuesta aplicada a los habitantes del barrio Alameda, en la cual se logró analizar el perfil del consumidor, identificando que existe una tendencia creciente de mayor conciencia por parte de las personas cuando de alimentación saludable se trata a pesar de tener malos hábitos alimenticios, esta conciencia es buena para la humanidad toda vez que al aceptar y entender la importancia de la calidad de los alimentos sanos, orgánicos, libres de gluten, azúcares, químicos, preservantes, sabores artificiales que consumen, se genera una mayor demanda de este tipo de productos, creándose una oportunidad para atender esta necesidad insatisfecha del mercado.

De otro lado, frente a el uso de tiendas virtuales para compras de alimentos saludables, se identifica también está en un mercado creciente, pues éstas además de proporcionar información con contenido de valor para el cuidado del organismo, ahorran tiempo como el que se invierte en el traslado a las tiendas físicas, el tiempo de seleccionar los productos y el tiempo invertido en la fila para realizar el pago, en conclusión lo anterior mencionado nos indicó viabilidad para el desarrollo del presente estudio de factibilidad.

1. Desarrollo Temático del Proyecto

Para el desarrollo temático del presente proyecto, a continuación, resaltamos los principales estudios en los cuales se argumenta la investigación, así como el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados a partir de los mismos.

1.1 Estudio de Mercado

En este estudio se logra analizar y justificar la viabilidad del estudio de factibilidad para la creación de una tienda virtual comercializadora y distribuidora de batidos saludables, dentro del mismo, se lleva a cabo la definición del producto donde se describen las dos líneas de producción de batidos siendo estos funcionales combinación entre frutas y verduras; así como la segunda línea de batidos combinados entre fruta y yogurt griego, de los cuales se derivan cinco sabores diferentes por cada línea. Así mismo dentro del mercado objetivo se identificó el buyer persona tiene un estilo de vida saludable, sin embargo, también hace parte del mercado objetivo quienes están en la búsqueda de cambiar sus hábitos alimenticios.

1.2.1 Análisis de la demanda

Para llevar a cabo este análisis fue muy importante tener en cuenta las tendencias actuales y preferencias de consumo, enfocándonos en el barrio Alameda ubicado en la comuna 9 de la ciudad de Cali-Valle. A partir de datos empleados y expuestos también por el autor (Suarez, 2019) de una población total de 3.989 personas, para lo cual se determinó una muestra de 146 personas con el método de muestreo aleatorio simple, la cual fue determinante para el presente estudio de factibilidad.

1.2.1.1 Proyección de la demanda.

Para determinar la demanda con respecto al consumo histórico de Naturo S.A.S. para el año 2022 se estimó un incremento del consumo por mes el 2% teniendo en cuenta la inflación del año 2021 de un 1.6% y con respecto al histórico de demanda mensual del año 2021 y se multiplicó por el precio unitario de cada línea de producto, donde se logra evidenciar la proyección desde el año

uno para batidos funcionales, siendo 9.600 unidades de batidos y para el año cinco una demanda de 11.658 unidades; así mismo el comportamiento se proyecta para los batidos con yogurt griego.

1.2.1.1 Análisis de la oferta

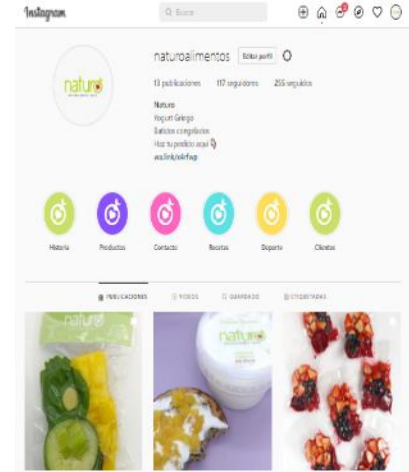
En el desarrollo del análisis de la oferta se contempló un análisis competitivo basado en las Cinco Fuerzas de Porter, donde se incluye el poder de negociación de los compradores o clientes, el poder de negociación de proveedores o vendedores, las amenazas de nuevos competidores entrantes, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre competidores.

De otro lado, se tuvieron en cuenta otro tipo de análisis relevantes dentro de este estudio como la Matriz Dofa donde se determinan las principales oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas; así como también se empleó el plan estratégico de mercadeo de las 5 “P”s donde se logra establecer personas (clientes), precios, productos, plaza y promoción acordes a las necesidades del estudio. Por otra parte, se realizó un detallado análisis de la competencia donde se logró determinar la ventaja mas importante frente a la misma es su propuesta innovadora siendo únicos en el mercado objetivo con empaque al vacío, logrando mantener y preservar frutas y verduras sin oxidación hasta por seis meses.

Por último dentro del estudio de mercado se resaltan las principales redes sociales en desarrollo para el proyecto como la página web Naturo, Facebook Naturo, Instagram @naturoalimentos y WhatsApp Business.

Figura 1. Página Web Naturo

Fuente: Elaboración propia

Figura 2. Página Instagram Naturo

Fuente: Elaboración propia

1.2. Estudio Técnico

Para ampliar el contexto en el que se desarrollara el estudio de factibilidad en lo que respecta a su proceso técnico, funcionamiento de la tienda virtual y los recursos necesarios se realizó un análisis para la localización más óptima, donde se emplaron los análisis de macro y microlocalización, con ambos métodos de ponderación se logró determinar una calificación más alta en la zona centro de la ciudad de Cali con un total de 14,5, comparando zona Oeste y Centro entre sí, para la macrolocalización y para la microlocalización se analizaron las ubicaciones del barrio Granada y Alameda, arrojando una ponderación total de 13,6 siendo esta la más alta.

También para el estudio técnico del proyecto fue necesario el desarrollo de un plano para la planta de producción y sede administrativa donde se detallan las áreas necesarias para el adecuado funcionamiento del mismo; también se listan los equipos administrativos y operativos donde se detallan los principales insumos de materia prima, insumos de producción, insumos de aseo, maquinaria y equipo y equipo de oficina. Adicionalmente se determinó la capacidad instalada óptima por día y por año siendo 160 unidades de batidos y 46.080 unidades respectivamente en un total de 24 días de producción.

Los procesos se presentan desglosados en un gráfico que a continuación en los resultados se enumerará, así como también los diagramas de flujo producción y distribución de los batidos funcionales y de los batidos con yogurt griego.

1.3. Estudio Legal y Organizacional

1.3.1 Estudio Organizacional

Para determinar la capacidad operativa y administrativa requerida en la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en la comuna 9 de la ciudad de Cali, se creará una estructura organizacional, se realizara la descripción y el perfil de cada cargo, así como la constitución de la organización y se mencionarán los requisitos para la legalización ante las entidades que regirán su funcionamiento.

El tipo de dirección será participativa y democrática buscando la motivación y el liderazgo para el cumplimiento de las metas establecidas; y su estructura será lineal, para esta última se detalla dentro del organigrama expuesto en los resultados.

1.3.2 Estudio Legal

La constitución legal del proyecto se basa en la Ley 1258 de 2008, la cual data de la creación de una sociedad por acciones simplificadas. Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se listan los requisitos más relevantes para su ejecución: Consulta de nombre en el RUES, redacción de estatutos, realizar pago de costos de constitución e inscripción ante Cámara y Comercio, tramitar el registro mercantil definitivo y tramitar la resolución de firma digital y facturación en la DIAN.

1.4. Estudio Financiero

Con el presente estudio se podrá establecer el nivel de viabilidad económica y financiera de la creación de la tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en el barrio alameda de la ciudad de Cali.

1.4.1 Inversión

Para la puesta en marcha de la tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en el barrio alameda de la ciudad de Cali se requiere de una inversión inicial de \$58.012.529. para obtener dicho valor, se realizará un préstamo financiero que corresponde al 48% de la inversión \$ 28.000.000 de pesos, a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 18% efectivo anual y el 52% que equivale a \$ 30.012.529 de pesos que corresponden a los aportes sociales de ambos socios.

1.4.2. Estado de Resultados

se observa en el estado de resultados que los ingresos durante el primer año fueron de 470,440,001 con un aumento del 2,07 % por cada año proyectado, en los costos de venta se presenta un crecimiento sostenido de igual forma del 2,07 cada periodo proyectado. Los gastos administrativos y de ventas presenciaron un crecimiento un aumento proporcional equivalente al 1,60% que es el porcentaje representativo al IPC, con respecto a los gastos financieros se denota una proyección decreciente durante cada periodo, estos gastos representan a los intereses adquiridos en el pago del crédito.

Se analiza que en la utilidad neta se evidencia un incremento del 12% respecto a los otros años, por lo cual se permite analizar que es viable la inversión.

1.4.3. Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo proyectado representa la disponibilidad de dinero en efectivo de Naturo S.A.S. el cual respalda los costos y gastos de la operación; cuando el flujo proyecta cifras en

positivo genera un indicador de éxito y confianza para la organización, así como para las entidades financieras, colaboradores, clientes y proveedores.

El proyecto se pone en marcha con un total de fondos de \$58.012.529, donde el 52% corresponde al aporte de capital y el 48 % restante al crédito bancario a largo plazo, aplicándose en los siguientes porcentajes: activos fijos en un 43% y activos diferidos en 47%, Las utilidades antes de impuesto indican un crecimiento progresivo durante los cinco años proyectados, lo que permite una sostenibilidad en las cuentas por pagar, manteniendo una cartera sana y evitando el incremento de pasivos. Por otro lado, de los ingresos proyectados en el flujo de caja también se impactan restando el pago de impuestos de renta y los pasivos financieros, obteniendo al final del ejercicio un saldo en efectivo positivo con un crecimiento importante y que genera expectativas para los socios donde se podría retribuir la inversión o reinvertir para apalancar el crecimiento de la organización.

1.4.4. Balance General

El balance de situación es un documento o informe financiero que recoge los bienes, derechos y obligaciones de una empresa, así como los aportes de socios. Además, informa de la situación patrimonial (Amat, Bonini, Campa, & Cornella, 2018).

Una vez realizado el análisis del balance general se evidencia en el rubro activo corriente un resultado positivo de las operaciones para los años proyectados, con un porcentaje de aumento promedio del 55%. En cuanto a los pasivos, se refleja la proyección de la amortización en un 18% correspondiente al crédito adquirido para la inversión inicial. En cuanto al impuesto de renta se presentó un incremento del 33% con base a la provisión realizada; el patrimonio reflejó un crecimiento importante durante los años proyectados y las utilidades también evidencian su aumento gradual año a año con un porcentaje del 20%. promedio.

1.4.5. Indicadores financieros para inversión

Continuando con el análisis de la TIR y la TIO aplicados al presente proyecto y con el interés de conocer su viabilidad, se puede inferir que con una inversión de 58.012.529 se obtiene

una ganancia anual con la TIR del 57% representando un porcentaje mayor que la TIO en un 41%, y siendo la TIO un 16% se concluye que es un proyecto viable, se justifica financieramente y genera un alto interés para sus inversionistas, acorde al anterior descripción por los autores (Amat, Bonini, Campa, & Cornella, 2018).

1.5. Estudio Ambiental

En el presente estudio se presenta un breve análisis del impacto ambiental que se desarrollará con la creación de la tienda virtual productora y distribuidora de alimentos saludables, además se determina el tratamiento y manejo integral de residuos sólidos y líquidos el cual hace parte de las buenas prácticas de manufacturas (BPM), y que a su vez es imprescindible en la aplicación de la certificación de productoras de alimentos ante las respectivas autoridades competentes; implementándose la Resolución 2184 de 2019 expedida por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo.

Figura 3. *Clasificación de residuos*



Fuente: Abc Código de colores (Colombiano, 2021)

1.5.1. Residuos Orgánicos

Los residuos orgánicos aprovechables que se generarán en mayor escala por la planta de producción, se realizará entrega para su respectivo tratamiento a la empresa Promoambiental Cali S.A.

1.5.2. Empaque Reusable

Teniendo en cuenta que los empaques de productos actualmente generan un alto porcentaje de contaminación en Naturo S.A.S. se optó por bolsas de reempaque para el pack total, las cuales fueron diseñadas y pensadas en impactar positivamente el medio ambiente, son reempaques tipo maya de reúso, con un cordón de seda ajustable, estos pueden ser utilizados para almacenar frutas o verduras, así como también pueden ser empleados para el lavado de prendas delicadas en la lavadora protegiéndolas y permitiendo su adecuada limpieza.

Figura 4. *Empaques Reusables*



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que los empaques de productos actualmente generan un alto porcentaje de contaminación en Naturo S.A.S. se optó por bolsas de reempaque para el pack total, las cuales fueron diseñadas y pensadas en impactar positivamente el medio ambiente, son reempaques tipo maya de reúso, con un cordón de seda ajustable, estos pueden ser utilizados para almacenar frutas o verduras, así como también pueden ser empleados para el lavado de prendas delicadas en la lavadora protegiéndolas y permitiendo su adecuada limpieza.

2 Metodología

2.1. Método de Investigación

El método de investigación que se implementara en este estudio de factibilidad es deductivo, ya que a través de un análisis detallado de la dinámica del mercado, se ha identificado un crecimiento exponencial en el sector y en todos los nichos que se desprenden de él, por ende, dicha investigación permitió identificar el nivel de factibilidad que determinó el alto grado de viabilidad para la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en el barrio Alameda de la ciudad de Cali,

2.1.2. Tipo de Estudio

El tipo de investigación que se llevará a cabo en este proyecto es el descriptivo, por lo tanto, se realizará una encuesta a la población caleña enfocada a los habitantes del barrio alameda, con la cual se busca obtener información sobre el perfil del consumidor.

2.2.2 Enfoque de la investigación.

El enfoque de investigación contenido en el desarrollo del presente proyecto corresponde al enfoque mixto, el cual combina el cuantitativo y cualitativo generando mayor confiabilidad en los resultados a la hora de probar una teoría planteada.

3 Resultados

3.1 Resultados análisis de mercado

Figura 5. *Proyección de la demanda batidos funcionales*

Producto	AÑO				
	1	2	3	4	5
Batido funcional pack 7 unidades	9600	9792	10184	10795	11658
Precio unitario pack 7 batidos	\$ 24.000	\$ 24.384	\$ 24.774	\$ 25.171	\$ 25.573
Ingresos por venta	\$ 230.400.000	\$ 238.768.128	\$ 252.291.955	\$ 271.708.344	\$ 298.140.131

Inflación 1,60%

Figura 6. *Proyección de la demanda batidos con yogurt griego*

Producto	AÑO				
	1	2	3	4	5
Batido con yogurt griego pack 5 unidades	9600	9792	10184	10795	11658
Precio costo unitario	\$ 25.000	\$ 25.400	\$ 25.806	\$ 26.219	\$ 26.639
Ingresos por venta	\$ 240.000.000	\$ 248.716.800	\$ 262.804.120	\$ 283.029.525	\$ 310.562.637

Inflación 1,60%

Tabla 1. *Precios Batidos Funcionales*

Nombre	Tipo de batidos y precios
	Precio
Batido Détox Verde	3.428
Batido Antioxidante Frutos Rojos	3.428
Batido Proteico	3.428
Batido frutos naranjas	3.428
Batido Funcional Détox Kiwi	3.428
Precio pack *7	\$ 24.000

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Tabla 2. *Precios Batidos con yogurt griego*

Nombre	Tipo de batidos y precios
	Precio
Batido Yellow	5.000
Batido Blueberry	5.000
Batido Green	5.000
Batido Red	5.000
Batido Tropical Orange.	5.000
Precio pack *5	\$ 25.000

Fuente: Elaboración Propia (2021)

3.1.2 Resultados análisis técnicos

Tabla 3. *Método de ponderación para la localización del proyecto*

Factores	Ubicación asignado	Zona Oeste		Zona Centro	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Macrolocalización					
Transporte	0,20	8	1,4	9	4
Mercado	0,30	9	3	10	5
Terreno	0,35	9	3,4	10	4

Condiciones sociales de vida	0,15	10	1,5	10	1,5
SUMA TOTAL	1	36	9.3	39	14.5

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Tabla 4. Método de ponderación para la localización del proyecto

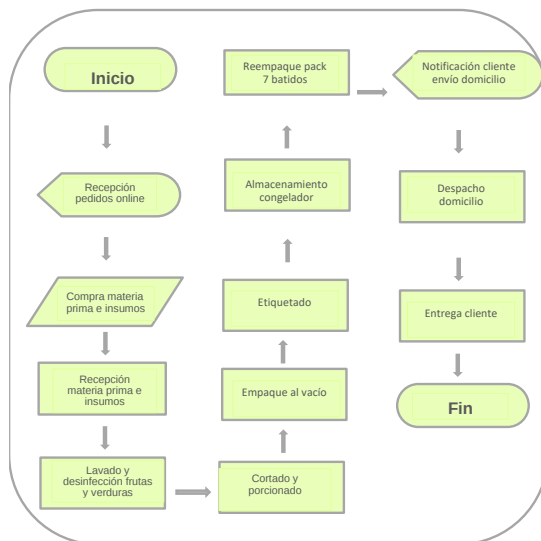
Factores	Ubicación	Granada		Alameda	
	Asignado	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Microlocalización					
Localización suburbana	0,25	8	2,25	9	2
Costo de los terrenos	0,25	7	2	9	2
Cercanía a avenidas	0,10	7	1	10	0,7
Tamaño del lugar	0,25	9	2,25	9	2,25
Disponibilidad de servicios	0,15	8	1,35	10	1,35
Suma total	1		8,95		13,6

Fuente: Elaboración Propia (2021)

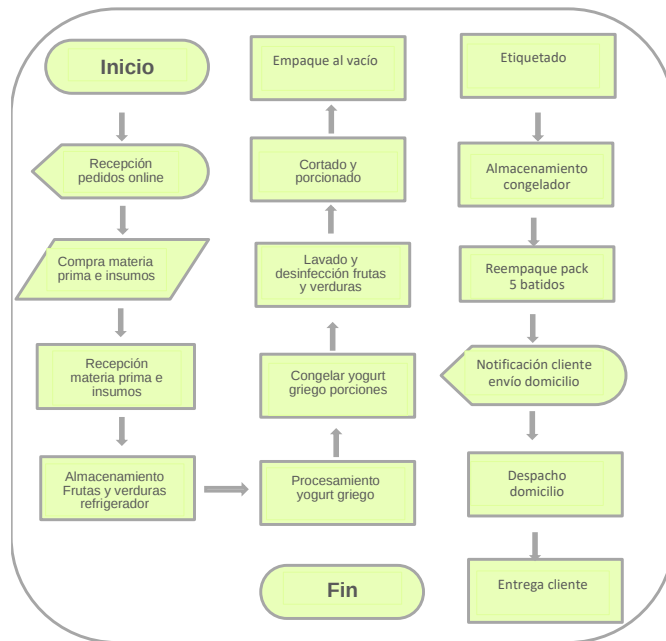
Figura 7. Descripción de procesos general

Productos	Entradas Materia prima, insumos, infraestructura	Transformación	Salida Producto final
Batido Funcional	Recepción de fruta y verdura fresca Recepción de insumos de envasado y etiquetado	Lavado y desinfección, de frutas y verduras, retirar cascara, porcionar en trozos, pesar porción y empacado al vacío	Etiquetado y distribución
Batido con yogurt griego	Recepción de fruta y verdura fresca Recepción de Leche y cultivo probiótico Recepción de insumos de envasado y etiquetado	Producción de yogurt y congelar porciones Lavado y desinfección, de frutas y verduras, retirar cascara, porcionar en trozos, pesar porción y empacado al vacío	Etiquetado y distribución

Fuente: Elaboración Propia

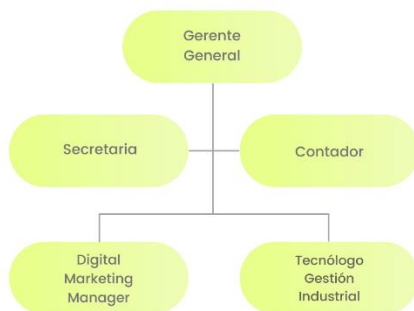
Figura 8. Diagrama de flujo producción y distribución Batido Funcional

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9. Diagrama de flujo producción y distribución Batido con yogurt griego.

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 Resultados análisis administrativos

Figura 10 . Organigrama

Fuente: Elaboración Propia

3.1.4 Resultados análisis financiero

Figura 11. *Estado de Resultados*

Fuente: Autoría Propia (2021)

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 470.400.001	\$ 487.484.930	\$ 515.096.077	\$ 554.737.872	\$ 608.702.773
Costos de Ventas	\$ 221.279.686	\$ 229.316.566	\$ 242.305.057	\$ 260.952.855	\$ 286.338.349
Costo de Mercancía	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos Indirectos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Bruta	\$ 249.120.315	\$ 258.168.364	\$ 272.791.021	\$ 293.785.018	\$ 322.364.424
Gastos Operacionales	\$ 50.712.000	\$ 52.390.567	\$ 54.124.695	\$ 55.916.222	\$ 57.767.049
Gasto Depreciación	\$ 3.496.500	\$ 3.496.500	\$ 3.496.500	\$ 3.496.500	\$ 3.496.500
Gasto Amortización	\$ 938.400	\$ 938.400	\$ 938.400	\$ 938.400	\$ -
Gastos de personal	\$ 173.161.417	\$ 178.875.744	\$ 184.778.643	\$ 190.876.339	\$ 197.175.258
Utilidad Operativa	\$ 20.811.998	\$ 22.467.153	\$ 29.452.782	\$ 42.557.557	\$ 63.925.617
Costos de Financiación	\$ 4.922.400	\$ 3.937.920	\$ 2.953.440	\$ 1.968.960	\$ 984.480
Utilidad antes de Impuesto	\$ 15.889.598	\$ 18.529.233	\$ 26.499.342	\$ 40.588.597	\$ 62.941.137

Impuesto 33%	\$ 5.243.567	\$ 6.114.647	\$ 8.744.783	\$ 13.394.237	\$ 20.770.575
Utilidad después de Impuesto	\$ 10.646.030	\$ 12.414.586	\$ 17.754.559	\$ 27.194.360	\$ 42.170.562
Reserva legal 10%	\$ 1.064.603	\$ 1.241.459	\$ 1.775.456	\$ 2.719.436	\$ 4.217.056
Utilidad Neta	\$ 9.581.427	\$ 11.173.128	\$ 15.979.103	\$ 24.474.924	\$ 37.953.506

Figura 12. Flujo de efectivo

Flujo De Efectivo						
Flujo de efectivo proyectado a 5 años						
	Año 0 (inversión)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial de Caja		\$ -	\$ 14.724.498	\$ 26.845.064	\$ 46.064.659	\$ 76.743.373
Ingresos		\$ 470.400.001	\$ 487.484.930	\$ 515.096.077	\$ 554.737.872	\$ 608.702.773
Aportes de Capital	\$ 30.012.529					\$ -
Prestamo financiero	\$ 28.000.000					
EGRESOS		\$ 455.675.503	\$ 475.364.364	\$ 495.876.482	\$ 524.059.159	\$ 561.259.373
Costos de ventas		\$ 221.279.686	\$ 229.316.566	\$ 242.305.057	\$ 260.952.855	\$ 286.338.349
Otros gastos		\$ 50.712.000	\$ 52.390.567	\$ 54.124.695	\$ 55.916.222	\$ 57.767.049
Nomina		\$ 173.161.417	\$ 178.875.744	\$ 184.778.643	\$ 190.876.339	\$ 197.175.258
Gasto financiación		\$ 10.522.400	\$ 9.537.920	\$ 8.553.440	\$ 7.568.960	\$ 6.584.480
Pago Impuesto de renta			\$ 5.243.567	\$ 6.114.647	\$ 8.744.783	\$ 13.394.237
Inversiones	\$ 58.012.529					
Saldo Final Caja	\$ -	\$ 14.724.498	\$ 26.845.064	\$ 46.064.659	\$ 76.743.373	\$ 124.186.773

Figura 13. Balance General

Balance General		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos Corrientes						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Efectivo	14.724.498	26.845.064	46.064.659	76.743.373	124.186.773	
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Inventarios	16.666.829	20.217.746	23.591.807	26.431.871	29.266.355	
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activos diferidos	3.753.600	2.815.200	1.876.800	938.400	-	
Total Activo corriente	\$ 35.144.926	\$ 49.878.009	\$ 71.533.266	\$ 104.113.644	\$ 153.453.128	
Activos Fijos						
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Maquinaria y equipo	14.587.200	14.587.200	14.587.200	14.587.200	14.587.200	
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Equipos de oficina y computo	10.188.900	10.188.900	10.188.900	10.188.900	10.188.900	
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciación Acumulada	(3.496.500)	(6.993.000)	(10.489.500)	(13.986.000)	(17.482.500)	
Total Activos Fijos	\$ 21.279.600	\$ 17.783.100	\$ 14.286.600	\$ 10.790.100	\$ 7.293.600	
Total Activos	\$ 56.424.526	\$ 67.661.109	\$ 85.819.866	\$ 114.903.744	\$ 160.746.728	
Pasivos						
Pasivos Corrientes						
	\$	\$	\$	\$		
Proveedores	-	-	-	-		
	\$	\$	\$	\$	\$	
Impuestos, gravámenes y tasas	5.243.567	6.114.647	8.744.783	13.394.237	20.770.575	
Total Pasivo corriente	\$ 5.243.567	\$ 6.114.647	\$ 8.744.783	\$ 13.394.237	\$ 20.770.575	
Pasivo No Corriente						
	\$	\$	\$	\$	\$	
Obligaciones financieras	10.522.400	9.537.920	8.553.440	7.568.960	6.584.480	
Total Pasivo No corriente	\$ 10.522.400	\$ 9.537.920	\$ 8.553.440	\$ 7.568.960	\$ 6.584.480	
Total Pasivos	\$ 15.765.967	\$ 15.652.567	\$ 17.298.223	\$ 20.963.197	\$ 27.355.055	

Patrimonio					
	\$	\$	\$	\$	\$
Capital Social	30.012.529	30.012.529	30.012.529	30.012.529	30.012.529
	\$	\$	\$	\$	\$
Reserva Legal	1.064.603	1.241.459	1.775.456	2.719.436	4.217.056
Utilidad del	\$	\$	\$	\$	\$
Ejercicio	9.581.427	11.173.128	15.979.103	24.474.924	37.953.506
Utilidades	\$	\$	\$	\$	\$
Acumuladas	-	9.581.427	20.754.555	36.733.658	61.208.582
Total Patrimonio	\$ 40.658.559	\$ 52.008.542	\$ 68.521.643	\$ 93.940.547	\$ 133.391.673
Total	\$	\$	\$	\$	\$
Pasivo+Patrimonio	56.424.526	67.661.109	85.819.866	114.903.744	160.746.728

Fuente: Autoría Propia (2021)

Figura 14. *Flujo caja proyectado*

Años	Flujo
0	-\$ 58.012.529
1	\$ 14.724.498
2	\$ 26.845.064
3	\$ 46.064.659
4	\$ 76.743.373
5	\$ 124.186.773

Fuente: Autoría Propia (2021)

Figura 15. *Estructura de capital*

Estructura de capital			
	\$	%	Costo de capital
Capital social (patrimonio)	30.012.529	52%	15%
Crédito (deuda)	28.000.000	48%	18%
Total	58.012.529	100%	

Fuente: Autoría Propia (2021)

Figura 16. *Indicadores financieros para toma de decisión*

Valor Presente Neto (VAN)	\$ 171.993.333
Tasa interna de Retorno (TIR)	57%
Tasa interna de Oportunidad (TIO)	16%

Fuente: Autoría Propia (2021)

Figura 17. *Indicadores de liquidez*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez					
Razón Corriente (veces)	6,70	8,16	8,18	7,77	7,39
Prueba Ácida (veces)	3,52	4,85	5,48	5,80	5,98
Capital de Trabajo (miles de pesos)	29.901.359	43.763.362	62.788.483	90.719.407	132.682.553
Rentabilidad					
Utilidad neta / ventas (%)	2,04%	2,29%	3,10%	4,41%	6,24%
Utilidad operacional / ventas (%)	4,42%	4,61%	5,72%	7,67%	10,50%

Utilidad operacional /activos total (%)	36,88%	33,21%	34,32%	37,04%	39,77%
Utilidad neta / patrimonio (%)	23,57%	21,48%	23,32%	26,05%	28,45%
Endeudamiento					
Pasivo total / activo total (%)	27,94%	23,13%	20,16%	18,24%	17,02%
Aprovechamiento de activos					
Ventas / activos totales (veces)	8,34	7,20	6,00	4,83	3,79
Activos corrientes / ventas (veces)	0,07	0,10	0,14	0,19	0,25
Activos fijos / ventas (veces)	0,05	0,04	0,03	0,02	0,01
Activos totales / ventas (veces)	0,12	0,14	0,17	0,21	0,26
Potencial de generación de utilidades					
Remunerativas del patrimonio					
Utilidad neta/ventas (%)	2,04%	2,29%	3,10%	4,41%	6,24%
Ventas / Activos Totales (veces)	8,34	7,20	6,00	4,83	3,79
Activos Totales / Patrimonio (veces)	1,39	1,30	1,25	1,22	1,21
Rentabilidad patrimonial	23,57%	21,48%	23,32%	26,05%	28,45%

Fuente: Autoría Propia (2021)

4 Discusión

Como objetivo general de este presente proyecto se consideró determinar la factibilidad en la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables en el barrio alameda de la ciudad de cali, en base a ello se estudió la teoría del autor (Urbina Baca, 2010) quien propone que “la evaluación de proyectos de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable” .

los resultados encontrados en este estudio parten del análisis realizado a las encuestas que se hicieron a los 146 habitantes del barrio alameda, se observó que 91.1% de los 146 habitantes encuestados del barrio alameda están buscando cambiar sus hábitos alimenticios, que un 82,9% de personas, si consume frutas siendo este consumo diario y alternativo en el transcurso de la semana y un 89,1% si consume verduras, porcentajes representativos para abarcar el nicho de mercado, se indago el medio por el cual les gustaría adquirir el producto anteriormente mencionado y se obtuvo que 78.1% prefieren adquirir los productos a través de una tienda virtual, además se le pregunto a los habitantes que, si estarían dispuesto a comprar batidos de frutas o verduras listos para procesar y consumir, de lo cual un el 95.2% de las personas estuvieron de acuerdo con ello, esto quiere decir que existe una población alta interesada en la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables y por consiguiente se puede proyectar una mayor factibilidad a la propuesta de valor expuesta en este proyecto.

Los resultados obtenidos de esta presente investigación coinciden con lo obtenido por, (Hurtado Sandoval, 2018) quien realizó un estudio de factibilidad para la creación de la

microempresa Frestoo, comercializadora de alimentos saludables, dicho estudio arrojó porcentajes positivos y viables para el plan de negocio como un 74.6% del total de la población encuestada afirmó que pagaría más por una comida saludable, el 38.1% y 33.6% consumen uno o dos productos lácteos respectivamente, en cuanto al uso de las redes sociales un 44% de los encuestados dijo utilizar más el WhatsApp, un 25.4% el Facebook y 25.4% Instagram, lo que indica que acceder a la publicidad y venta digital es un amplio campo de oportunidad. Hurtado concluyó que ante el desarrollo del estudio se visualiza la viabilidad para la creación de Frestoo.

Lo anteriormente mencionado se evidencia la factibilidad en la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables contribuyendo al bienestar de la comunidad, además la alimentación saludable es una tendencia que va en crecimiento generando altas cifras en facturación para la industria por lo que la apuesta a este mercado seguirá estando en auge y brindando amplias oportunidades de innovación y desarrollo de nuevas unidades de negocio.

5 conclusiones

5.1 Conclusión primer objetivo

En el estudio de mercado del proyecto para la creación de una tienda virtual productora y distribuidora de batidos saludables, se generó una encuesta a la muestra obtenida de 146 personas habitantes del barrio alameda de la ciudad de Cali, en la cual se logró identificar y cuantificar las necesidades, el perfil, las preferencias y expectativas de los consumidores, arrojando así resultados favorables para la puesta en marcha del proyecto, se proyecta abarcar una demanda anual aproximadamente de 9600 por cada línea de batido, los cuales ayudaran a generar utilidades que promuevan la factibilidad del proyecto, desde el punto de vista de la competencia se identifica que las tiendas virtuales que ofertan el producto de batidos saludables y que son competencia directa para Naturo S.A.S. en la ciudad de Cali, ofertan líneas con combinaciones de frutas y verduras muy similares entre sí, lo que genera una oportunidad de diferenciación para el presente proyecto, siendo las líneas de batidos con combinaciones y propuesta innovadora, además de ser el único proyecto que ofertará los batidos empacados al vacío, logrando mantener y preservar frutas y verduras sin oxidación hasta por seis meses, lo que representa una ventaja importante frente a los competidores.

5.1.2 Conclusión segundo objetivo

Después de realizar el estudio técnico se pudo establecer que la infraestructura a utilizar será la apropiada para la ejecución del proyecto, además de contar con la maquinaria, herramientas, insumos y equipos necesarios para la producción y distribución de los batidos saludables, así mismo se logra estandarizar los procesos que van a intervenir en la producción teniendo en cuenta las políticas de control de calidad que permitan cumplir con los estándares y la satisfacción del consumidor.

5.1.3 Conclusión tercer objetivo

Por medio del estudio legal y organizacional se estableció el organigrama de la compañía en donde se identifican las funciones de cada cargo, además se calculó los salarios correspondientes, resaltando la eficacia de un equipo capacitado e idóneo para las diversas actividades, lo anterior mencionado se llevó a cabo por medio de por la ley como la constitución legal de las organizaciones y los permisos de operación, de igual manera se establecen los procesos que componen la creación de una sociedad por acciones simplificadas basada en las cláusulas estipuladas en los estatutos conformados por la ley.

5.1.4 Conclusión cuarto objetivo

Finalmente, en el análisis financiero se realizó una proyección a 5 años en la cual se analiza que los datos arrojados se evidencia que la compañía genera un incremento en los ingresos reflejados en la cantidad de ventas y consolidando el valor de la rentabilidad en la utilidad neta, además de que su endeudamiento no supera el 50% del total de sus activos y el margen de utilidad se ve en incremento en el transcurso de cada año , por el cual se considera que este estudio de factibilidad es viable, vinculado a esto se obtiene una TIR del 57% mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, lo cual significa que la creación de la tienda virtual productora y comercializadora de batidos saludables es factible en virtud de los resultados obtenidos mediante el análisis y criterios de evaluación, dando cumplimiento a los objetivos y estrategias planteadas en el estudio de factibilidad.

5.1.5 Conclusión quinto objetivo

En el estudio ambiental se planteó con el fin de identificar los principales actores generadores así como gestores de todos los residuos a emitir por las instalaciones de Naturo S.A.S. evaluando los posibles impactos que generarían la puesta en marcha del proyecto teniendo en cuenta los beneficios ambientales al reducir la cantidad de residuos entregados para la disposición final, además de impactar positivamente el ambiente de trabajo disminuyendo riesgos

de salud para colaboradores y usuarios finales de los productos finales, bajo el cumplimiento de la normatividad vigente y acorde con la misión de Naturo SAS.

Referencias

- (13 de Diciembre de 2021). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/mercado-de-snacks-saludables-apunta-a-us-2-800-millones-559592>
- Abraham, A., & Habraham, H. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: EG Corporaciones de Servicios Editoriales y Graficos S.A.
- Amat, O., Bonini, C., Campa, F., & Cornella, A. (2018). *MBA Intensivo*. España: Profit.
- Ballén Sánchez, A., & Tirado Traslaviña, L. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de alimentos saludables tipo gourmet. Cartagena de Indias D. T. y C.: Universidad de Cartagena.
- Carvajal, L. (2000). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Poemia.
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte de la enseñanza del emprendimiento*. Chile: Intec Chile.
- Colombiano, G. (2021). Obtenido de file:///C:/Users/usu/Desktop/abc-codigo_colores.pdf
- Constitución Política de Colombia*. (1991).
- DANE. (2010). Caracterización socioeconómica. DANE.
- Decreto 957*. (2019).
- Garcia , J. A., & Garcia, J. (2013). *El manual del emprendimiento*. Madrid: IDLIN Lean .
- Gill Ruiz, A. L. (febrero de 2017). Estudio de Factibilidad e implementación de una empresa comercializadora de conservas guatemaltecas a través de una tienda virtual. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Hurtado Cuartas, D. (2008). *Principios de Administración*. Medellín: Fondo Editorial YPM.
- Hurtado Sandoval, D. R. (2018). Plan de negocios de la empresa comercializadora de alimentos saludables Frestoo Fusagasugá. Fusagasugá, Colombia: Universidad de Cundinamarca.
- Kotler, P. (2001). *Dirrecion de Mercadotecnia*. España: Pearson Educación.
- Ley 2069* . (2020).
- Magdalena, D. d. (2019). La cultura del fitness se toma a Colombia. *Hoy Diario de Magdalena*, 1.
- Manotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Pearson Educacion.
- Martínez Armendáriz, C. A., Soto Zapata, M., & Magaña Magaña, J. E. (2014). Estudio Técnico del Proyecto Tomato Mix. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 1285.
- Naresh, M. (2008). *Investigacion de Mercados*. Mexico: Pearson Educacion.
- Nielsen Company. (Agosto de 2016). Obtenido de <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/nielsen-global-ingredient-and-out-of-home-dining-trends-report-germany.pdf>

- Orozco, Montoya, Londoño. (2016). Estudio de viabilidad para la creación de una tienda virtual. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen.
- Pastrana, L. M. (2019). Cali, una ciudad 'saludable' para los negocios fitness. *El Pais*.
- Pereira Pérez, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Revista Electrónica Educare*, 15-29.
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*.
- Ramirez, E., Cajigas, M., & Granados, I. (2008). *Banco & Empresa Minimizando el riesgo crediticio*. Palmira: Universidad Nacional de Colombia.
- REDACCIÓN EL TIEMPO. (s.f.). COMUNA 9 PIDE ERRADICAR FOCOS DE LADRONES.
- Salinas y Osorio. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad de transformación. *CIRIEC- España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, 128-151.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sánchez Huerta, David;. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Vizcaya, Madrid: Bubok Publishing S.L.
- Sapag, Nassir, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Suarez, M. (2019). *Ficha de caracterización socio-económica de los barrios de Santiago de Cali*. Cali: Alcaldía Santiago de Cali.
- Subdirección de Salud Nutricional Alimentos y Bebidas, MinSalud, FAO. (Marzo de 2013). Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf>
- Urbina Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hil Educación.
- Valera, R. (2008). *Innovación Empresarial*. Bogota: Pearson Educacion Colombia.
- Valera, R. (2008). *Innovación Empresarial*. Bogotá: Pearson Educación Colombia.
- Zuares Daza, A. d. (2018). *Emprendimiento Innovador en Colombia*. Colombia: Universidad de Los Andes.