	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(166)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	EDDY PAOLA AMAYA CARRASCAL KARINA CARREÑO RANGEL
FACULTAD	DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURIA PUBLICA
DIRECTOR	Mag. MAURICIO RODRIGO ALVAREZ CASALLAS
TÍTULO DE LA TESIS	IMPACTO ECONOMICO DEL SECTOR INFORMAL EN LA INDUSTRIA PANIFICADORA DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE TRABAJO DE GRADO TIENE COMO PROPOSITO DETERMINAR EL IMPACTO QUE GENERA LA INFORMALIDAD EN EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA PANIFICADORA DE LA CIUDAD DE OCAÑA, CON EL FIN DE ANALIZAR EL EFECTO NEGATIVO QUE TIENE LA INFORMALIDAD EN LAS PANADERÍAS Y QUE SE HA VISTO REFLEJADO EN EL EVIDENTE ESTANCAMIENTO QUE PRESENTA DICHA INDUSTRIA, POR ELLO SE DESARROLLO UN MODELO DE NEGOCIO QUE ENCAMINE A LAS PANADERÍAS INFORMALES HACIA LA FORMALIZACIÓN.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 165	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
--------------	-----------	----------------	-----------



**IMPACTO ECONÓMICO DEL SECTOR INFORMAL EN LA
INDUSTRIA PANIFICADORA DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE
DE SANTANDER.**

AUTORES

EDDY PAOLA AMAYA CARRASCAL

KARINA CARREÑO RANGEL

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Contador Público**

Director

MAURICIO RODRIGO ÁLVAREZ CASALLAS

Magister en finanzas

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA**

Ocaña, Colombia

Enero, 2021

Índice

Resumen	xii
Introducción.....	xiv
Capítulo 1. Impacto económico del Sector Informal en la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general.	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación	5
1.5 Delimitaciones	8
1.5.1 Geográfica.	8
1.5.2 Temporal.....	8
1.5.3 Conceptual.....	8
1.5.4 Operativas.....	9
Capítulo 2. Marco Referencial	10
2.1 Marco histórico	10
2.1.1 Marco histórico a nivel nacional.	10
2.1.2 Marco histórico a nivel local	12
2.2 Marco Conceptual.....	14
2.2.1 Administración.	14
2.2.2 Contabilidad.....	14
2.2.3 Crecimiento empresarial.....	15
2.2.4 Desarrollo empresarial.....	15
2.2.5 Estados financieros.	15
2.2.6 Expansión.	16
2.2.7 Formalización empresarial.	17
2.2.8 Industria.....	18
2.2.9 Industria Panificadora.....	18
2.2.10 Información financiera.	18
2.2.11 Informalidad empresarial.....	18
2.2.12 Modelos administrativos.	19
2.2.13 Pan	19
2.2.14 Pan ocañero.	19

2.3	Marco teórico	20
2.3.1	Teoría clásica de la administración	20
2.3.2	Teoría de la partida doble	26
2.3.3	Importancia de la contabilidad en una empresa.....	28
2.4	Marco Legal	29
2.4.1	Constitución política.....	30
2.4.2	Leyes.....	30
2.4.3	Decretos.....	32
2.4.4	Otras Normas	34
	Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	34
3.1	Tipos de Investigación	34
3.2	Población y muestra.....	35
3.2.1	Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población. 35	
3.3	Técnicas e instrumentos de recolección de la información	36
3.4	Procesamiento y análisis de la información.....	37
	Capítulo 4. Resultados.....	38
4.1	Realización de un estudio pertinente a través de la aplicación de encuestas a propietarios de panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña seleccionados por medio de una muestra.....	38
4.2	Estructuración de la información contable y financiera de una panadería informal con el fin de conocer su desarrollo y crecimiento económico durante los últimos años en la ciudad de Ocaña.	51
4.2.1	Entrevista realizada al propietario de la panadería Punto Pan, ubicada en el barrio Juan XXIII de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	51
4.2.2	Rubros que utiliza la panadería Punto Pan y estimación de las cifras para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019.....	56
4.2.3	Análisis horizontal a los estados financieros de la panadería Punto Pan de los años 2019, 2018 y 2017.	67
4.3	Análisis de los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, con el fin de evidenciar los efectos que tienen las panaderías informales en su crecimiento económico por no contar con un modelo administrativo y contable en la organización.....	72
4.4	Propuesta de un modelo de negocio a partir de los resultados analizados, evidenciando la estructura que potenciara el sector, encaminado a la formalización y el desarrollo industrial.....	74
4.4.1	Requisitos que debe cumplir una empresa para estar legalmente formalizada en Colombia:	75
4.4.2	Diseño de la misión, visión, objetivos organizacionales, valores corporativos, estructura organizacional y manual de funciones de la empresa panadería Punto Pan. 77	

4.4.3 Propuesta de estrategias para aumentar las ventas y posicionar a la Panadería Punto Pan tanto a nivel local como nacional.	94
4.4.4 Diseño de un sistema de costos y estados financieros formales para la Panadería Punto Pan.	96
Capítulo 5. Conclusiones.....	116
Capítulo 6. Recomendaciones	118
Referencias	119
Apéndices	131

Lista de tablas

Tabla 1 Años de funcionamiento que tienen las panaderías en la ciudad de Ocaña.....	38
Tabla 2 Actualización del registro mercantil ante la cámara de comercio	40
Tabla 3 Uso de la contabilidad para el conocimiento de la situación financiera y económica real.....	41
Tabla 4 Cumplimiento de todos los requisitos para ser formal (Documentos legales, llevar contabilidad y administración).....	42
Tabla 5 Afectación de la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico de las panaderías en el mercado local	43
Tabla 6 Posibilidad de tener crecimiento y desarrollo en el mercado sin contar con contabilidad y administración adecuada	44
Tabla 7 Crecimiento de las panaderías en tamaño y ventas en el mercado local	45
Tabla 8 Factores que han afectado el crecimiento económico de las panaderías	46
Tabla 9 Deseo de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales	48
Tabla 10 Factores que impiden la expansión de los productos de panadería en otros mercados nacionales.....	49
Tabla 11 Balance de apertura.....	56
Tabla 12 Cuenta Caja en cifras anuales	57
Tabla 13 Cuenta Clientes en cifras anuales	58
Tabla 14 Cuenta Inventarios en cifras anuales	58
Tabla 15 Cuenta Propiedad, Planta y Equipo en cifras anuales.....	59
Tabla 16 Cuenta Proveedores en cifras anuales.....	60
Tabla 17 Cuenta Capital Social en cifras anuales	61
Tabla 18 Cuenta Ingresos Operacionales en cifras anuales	61
Tabla 19 Cuenta Ingresos no Operacionales en cifras anuales	62
Tabla 20 Cuenta Gastos con cifras anuales.....	63
Tabla 21 Cuenta Costos en cifras anuales.....	64
Tabla 22 Balance de Comprobación	65
Tabla 23 Estado de Situación Financiera.....	66
Tabla 24 Estados de Resultados.....	67
Tabla 25 Estado de Situación Financiera Comparativo- Análisis horizontal	68
Tabla 26 Estado de Resultados Comparativo - Análisis horizontal.....	70

Tabla 27 Diferencias entre el uso de un modelo administrativo y contable y el detectado en la empresa Panadería Punto Pan	72
Tabla 28 Descripción cargo Gerente.....	86
Tabla 29 Descripción cargo Contador Público	87
Tabla 30 Descripción cargo Jefe de Producción	87
Tabla 31 Descripción cargo Jefe de Mercadeo y Marketing	88
Tabla 32 Descripción cargo Jefe de Recursos Humanos	89
Tabla 33 Descripción cargo Jefe de Investigación y Desarrollo.....	89
Tabla 34 Descripción cargo Auxiliar Contable	90
Tabla 35 Descripción cargo Cajero.....	91
Tabla 36 Descripción cargo Panadero	91
Tabla 37 Descripción cargo Auxiliar de Panadería	92
Tabla 38 Descripción cargo Vendedor	93
Tabla 39 Descripción cargo Publicista	94
Tabla 40 Materia prima utilizada diariamente	97
Tabla 41 Nomina de empleados.....	98
Tabla 42 Mano de Obra Directa utilizada diariamente	99
Tabla 43 División de la Mano de Obra Directa por departamento	99
Tabla 44 Costos Indirectos de Fabricación utilizados diariamente	99
Tabla 45 División de los Costos Indirectos de Fabricación por departamento.....	100
Tabla 46 Informe de costos por departamentos	101
Tabla 47 Hoja de costos de producción diaria	105
Tabla 48 Relación costos de producción anuales	107
Tabla 49 Estados de Costos de Productos Fabricados y Vendidos.....	108
Tabla 50 Balance de comprobación- Modelo formal	109
Tabla 51 Estado de Situación Financiera- Modelo forma	109
Tabla 52 Estado de Resultados- modelo formal	111
Tabla 53 Amortización de un préstamo para inversión	112
Tabla 54 Estado de Resultados con proyecciones	113
Tabla 55 Flujo de caja de la Panadería Punto Pan	114

Lista de figuras

Figura 1. Años de funcionamiento que tienen las panaderías en la ciudad de Ocaña..	39
Figura 2. Actualización del registro mercantil ante la cámara de comercio..	40
Figura 3. Uso de la contabilidad para el conocimiento de la situación financiera y económica real.....	41
Figura 4. Cumplimiento de todos los requisitos para ser formal..	42
Figura 5. Afectación de la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico..	43
Figura 6. Posibilidad de tener crecimiento y desarrollo en el mercado sin contar con contabilidad y administración adecuada..	44
Figura 7. Crecimiento de las panaderías en tamaño y ventas en el mercado local..	45
Figura 8. Factores que han afectado el crecimiento económico de las panaderías.....	47
Figura 9. Deseo de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales.....	48
Figura 10. Factores que impiden la expansión de los productos de panadería en otros mercados nacionales..	50
Figura 11. Crecimiento económico de la Panadería Punto Pan.	71
Figura 12. Estructura Organizacional panadería Punto Pan..	85

Lista de Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a las panaderías de Ocaña, Norte de Santander.....	132
Apéndice B. Entrevista dirigida al propietario de la panadería Punto Pan, ubicada en el barrio Juan XXIII de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander	135
Apéndice C. Lista de panaderías encuestadas.....	136
Apéndice D. Determinación de saldos para las cuentas del modelo informal	139
Apéndice E. Determinación de saldos para las cuentas del modelo formal	145

Resumen

La presente investigación tiene como propósito determinar el impacto que genera la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander; para su ejecución y desarrollo se establecieron los siguientes objetivos específicos: a) Realizar un estudio pertinente a través de la aplicación de encuestas a propietarios de panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña seleccionados por medio de una muestra. b) Estructurar la información contable y financiera de una panadería informal con el fin de conocer su desarrollo y crecimiento económico durante los últimos años en la ciudad de Ocaña. c) Analizar los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, con el fin de evidenciar los efectos que tienen las panaderías informales en su crecimiento económico por no contar con un modelo administrativo y contable en la organización. d) Proponer un modelo de negocio a partir de los resultados analizados, evidenciando la estructura que potenciara el sector, encaminado a la formalización y el desarrollo industrial.

La metodología propuesta en este trabajo de grado es un modelo cuantitativo orientado hacia una investigación de Nivel Descriptiva; los resultados esperados se enmarcan en, a) el diagnóstico del nivel de informalidad de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña; b) la determinación de la información financiera y contable de una panadería informal, para conocer como se ha visto afectado su crecimiento y desarrollo económico; c) la comparación entre una panadería formal e informal, para determinar las ventajas y beneficios de contar con un modelo administrativo y contable y d) el desarrollo de un modelo de negocio con todos los pasos para ser formal y con la parte administrativo y contable definida, para

potenciar el crecimiento y desarrollo económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña.

Introducción

La creación de empresas en la ciudad de Ocaña ha aumentado durante los últimos 10 años, muchas personas deciden emprender para aportar al desarrollo del municipio, pero debido a la falta de control por parte de las autoridades competentes, este crecimiento también viene acompañado de un fenómeno conocido como la informalidad empresarial, el cual se define como un conjunto de empresas que realizan actividades productivas aceptadas por la ley pero que no cumplen con los requisitos legales establecidos para poder desarrollar dicha actividad, siendo este un aspecto negativo en el desarrollo productivo y económico tanto para la ciudad de Ocaña como para las empresas que pertenecen al sector informal. Es necesario aclarar que este fenómeno ha existido en todas las sociedades y épocas del mundo.

Así mismo, la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña no es ajena a este fenómeno, puesto que, a pesar de ser una de las actividades económicas más comunes y rentables en el municipio posee un alto nivel de informalidad, afectando el desarrollo y crecimiento económico a nivel local y nacional de esta industria tan representativa, pues los panaderos ocañeros son reconocidos por la elaboración de un producto de panadería muy demandado entre los locales y extranjeros, este producto recibe el nombre de Pan Ocañero, sin embargo, su expansión a mercados nacionales se ha visto limitada por causa de la falta de proyección de los panaderos que al no llevar contabilidad ni contar con un modelo administrativo no les es posible conocer los recursos con los que realmente disponen para proponerse metas y objetivos que puedan lograr en el futuro.

Por lo tanto, es evidente la necesidad de que las panaderías informales de la ciudad se formalicen, puesto que, al adoptar un modelo administrativo y contable adecuado, les permitirá poseer información real y precisa que les dé la oportunidad de tomar decisiones acertadas que sirvan como vía para tener un crecimiento y desarrollo en el mercado local, así como aumentar las posibilidades de recibir inversión para poder expandir los productos de panadería locales a otros mercados nacionales. Lo anterior provocará que todos los involucrados se vean beneficiados, por un lado los propietarios de las panaderías al tener la posibilidad de manejar correctamente sus operaciones para aumentar sus ingresos y disminuir sus costos y gastos, por otro los entes municipales al recibir mayor flujo de impuestos que son necesarios para invertir en el bienestar de los Ocañeros, y por último, la sociedad se verá beneficiada al ampliarse la oferta laboral con salarios dignos, generando así un impacto positivo en la economía de la ciudad de Ocaña.

En tal sentido, el presente trabajo de grado busco determinar el impacto que genera la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, para el logro de este objetivo se llevó a cabo un estudio descriptivo que permitió analizar e identificar el efecto negativo que tiene la informalidad en las panaderías y que se ha visto reflejado en el evidente estancamiento que presenta dicha industria, por ello se vio la necesidad de desarrollar un modelo administrativo y contable que encamine a las panaderías informales hacia la formalización.

Capítulo 1. Impacto económico del Sector Informal en la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.1 Planteamiento del problema

En las últimas décadas se ha venido evidenciando un fenómeno que afecta a diversos agentes económicos como son las empresas, los trabajadores y el estado, es decir, a toda la sociedad en general. Este problema recibe el nombre de Economía Informal o informalidad el cual se define como aquellas compañías que realizan actividades productivas de bienes y servicios permitidas por la ley pero que no cumplen con los requisitos establecidos por las autoridades competentes.

La Economía Informal ha prosperado en los últimos años de forma considerable, ya que, es muy fácil para las personas pertenecer a ella, puesto que, no existen requisitos sobre los niveles de educación, el capital mínimo o la infraestructura. Lo cierto es que la mayoría de personas no acceden a la Economía Informal por elección sino por la necesidad de sobrevivir y obtener ingresos esenciales a través de la realización de alguna actividad económica. Del mismo modo, este fenómeno también es causado por la falta de conocimiento básico en contabilidad y administración, así como en los trámites y requisitos que se deben cumplir a la hora de crear empresa, algunas empresas solo conocen una parte del proceso y desconocen el resto, además las exigencias y costos que implican formalizarse son muy altas.

Por otro lado, Este flagelo está presente en cualquier lugar del mundo incluso en los países desarrollados, por lo tanto, Colombia no es ajena a esta problemática ya que estudios han demostrado que la economía colombiana es altamente informal, hecho que afecta la productividad total del país.

Según un informe de Fedesarrollo sobre la informalidad empresarial en Colombia se dice que:

Aunque no existe una fuente adecuada para medir la informalidad empresarial en Colombia se estima que el Sector Informal en las principales 24 ciudades del país comprende: el 59% de las firmas, el 37% de los trabajadores y el 33% del producto. Esta alta informalidad es perjudicial para el país en términos de: satisfacción laboral e ingresos percibidos de los trabajadores; menor probabilidad de cumplimiento de la normativa tributaria, sanitaria, ambiental y de calidad; competencia desleal y corrupción, y bajos niveles de productividad. (Fernández, 2018, p.29)

Del mismo modo, si esta situación de la informalidad está afectando a las principales ciudades del país que cuentan con un mayor control por parte de las autoridades, es indudable que afecte en mayor proporción a las ciudades pequeñas y a los municipios que carecen de estos. Es por esta razón, que, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander la informalidad es tan frecuente por parte de los empresarios, que debido al pequeño territorio y a la falta de un seguimiento por parte de las autoridades competentes aprovechan para la creación de establecimientos comerciales que no cumplen con los requisitos impuestos por la ley para estar formalmente constituidas.

Por otra parte, de acuerdo con lo expresado en el Plan de Desarrollo 2016 -2019 de la Alcaldía de Ocaña, (2016) “El 11.5% de los establecimientos se dedican a la industria, el 60.1% al comercio, el 27.3% a servicios y el 1.1% a otra actividad” (p.144), lo que manifiesta que la economía del municipio se sustenta principalmente del Sector Comercial teniendo esta actividad la mayor participación, pero es necesario destacar que la industria aunque presenta un bajo índice dentro del sector económico, se ha convertido en un referente para el desarrollo sostenible de la región, un claro ejemplo de ello es la Industria Panificadora, la cual es una de las más representativas puesto que en los últimos años ha presentado un crecimiento en el mercado.

Además, esta industria es muy solicitada tanto por emprendedores como por consumidores; puesto que, los productos de panadería son indispensables en la canasta familiar, impulsan y generan empleo y progreso al municipio, facilitan el emprendimiento y es un negocio potencialmente rentable. Sin embargo, son muchas las panaderías que no se encuentran legalmente constituidas en la ciudad de Ocaña, pues solo algunas se registran ante la Cámara de Comercio para obtener su registro mercantil pero no cumplen con los demás requisitos establecidos por la ley, otras en cambio abren sus puertas al público sin tener en cuenta ningún requisito, es decir, no poseen registro mercantil, no llevan contabilidad, no realizan aportes a seguridad social, no pagan impuestos, entre otros.

De acuerdo con información suministrada por la Cámara de Comercio de Ocaña “el número de panaderías que se encuentran registradas en el municipio son 135 establecimientos comerciales” (D. Sánchez, comunicación personal, 10 de marzo de 2020) actualmente no

existe una cifra exacta sobre la informalidad de la Industria Panificadora, por ello, se estima que en la ciudad de Ocaña el 30% de las panaderías son formales, correspondiente a la cifra de 135 establecimientos inscritos, siendo entonces el 70% restante panaderías informales, ocupando estas últimas una cifra estimada de 315 establecimientos no inscritos, estos resultados se estiman teniendo en cuenta que Ocaña es una ciudad con un alto nivel de informalidad.

Por lo tanto, es necesario resaltar que las panaderías informales, se ven gravemente afectadas, ya que, por no llevar un orden en su administración, no estar registradas y no llevar una contabilidad adecuada corren el riesgo de: no poder acceder a todos los beneficios y programas financieros que ofrecen las entidades del gobierno para los empresarios, pueden incurrir a sanciones por parte de los organismos encargados de la inspección, vigilancia y control, pueden presentar dificultad en la solicitud de créditos bancarios y al no llevar registros contables no cuentan con información financiera fiable a la hora de tomar decisiones que permitan el crecimiento del negocio y expandirlo a otros mercados.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es el impacto que genera la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Determinar el impacto que genera la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos específicos. Realizar un estudio pertinente a través de la aplicación de encuestas a propietarios de panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña seleccionados por medio de una muestra.

Estructurar la información contable y financiera de una panadería informal con el fin de conocer su desarrollo y crecimiento económico durante los últimos años en la ciudad de Ocaña.

Analizar los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, con el fin de evidenciar los efectos que tienen las panaderías informales en su crecimiento económico por no contar con un modelo administrativo y contable en la organización.

Proponer un modelo de negocio a partir de los resultados analizados, evidenciando la estructura que potenciara el sector, encaminado a la formalización y el desarrollo industrial.

1.4 Justificación

La Industria Panificadora en la ciudad de Ocaña es una de las más representativas, pues a pesar de verse golpeada por diferentes factores como la informalidad, el alto costo de las

materias primas y la variación de la economía, se ha mantenido al pasar del tiempo en el mercado y con un crecimiento constante al ser un negocio rentable que facilita el emprendimiento. Además, esta industria contribuye al reconocimiento de la región en diferentes partes del país por ofrecer productos altamente demandados, sin embargo, los panaderos han tenido dificultades para aprovechar la aceptación de sus productos a nivel regional y nacional, debido a que, dicha industria presenta un alto grado de informalidad, lo que ocasiona que muchas panaderías no cuenten con un modelo administrativo y no lleven contabilidad siendo estas herramientas fundamentales para el buen funcionamiento de toda empresa, puesto que, suministran información financiera necesaria en el proceso de toma de decisiones ya que estas no pueden llevar a cabo sus actividades con éxito, sino cuentan con información verídica y oportuna que los incentive a proyectarse metas para su crecimiento económico y desarrollo industrial en el mercado nacional y así ser reconocidos por su excelente producto.

Por lo tanto, es necesario investigar, el visible estancamiento de esta industria, derivado de la alta informalidad y así evidenciar en qué grado afecta en el crecimiento económico y desarrollo de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, teniendo esta la capacidad de contribuir al reconocimiento del municipio a nivel nacional.

En la ciudad de Ocaña, la informalidad es un fenómeno que cada día va en aumento, motivo por el cual Ocaña se ha convertido en un lugar ideal para la práctica de la informalidad, y cuando se habla de la informalidad dentro de esta industria, no solo se refiere a las panaderías que no cuentan con un registro mercantil o una autorización legal para poder desarrollar su actividad económica, sino que también se refiere a las panaderías que estando debidamente registradas ante la Cámara de Comercio cumpliendo con los requisitos mínimos,

las cuales de igual manera, no se preocupan por tener claro un modelo administrativo y además llevar una contabilidad confiable y estados financieros que demuestren la realidad económica de la empresa. En este sentido, una empresa puede cumplir con todos los requisitos de inscripción establecidos por la ley, pero sino cuenta con un modelo administrativo definido, ni lleva un adecuado manejo de su contabilidad basándose en las Normas de Información Financiera vigentes en Colombia, no se puede considerar como una empresa netamente formal.

Por otro lado, se puede evidenciar también que los panaderos de Ocaña al formalizar su actividad económica, obtendrán una serie de beneficios importantes como son el control y la dirección de sus operaciones que con el tiempo permita un mayor crecimiento económico, así mismo, los panaderos tendrán una mayor posibilidad de expandir sus productos al mercado nacional. Pero no solo ellos serán los beneficiados con la formalización de su actividad, sino que también el municipio en general, ya que este hecho permite que se genere más empleo con mejores condiciones laborales para los trabajadores y se aporte al progreso de la ciudad de Ocaña al contribuir con los tributos que deben ser percibidos por la administración municipal.

A raíz de lo anteriormente expuesto, se logra concluir que es importante estudiar este tipo de dificultades para entender que la informalidad afecta directamente al crecimiento económico y desarrollo de la Industria Panificadora a nivel regional y nacional, por lo tanto, es preciso definir con exactitud el impacto que genera en una empresa el no llevar contabilidad ni tener un modelo administrativo.

De no realizar la presente investigación, no se podrá precisar, la importancia de aplicar modelos administrativos y contables a los emprendimientos de panaderos informales, y los beneficios que esto traería al desarrollo económico de esta industria, con la cual se espera que las panaderías expandan sus operaciones fuera del departamento y crezca como motor industrial del municipio de Ocaña, derivado de las cualidades indiscutibles del pan Ocañero el cual cuenta con reconocimiento nacional por su magnífico sabor y textura.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Geográfica. La presente investigación se desarrollará en Colombia, en el departamento Norte de Santander, en el municipio de Ocaña concentrándose en una muestra tomada de todas las panaderías existentes en la ciudad.

1.5.2 Temporal. Esta investigación será desarrollada en un plazo de cinco (5) meses, los primeros tres (3) meses y medio (1/2) dedicados al diseño y ejecución de la investigación y el otro mes (1) y medio (1/2) dedicados a la elaboración y sustentación de resultados.

1.5.3 Conceptual. El estudio de la informalidad en la Industria Panificadora requiere de un conocimiento y análisis minucioso y detallado de varios conceptos no solo en temas relacionados con la Industria Panificadora sino también en todo lo relacionado con la informalidad empresarial que implica el no llevar contabilidad ni una administración adecuada, sin olvidar que es fundamental profundizar sobre el impacto económico que esto pueda ocasionar. Dentro de los conceptos relevantes se relacionan a continuación:

Administración, Contabilidad, Crecimiento empresarial, Desarrollo empresarial, Estados financieros, Expansión, Formalización empresarial, Industria, Industria panificadora, Información financiera, Informalidad empresarial, Modelos administrativos, Pan, Pan ocañero.

1.5.4 Operativas. La investigación requiere de un estudio que se realizara mediante la aplicación de encuestas a propietarios de panaderías seleccionadas a través de una muestra que permita determinar cómo afecta la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de la industria Panificadora de la ciudad, en esta etapa puede presentarse el obstáculo de que las personas encuestadas no respondan objetivamente o a su vez las respuestas dadas por estos no demuestren los resultados esperados.

A su vez en este estudio, también se requiere estructurar los estados financieros de una panadería ocañera informal para analizarlos y poder determinar si la empresa ha tenido un desarrollo y crecimiento económico a pesar de ser informal o por el contrario se ha visto afectada por este fenómeno, además esto permitirá conocer las consecuencias que tienen las panaderías informales por no contar con un modelo administrativo y contable y en esta etapa puede presentarse el obstáculo de que dicha elaboración y análisis de los estados financieros no se realice con información completa y certera al no contar con registros anteriores y que los resultados no respondan al interrogante propuesto.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Marco histórico a nivel nacional. En Colombia la Industria Panificadora nace en los tiempos de la conquista española a mediados del siglo XVI, gracias a que surgió el mestizaje culinario entre los alimentos consumidos por los indígenas locales y los provenientes de España, pues al reemplazar unos productos por otros, se dio paso a la creación de diversas recetas. El pan blanco es un claro ejemplo de ello, ya que, por petición de los españoles se trajeron de sus tierras semillas de trigo y se sembraron en diferentes regiones del país, dando origen a la producción de la harina y por ende a la creación del pan hasta entonces desconocido por los locales. Los pioneros en tener cultivos de trigo fueron los habitantes de las ciudades de Boyacá y Cundinamarca, en estas regiones, después de algunos años, el pan se convirtió en un alimento esencial en su dieta diaria. Por otro lado, la Industria Panificadora en Colombia a finales del siglo XX presento varios avances, el principal fue el recibir una denominación para el gremio de panadería, ya que, los productos característicos de la industria son preparados a base de harina de trigo, levadura, agua potable y sal común. Además, el hecho de que el trigo como materia prima se hiciera altamente solicitado por los países extranjeros aumento las tasas de los aranceles que beneficiaban al país en ingresos. Así mismo, la instalación de muchos molinos en varias ciudades del país provoco el aumento de panaderías, especialmente en Bogotá y Barranquilla. (Informes sectorial, 2016, p. 3)

Desde entonces la Industria Panificadora se ha convertido en un referente para muchos empresarios colombianos, al punto de tener este negocio un crecimiento considerable en el país. Hoy en día, este sector se encuentra conformado por diversas empresas desde grandes

compañías industriales, medianas y hasta pequeñas empresas o más conocidas como puntos calientes.

Las compañías industriales son aquellas que se encargan de fabricar una gran variedad de productos de panadería y tienen la particularidad de venderlos empacados, por otro lado, están las compañías medianas que son aquellas que poseen su propia marca y tienen un menor alcance en el mercado y por último están las panaderías de punto caliente, estas empresas generalmente se encuentran conformadas por familias, se caracterizan por conquistar en mayor proporción el mercado, sus procesos productivos son más tradicionales y se encargan de abastecer a gente de barrio. (Informes Sectorial, 2016, p. 3)

De acuerdo con Informes Sectorial, (2016):

Bogotá es la ciudad que más panaderías alberga en el país, con cerca de 7.000 puntos, seguido de Cali con 2.165, Medellín 1.532, Barranquilla 565 y Bucaramanga con 466. Con base en estos números, existe una panadería por cada 1.100 habitantes de los estratos sociales 1, 2 y 3, donde se presenta la mayor concentración de población. El pan más consumido en América Latina es el elaborado por los panaderos, es decir, el tipo artesanal. En Colombia esta actividad genera 400.000 empleos directos. (p. 4)

Es frecuente encontrar en diferentes ciudades del país un gran número de panaderías que ofrecen variedad de productos característicos en cada región, lo que demuestra que es un sector importante para la sociedad al producir un alimento fundamental en la canasta familiar, además de aportar a la economía de cada ciudad donde se encuentran establecidas empresas

de este tipo, sin embargo, las panaderías pequeñas ubicadas en barrios de estratos bajos son las más comunes, donde no es raro encontrar establecimientos comerciales que no se encuentren debidamente formalizados, lo cual deja evidenciar que la informalidad del sector panadero ha existido en el país desde el inicio.

2.1.2 Marco histórico a nivel local. La Industria Panificadora en Ocaña es reconocida por un producto en particular más conocido como pan Ocañero, esta famosa receta nació de una bebida, que poco a poco se transformó en una delicia para propios y extranjeros.

La receta del Pan Ocañero surgió en las cocinas de los hogares ocañeros, en donde las amas de casa preparaban numerosas recetas tradicionales, entre ellas, una bebida refrescante llamada Chicha, la cual se preparaba mezclando agua y salvado, luego, esta mezcla la dejaban fermentar entre uno a cinco días para obtener como resultado dicha bebida. Con el paso del tiempo, las amas de casa descubrieron que la masa que resultaba del proceso de fabricación de la chicha se podía utilizar para hacer arepas. Después de realizar varios ensayos, estas mujeres deciden agregarle a la masa, levaduras silvestres que elaboraban los panaderos de la región con harina, azúcar, agua y en algunos casos con panela, una vez la masa estaba lista, la asaron en hornos caseros, logrando de esta forma un nuevo producto llamado pan ocañero. Las amas de casa no tardaron en divulgar la nueva receta que rápidamente fue acogida por los panaderos quienes empezaron a industrializar el proceso de producción, así se fue volviendo famoso este producto hasta llegar a ser reconocido en otras partes del país. (González, 2014, párr.1-4)

Por otro lado, aunque no se conoce a ciencia cierta la fecha exacta, ni el nombre del inventor del pan ocañero, si se sabe que uno de los ingredientes fundamentales en esta receta es el guarapo.

El guarapo es un concentrado elaborado a base de agua, panela y salvado de trigo, que se deja reposar por un tiempo (de un día a otro) y se aplica a la masa después de preparar el pan ocañero, que una vez elaborado se hornea de un día para otro. Cada uno de los panaderos tiene sus secretos, que radica en el punto exacto del sabor de guarapo, la duración de fermentación del mismo; así como el tiempo de reposo antes de hornearlo. Lo único cierto es que el guarapo es fundamental y el clima, la mayoría afirma que si afecta y le agradecen a Dios por estar en esta ciudad bendecida. (Valderrama, 2014, p.7)

Algunos panaderos ocañeros que fueron entrevistados para la revista Al pan pan comentan lo siguiente:

El secreto de este producto está en cada quien, pero de lo único de lo que está seguro es que el guarapo, en su punto ideal, así como el horneado del pan, juegan un papel importante para lograr un sabor diferenciador del pan ocañero. Ocaña es la tierra del pan y, por ello, la competencia es alta. (Castro, 2014, p. 16)

Por otro lado, Vacca, (2014) dice que “Mundial o nacionalmente, Ocaña es la ciudad de Colombia que más pan vende, de aquí se lleva a todo el mundo. Y creo que en todas partes gusta, además no sé daña” (p. 20).

La mayoría de panaderías ocañeras son negocios familiares que aprendieron empíricamente el arte de hacer el pan, actualmente existen muchas panaderías en la ciudad de Ocaña que se sustentan de este negocio potencialmente rentable, pero los panaderos solo se han enfocado en producir y ganar los ingresos necesarios sin tener en cuenta lo indispensable que es para una empresa estar formalizada para expandir sus productos a otros mercados, lo anterior ha provocado que un producto tan famoso como el pan ocañero no tenga la oportunidad de ser exportado a otras ciudades del país donde es altamente demandado.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Administración. “Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales” (Chiavenato, 2004, p. 10).

2.2.2 Contabilidad. Es una ciencia encargada de suministrar información sobre las actividades económicas y financieras de una empresa, a través de técnicas de registro para resumir operaciones económicas de forma continua, ordenada y sistemática, de tal manera que se obtenga información oportuna y veraz, sobre el desenvolvimiento de la empresa de acuerdo a sus objetivos establecidos, con el propósito de conocer el movimiento de las riquezas y sus resultados. (Thompson, 2008, párr. 10)

2.2.3 Crecimiento empresarial. Se refiere al incremento del tamaño en las variables económicas de una empresa como activos netos, ventas, empleados. El crecimiento de la empresa es necesario por diferentes factores:

- El crecimiento en una empresa se traduce como una señal de vitalidad y fuerza.
- Las empresas deben aprender acoplarse a un entorno económico cambiante y altamente competitivo para lograr un crecimiento y desarrollo continuo.
- El crecimiento empresarial es directamente proporcional al incremento de las utilidades que obtiene la empresa para sus dividendos. (Royo, 2014, párr. 2-5).

2.2.4 Desarrollo empresarial. Se entiende como el hecho de que la empresa trabaje en conjunto con el objetivo de fortalecer sus habilidades y destrezas, las cuales, le van a permitir tener un mayor control de los recursos con los que cuenta, desarrollar nuevos productos innovadores, por consiguiente, obtener un crecimiento empresarial representativo. (Hernández, 2016, párr. 8)

2.2.5 Estados financieros. De acuerdo con Sevilla (s.f.) “son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de ésta. En los estados financieros se plasman las actividades económicas que se realizan en la empresa durante un determinado período” (párr. 11).

En el ámbito de las NIIF cuando se habla de los estados financieros nos referimos a: **El estado de situación financiera:** presenta activos, pasivos, (en corrientes y no corrientes) y patrimonio, **el estado de resultado integral:**

presenta el rendimiento financiero del periodo, **el estado de cambios en el patrimonio:** refleja toda la variación en los rubros del patrimonio, así como lo son ganancias o pérdidas, efectos de cambios de políticas y correcciones de errores importes de las inversiones, dividendos y otras, **el estado de flujos de efectivo:** en él se reflejan los cambios que se dieron en un periodo en el efectivo y su equivalente clasificándolo en tres rubros, actividades de operación, de inversión y de financiación, y sus respectivas **notas:** en ellas se encuentran descripciones narrativas o desagregaciones de partidas presentadas, la mayoría de las secciones de este estándar, requieren información a revelar las cuales normalmente están contenidas en las notas. (Aular, M., 2018, párr. 5)

2.2.6 Expansión. Hace referencia a una de las formas de obtener desarrollo empresarial y consiste en incrementar los esfuerzos en las operaciones que realiza normalmente la empresa, teniendo en cuenta el funcionamiento o no del mercado actual. Para hacer mejoras en los productos o servicios ofrecidos se puede recurrir a estrategias de mercadeo como las siguientes:

1. Penetración en el mercado: consiste en la implementación de métodos de marketing para atraer nuevos clientes y así poder aumentar las ventas.
2. Desarrollo de mercado: consiste en la búsqueda de nuevos mercados ya sea en otras ciudades o incluso otros países para obtener una mayor demanda de los productos ofrecidos.

3. Desarrollo de productos: se refiere a la creación de nuevos productos o la mejora de los productos tradicionales para satisfacer una necesidad o facilitar su uso. (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. [BBVA], 2020, párr. 4-6)

2.2.7 Formalización empresarial. La formalización empresarial es comúnmente entendida como la obligación de cumplir una serie de requisitos para el registro de una empresa, pero realmente es el único medio con el que cuenta una empresa para formar parte del mercado y estar activa económica, ambiental y socialmente. Además, una empresa formalizada obtiene muchos beneficios como aumentar sus índices de productividad, acceder al sistema financiero y ser sostenible (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, [Mincomercio], [s.f.], párr.1).

Por otro lado, la sociedad también se ve beneficiada con la formalización empresarial, ya que, permite que más trabajadores sean afiliados a seguridad social, que las normas de protección a los consumidores sean cumplidas y que se obtenga una mayor captación de tributos para el gasto público. Del mismo modo, cuando una empresa es informal tiene repercusiones en la sociedad incluso más graves que las asumidas por los mismos propietarios de empresas, por ejemplo, las empresas legalmente constituidas se ven afectadas con competencia desleal, puesto que, se hacen cargo de gastos extras que las informales no tienen, tales como, el pago de matrícula mercantil, tributos, prestaciones sociales, entre otros. En algunos casos, la evasión a los requisitos legales por parte de las empresas informales puede terminar en acciones ilícitas. (MiPymes, [Mincomercio], [s.f.], párr. 1)

2.2.8 Industria. “Es la actividad económica fundamental de sector secundario, que se encarga de transformar los productos naturales (materias primas) en productos elaborados y semielaborados” (Martínez, J. & Collarte, F., 2016, Párr.1).

2.2.9 Industria Panificadora. El pan es un producto que ha existido desde la antigüedad; con el tiempo se ha modificado la forma de elaborarlo, pero su importancia en la alimentación y las culturas sigue intacta, actualmente el pan es un producto industrializado como la mayoría de alimentos, es decir, su proceso de fabricación hace parte del sector industria y es conocido como Industria Panificadora (Martínez, J. & Collarte, F., 2016, párr.2)

2.2.10 Información financiera. Hace referencia a que cada una de las empresas existentes sin importar la actividad económica que realicen, necesitan tener conocimiento sobre la información que generan, la cual les permitan tener una mejor toma de decisiones, debido a que la falta de esta dificulta desarrollar actividades con éxito, ya que no cuentan con información real y actualizada que les refleje los resultados que tiene la administración durante los periodos establecidos. (Román, [s.f.], como se citó en Gallegos, C., Hernández, V., López, J., López, M. & salinas, J., 2013, P. 6)

2.2.11 Informalidad empresarial. “Definida como las compañías que no cumplen plenamente con la legislación tributaria, laboral, ambiental y comercial, entre otros requisitos, representa una competencia desleal para las formales y afecta a diferentes sectores de la producción.” (EL TIEMPO, 2015, párr.1).

2.2.12 Modelos administrativos. Son una serie de representaciones ya establecidas que la empresa poco a poco va copiando y adaptando de acuerdo a sus necesidades, estas representaciones son también conocidas como técnicas, procesos, modelos y sistemas administrativos, mediante los cuales se maneja a una empresa y que buscan mejorar el aspecto de la organización al punto de crear una identidad que la diferencia de las demás. (Dávila, 2012, diapositiva 2)

2.2.13 Pan. derivado del latín “Panis” con una traducción al español de masa horneada, es un producto elaborado con harina y agua que tiene un proceso de fermentación gracias a la levadura utilizada, este luego de la preparación debe pasar a la cocción para tener un producto final, considerado como un alimento indispensable en la alimentación de las personas y con una gran oferta. El panadero es el encargado de elaborar dicho producto, siendo los griegos los pioneros en el oficio. Al ser un producto altamente consumido y producido en gran parte de la tierra se puede encontrar gran variedad de formas y tipos de panes, destacándose el pan francés. Así mismo se cuenta con variedad de ingredientes para producirlos, como son los cereales, las frutas, entre otros. (DeConceptos.com, [s.f.]

2.2.14 Pan ocaño. Es un producto originalmente creado en la ciudad de Ocaña, de allí su nombre, desde su creación se convirtió en un producto famoso e indispensable en la mesa de los ocaños, ha logrado tomar una posición en el mercado nacional. Se caracteriza por su sabor dulce y amargo, su color blanco y su textura suave, este alimento se encuentra en todas las panaderías de Ocaña, es el más vendido y buscado por locales y extranjeros. (Vive Ocaña, [s.f.]

2.3 Marco teórico

2.3.1 Teoría clásica de la administración. Henri Fayol (1841-1925) fue el autor de la teoría clásica de la administración, nació en Estambul el 29 de julio de 1841 en una familia burguesa y murió en París el 19 de noviembre de 1925. En cuanto a sus estudios, Henri Fayol en el año de 1860 obtuvo su título de ingeniero civil de minas a la edad de 19 años. Después empezó a ejercer su profesión en una compañía prestigiosa del sector de la minería llamada Commentry Fourchambault, aquí fue donde Fayol trabajó toda su vida y gracias a su desempeño lo promovieron dentro de esta empresa. Cuando Fayol tenía 25 años de edad le designaron el cargo de gerente de los yacimientos mineros, más adelante, cuando tenía 47 años, fue nombrado gerente general y permaneció en este puesto por treinta años hasta que entre los años de 1888 y 1918 decide jubilarse. Desde ese momento, el puesto de Henri Fayol pasó a su sucesor y la compañía se encontraba en condiciones bastante favorables y estables. Es importante resaltar que durante los años que Fayol fue gerente de la empresa, su trabajo fue excelente. (Ruiz, s.f., párr. 3-8)

Aportes a la administración. Henri Fayol es conocido por sus aportes al pensamiento administrativo. En el año 1916 publica su libro titulado Administración industrial y general en donde logra plasmar sus ideas relacionadas con la administración. Es el creador de uno de los principales modelos administrativos utilizados en el ámbito empresarial en el que involucra una metodología positivista, basado en observar los hechos, buscar experiencias y generar nuevas reglas. Fayol enfoca su modelo en aspectos fundamentales que se deben tener en cuenta los cuales son: La distribución de las diferentes tareas en la empresa, adopción de un sistema continuo de las actividades de administración que son la planeación, organización,

dirección y control, y el establecimiento de principios que regulen la función administrativa. (Ruiza, M., Fernández, T. & Tamaro, E. 2004, párr. 3-4).

Por otro lado, Fayol establece seis funciones básicas que debe aplicar todo tipo de empresa en su funcionamiento las cuales son:

1. **Funciones técnicas.** Estas funciones son básicas en una empresa, se enfocan en la actividad principal, ya sea la producción de bienes o servicios, más que todo se utilizan en la parte de producción.

2. **Funciones comerciales.** Estas funciones tienen relación con la comercialización de los bienes o servicios, los procesos de compras y ventas que tienen las empresas. Representan una parte importante del proceso pues garantiza una producción eficiente y que los productos que se venden cumplan con satisfacer las necesidades del consumidor.

3. **Funciones financieras.** representan el manejo del capital existente en la compañía, en dónde el administrador se encarga de controlar los recursos y velar porque estos no sean utilizados de forma inadecuada.

4. **Funciones de seguridad.** Son las que se encargan de brindar protección a cada parte de la empresa desde los bienes materiales hasta la parte humana de la misma, brindan un bienestar en cada uno de los aspectos en los que se vea involucrada la empresa.

5. **Funciones contables.** En estas funciones se maneja la parte de costos, inventarios y las estadísticas que se llevan en la empresa, tienen como finalidad lograr un control adecuado sobre todo lo relacionado con los recursos necesarios para la producción y proporcionan un informe continuo sobre el funcionamiento que tiene la empresa.

6. **Funciones administrativas.** Son las que se tienen en cuenta para regular, integrar y controlar las anteriores cinco funciones necesarias. Deben utilizarse de forma eficaz y eficiente para que la empresa se encuentre en condiciones favorables y se pueda controlar en su conjunto. (Martin, 2019, párr. 3-8, a)

Para aclarar lo que son las funciones administrativas, Fayol decide a la acción de administrar otorgarle el siguiente significado:

Planear: Visualizar el futuro y trazar el programa de acción. **Organizar:** Construir las estructuras material y social de la empresa. **Dirigir:** guiar y orientar al personal. **Coordinar:** enlazar, unir y armonizar todos los actos colectivos. **Controlar:** verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas (Cueva, L., Martín, A. & Pérez, J., 2017, párr. 6).

Estos elementos administrativos constituyen el llamado proceso administrativo, que hoy en día es una fórmula universal que puede ser usada en cualquier ámbito empresarial simple o complejo.

Existen 14 principios generales de la administración creados por Henri Fayol, los cuales son universales y aplicables en cualquier empresa u organización, estos principios son:

1. **División del trabajo.** Hace referencia a la separación de funciones que necesita una empresa para la elaboración de un determinado bien o servicio. Esta división se realiza de acuerdo a las características de la actividad como la fuerza, la competencia del trabajo, la particularidad y el origen de cada área. Este principio ayuda a que las actividades de producción sean más competentes.
2. **Autoridad.** En una empresa debe existir una voz de mando que se encargue de dirigir a cada área, siendo esta esencial para que exista un correcto desarrollo del trabajo. Si no hay autoridad, no hay control y, por ende, no van a existir dentro de la empresa procesos que cumplan con la calidad y el tiempo determinado.
3. **Disciplina.** Para el desarrollo eficaz de una administración, no solo se requiere de autoridad, sino que también es necesario tener disciplina a la hora de realizar las actividades que permitan cumplir con cada una de las tareas encomendadas, puesto que de nada sirve tener conocimiento de los procedimientos que se deben hacer, si no se cumplen de la manera adecuada.
4. **Unidad de mando.** Hace referencia a que cada empresa debe establecer una jerarquía que se encargue de controlar los demás cargos, es decir, los trabajadores deben recibir órdenes específicas de un jefe. Al no existir esta división la empresa entra en un conflicto con el cumplimiento del resto de los principios como la disciplina o la autoridad.

5. **Unidad de dirección.** En una empresa cada una de las actividades desarrolladas debe estar entrelazada para poder alcanzar un mismo fin, el cual es cumplir los objetivos y metas empresariales a través de la dirección de un líder.
6. **Subordinación.** Como equipo, en una empresa debe existir una prioridad para el alcance de los objetivos institucionales antes que los personales, es decir, todos los miembros que conforman la empresa deben estar enfocados en el cumplimiento del objetivo empresarial.
7. **Remuneración.** La remuneración es fundamental y esta debe ser adecuada para que los trabajadores se sientan motivados y sean productivos en la realización de sus labores, aparte de los salarios, se puede recompensar al trabajador por sus esfuerzos ya sea con agradecimientos o promociones en la misma empresa.
8. **Centralización.** Es necesario que la autoridad dentro de la empresa se encuentre en equilibrio y sea asignada a los cargos superiores, pero en algunas circunstancias dicha autoridad debe descentralizarse, es decir, delegarse para obtener resultados apropiados, todo depende de las características de la empresa.
9. **Jerarquía.** El organigrama de la empresa debe dejar en claro los diferentes niveles de jerarquía, siendo estos organizados desde los cargos más altos hasta los más bajos.
10. **Orden.** El orden es importante para que las actividades de una empresa se desarrollen correctamente, por ello, cada trabajador debe tener los materiales que necesita en su puesto de trabajo y en el instante que lo requiera.
11. **Equidad.** La relación entre trabajadores debe ser basada en el respeto mutuo sin importar el cargo que ocupen dentro de la empresa, todos merecen ser tratados por igual y con amabilidad en especial por sus superiores.

12. **Estabilidad del personal.** Es conveniente que la división del trabajo sea mantenida por un tiempo adecuado, ya que, rotar al personal muy seguido puede afectar la productividad de la empresa, por otro lado, los empleados pueden sentirse amenazados por tener que adaptarse drásticamente a nuevas responsabilidades.

13. **Iniciativa.** Los empleados en la empresa deben tener la libertad de proponer ideas y que estas sean tenidas en cuenta. También se les debe permitir realizar sus labores con iniciativa propia.

14. **Unión del personal.** El trabajo en equipo es indispensable para alcanzar los objetivos establecidos en la empresa, además, la colaboración y la unión entre trabajadores mejora el ambiente laboral y la productividad. (López, J. [s.f.], Párr. 4- 17)

El proceso administrativo creado originalmente por Fayol, en los últimos años ha recibido algunas modificaciones en lo relacionado a los elementos que lo conforman, según la opinión de algunos autores este puede dividirse en tres, cuatro, cinco o seis fases, hoy en día, la división más utilizada globalmente es la de cuatro etapas, algunos ejemplos son los siguientes:

Para el pensador **George R. Terry**, el proceso administrativo es la esencia de la administración, su pensamiento se basa en que los elementos de este proceso son la planeación, la organización, la ejecución y el control, estos son los elementos que guían a los gerentes a la hora de administrar. Otro autor es **David R. Hampton**, quien define el proceso administrativo como una labor gerencial efectiva, que, si se realiza correctamente, se obtienen una serie de resultados favorecedores para la empresa. Para Hampton el proceso administrativo está conformado por planeación, organización, dirección y control. Por otra parte, **Stephen P. Robbins**, concibe a la administración como un proceso que deben tener en

cuenta los gerentes, el cual consiste en realizar diferentes actividades que se relacionan entre sí para lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos, estas actividades son planeación, organización, dirección y control. (Proceso administrativo, 2014, párr. 14-17)

2.3.2 Teoría de la partida doble. Fray Luca Pacioli (1445 -c. 1514) fue el autor de la Teoría de la partida doble, nació en Borgo, San Sepolcro en una familia humilde. Como era matemático se dedicó toda su vida a enseñar matemáticas en varias ciudades de Italia, incluso llegó a dictar clases en Venecia, Perugia, Florencia, Milán, Bolonia, Roma y Pisa, entre otras ciudades. Pacioli fue uno de los precursores del cálculo de probabilidades e hizo numerosos aportes a la organización y sistematización de la contabilidad, por ello, es conocido con el título de padre de la contabilidad moderna. En su obra *La Suma de aritmética, geometría, proporciones y proporcionalidad*, publicada en 1494, resume los conocimientos matemáticos de su época, además, todo un capítulo del libro es dedicado a explicar el método de la partida doble que ya era popular en Venecia. (Montoya, 2020)

Según Reyes, D. & Salinas, A. (2015), El origen de la contabilidad surgió en el momento en que el hombre siente la necesidad de llevar un orden y control de sus posesiones, ya que, le era imposible valerse solo de su memoria para guardar toda la información necesaria sobre sus actividades económicas. Hasta que, en 1494, Fray Luca Pacioli, introduce los fundamentos de la teoría contable, la cual permite un adecuado manejo y registro de los hechos económicos. Uno de los reconocimientos que se le atribuyen a Pacioli, es el hecho de exponer tan minuciosamente las técnicas que se deben seguir para el tratamiento contable de los rubros, desde entonces estas técnicas son conocidas como la teoría de la partida doble o teoría del cargo y del abono. (pág. 14)

Fray luca Pacioli estableció una serie de principios que han perdurado al pasar del tiempo y que aún siguen vigentes, puesto que, la mayoría de las empresas para realizar el registro de sus actividades o hechos económicos utiliza de algún modo el método de la partida doble.

Para Balmaceda, J. & Bayona, D., (2014) la partida doble, usada como la base principal de la contabilidad actual, define que, siempre que un movimiento se realiza debe representar un débito para la empresa, así como también se debe relacionar un crédito con el mismo valor. Es por esto que, al momento de realizar un asiento contable para el registro de las operaciones, debe existir un resultado igual en la sumatoria de las cuentas debitadas como en las acreditadas.

Así mismo, la teoría de la partida doble le da inicio al conocimiento sobre lo que en realidad se tiene; para realizar los registros contables se deben seguir las siguientes dos reglas:

1. Regla de correlación: Cada registro de deuda que se realice debe tener uno o más registros de pago.
2. Regla de equivalencia: Las cifras correspondientes al registro de deuda deben tener igual suma a las cifras de pago.

Por otro lado, existen algunos principios que se deben tener en cuenta, los cuales son:

- a) Si existe un deudor también debe existir un acreedor y viceversa.
- b) Para cada cuenta deudora debe existir una cuenta o más acreedora con igual valor.
- c) El total correspondiente a la columna del débito siempre debe tener la misma cuantía del total correspondiente a la columna del crédito.

El método de la partida doble se fundamenta a partir de tres perspectivas diferentes:

Natural: se tiene una división de lo que son bienes y derechos que representan beneficios y lo que son las obligaciones contraídas.

Económico: selección, de cada uno de los movimientos que se realizan y que se registran, según la fuente de financiación de la que provengan.

Destino o fin jurídico: debido a que el patrimonio es la unión de los activos que pertenecen a la empresa y las obligaciones que contrae y que recaen ante un titular, se cumple con la regla que dice que para que exista un acreedor debe existir un deudor y de igual sentido debe haber un deudor para un acreedor. (pág. 26)

2.3.3 Importancia de la contabilidad en una empresa. Es necesario resaltar que la contabilidad es importante y necesaria para el buen funcionamiento de cualquier modelo de negocio, puesto que, sin ella es imposible conocer cuánto dinero entra y sale de la empresa, ni se podrá planear para el crecimiento futuro al no contar con información financiera que guíe el camino a seguir.

Según Hernández (2017), la contabilidad es una importante fuente de información para la empresa y al aplicarla genera numerosos aportes en el ámbito empresarial. Gracias a esta ciencia, los dueños de empresas pueden identificar los valores exactos que adeudan y los valores que les deben en el momento que lo necesiten, además, les permite diferenciar los gastos personales de los que generan sus propios negocios, también sirve para alertar sobre los gastos generales y para realizar buenas inversiones, por otro lado, ofrece la oportunidad de identificar en cada producto o servicio los costos de producción, dando a conocer el precio por el cual se deben vender.

Del mismo modo, Toro (2013) citado por Delgado, G. & Gómez, S. (2019), indica que el objetivo fundamental de la contabilidad es brindar a una empresa información veraz que ayude a los diferentes interesados como son los dueños, acreedores, clientes, administradores, gobierno, entre otros a tomar decisiones adecuadas. Esta herramienta es significativa para cada una de las personas que la utiliza, además, está conformada por varias líneas que cubren cada una de las necesidades existentes en cada usuario, por ejemplo, existe la contabilidad financiera, contabilidad fiscal y contabilidad administrativa.

2.4 Marco Legal

El marco legal que rige la formalización empresarial va desde algunas normas, leyes, decretos, estatutos y declaraciones, las cuales van limitando y orientando el actuar de los empresarios.

2.4.1 Constitución política.

2.4.1.1 Artículo 38. “Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad” (Const., 1991, art. 38).

2.4.1.2 Artículo 333. “La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial” (Const., 1991, art. 333).

2.4.2 Leyes.

2.4.2.1 Ley 590 de 2000. “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa” (Ley 590, 2000)

2.4.2.2 Ley 905 de 2004. “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones” (Ley 905, 2004).

2.4.2.3 Ley 1314 de 2009. “Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia” (Ley 1314, 2009).

2.4.2.4 Ley 1429 de 2010. “Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo” (Ley 1429, 2010).

2.4.2.5 Ley 1607 de 2012 – Reforma Tributaria. “Por la cual se expiden normas en materia tributaria y se dictan otras disposiciones” (Ley 1607, 2012).

A partir del año 2013 empezó a regir una nueva reforma tributaria establecida en la ley 1607, que genero cambios en el sistema impositivo colombiano. Dicha reforma, fue creada con el fin de generar empleos y una mayor igualdad para todos, además buscaba incentivar la formalización laboral a través de la reducción de costos que tienen las empresas al momento de contratar nuevos trabajadores. En esta ocasión esta reforma elimino los aportes parafiscales que se hacían al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) así mismo, el aporte que debían hacer los empleadores a la seguridad social para aquellos empleados que no tuvieran sueldos mayores a los diez salarios mínimos. Lo anterior implicó que la cotización de nómina para estos trabajadores se redujera al 13,5%. Quedando los demás aportes intactos tanto de parte del empleador como del trabajador. (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2014, p. 11)

2.4.2.6 Ley 1780 de 2016. “Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones” (Ley 1780, 2016).

Hoy por hoy, la Ley 1780 del 2016 está vigente y tiene como objetivo fomentar en los jóvenes el deseo de trabajar y emprender a través de dos beneficios: el primero consiste en

que los jóvenes no tendrán que pagar por el registro mercantil, ni por su renovación y el segundo consiste en que durante el primer año de afiliación de sus empleados no tendrán que pagar el aporte a cajas de compensación familiar. Para obtener estos beneficios se deben cumplir con las siguientes condiciones: en el primero que las empresas de los jóvenes cuenten con un personal menor o igual a 50 empleados, que sus activos totales sean menor o igual a 5.000 salarios mínimos vigentes y que se encuentre constituida por personas naturales o jurídicas con una edad no superior a los 35 años, en el segundo entran aquellos jóvenes empresarios que continuamente estén aumentando el número de sus trabajadores a través de la afiliación de jóvenes que se encuentren entre un rango de edad de 18 a 28 años. (Vegas, 2017, párr.10)

2.4.3 Decretos.

2.4.3.1 Decreto 410 de 1971. ARTÍCULO 10. COMERCIANTES - CONCEPTO - CALIDAD. “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles” (Decreto 410, 1971, Art. 10).

ARTÍCULO 13. PRESUNCIÓN DE ESTAR EJERCIENDO EL COMERCIO. “Se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio” (Decreto 410, 1971, Art .13).

2.4.3.2 Decreto 3820 de 2008. “Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las Cámaras de Comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones” (Decreto 3820, 2008).

2.4.3.3 Decreto 1879 de 2008. “Por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones” (Decreto 1879, 2008).

2.4.3.4 Decreto 545 de 2011. “Por el cual se reglamentan parcialmente los artículos 5°, 7°, 48 y 50 de la Ley 1429 de 2010” (Decreto 545, 2011).

2.4.3.5 Decreto 4910 de 2011. “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010 y el artículo 616-1 del Estatuto Tributario” (Decreto 4910, 2011).

2.4.3.6 Decreto 2025 de 2011. “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1233 de 2008 y el artículo 63 de la Ley 1429 de 2010” (Decreto 2025, 2011).

2.4.3.7 Decreto 19 de 2012. “Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública” (Decreto 19, 2012).

2.4.3.8 Decreto 489 de 2013. “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010” (Decreto 489, 2013).

2.4.4 Otras Normas

2.4.4.1 Documento CONPES 3956. “con el objetivo de promover mayores niveles de formalidad empresarial en la economía a través de acciones que mejoren la relación beneficio-costos de tener una empresa formal” (CONPES, 2019).

2.4.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. “Pacto por Colombia, pacto por la equidad, reconoce la importancia de este tema y lo incluye como uno de sus tres componentes transversales en el Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad” (Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.,2019).

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipos de Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se desarrolló un modelo cuantitativo, por lo tanto, se analizarán los datos de forma numérica, así mismo el proyecto está orientado hacia una investigación descriptiva que para Arias, F. (2012) “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (P. 34) y esto es lo que se pretende con la presente propuesta determinar los efectos que genera la informalidad en el crecimiento económico y desarrollo del sector panadero de la ciudad de Ocaña con el propósito de proponer un modelo de negocio evidenciando la estructura que potenciara el sector, encaminado a la formalización y el desarrollo industrial.

Producto de lo anterior, la investigación se desarrollará a través de las diferentes etapas programadas en la investigación, para lo cual se tendrá en cuenta como población a las panaderías formales y no formales de la ciudad de Ocaña.

3.2 Población y muestra

La población para el presente trabajo de investigación se encuentra constituida por las Panaderías formales y no formales de la ciudad de Ocaña.

3.2.1 Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población.

Según Carvajal. (2012) citado por Vergel, M., Caicedo, C. (2019):

la fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

FORMULA ESTADÍSTICA

$$n = \frac{z_a^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

En donde

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza, (Z=1.96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada = (0.50)

Q = probabilidad de fracaso = (0.50)

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) =0.08.

(Pág. 44)

Por lo tanto, para hallar la muestra de la presente investigación se realiza el siguiente calculo:

$$n = \frac{z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96_a^2 \times 0,50 \times 0,50}{0,08^2}$$

$$n = 150$$

Se aplicarán 150 encuestas al azar a las diferentes Panaderías formales e informales.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para la recolección de la información, como instrumento, se acudirá a la encuesta, la cual se aplicará al dueño o propietario de cada panadería formal e informal de la ciudad de Ocaña, con el fin de evidenciar en qué grado afecta la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico del sector panadero de la ciudad.

Asimismo, se utilizará la entrevista, la cual estará conformada por preguntas abiertas dirigidas al propietario de una panadería informal para obtener información sobre las actividades contables y financieras que desarrolla la entidad, a fin de preparar los respectivos estados financieros y analizarlos para conocer su desarrollo y crecimiento económico durante los últimos años en la ciudad de Ocaña.

3.4 Procesamiento y análisis de la información

Los datos que se obtendrán mediante la aplicación de la encuesta y la entrevista, serán valorados cuantitativamente a través de tablas, gráficas y la preparación de los estados financieros, una vez analizada dicha información se evidenciara que la informalidad afecta directamente al crecimiento económico y desarrollo del sector panadero a nivel regional y nacional, por ello se realizara el diseño de un modelo de negocio encaminado a la formalización que resalte la importancia de llevar contabilidad y un modelo administrativo permitiendo así el desarrollo y cumplimiento de los objetivos.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Realización de un estudio pertinente a través de la aplicación de encuestas a propietarios de panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña seleccionados por medio de una muestra.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se aplicaron 150 encuestas a panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña, las cuales, se encontraban conformadas por 10 preguntas cerradas con única opción de respuesta, con el fin de identificar de forma oportuna el grado de informalidad de la Industria Panificadora del municipio, el crecimiento que han tenido estas empresas en sus años de funcionamiento y que tan interesados están los panaderos en expandir los productos de panadería a otros mercados nacionales. A continuación, se muestran los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas:

Tabla 1

Años de funcionamiento que tienen las panaderías en la ciudad de Ocaña

Años de funcionamiento de la panadería	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 años	71	47,7%
6 a 10 años	54	35,6%
Mas de 10 años	25	16,8%
Total	150	100%

Nota: la tabla presenta información sobre los años que tienen las panaderías formales e informales en la ciudad de Ocaña. Autores del proyecto.

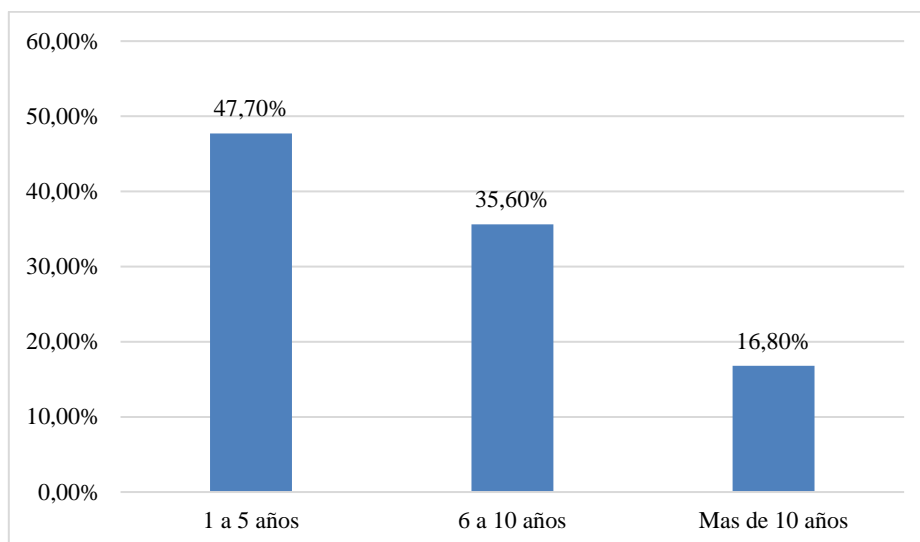


Figura 1. Años de funcionamiento que tienen las panaderías en la ciudad de Ocaña. Autores del proyecto.

Como puede observarse en la gráfica, de las 150 encuestas realizadas a las panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se puede evidenciar que el 47,7% de las panaderías tienen un tiempo de funcionamiento de 1 a 5 años. Así mismo, el 35,6% lleva funcionando entre 6 a 10 años en la ciudad, mientras que el restante de la población con un 16,8% cuenta con más de 10 años de funcionamiento.

Lo anterior demuestra que durante los últimos 5 años ha existido un incremento en la creación de panaderías en la ciudad de Ocaña, sin embargo, aquellas panaderías que se encuentran entre un rango de 6 a 10 años y más de 10 años de funcionamiento son las más reconocidas por la comunidad ocañera, gracias a sus años de antigüedad.

Tabla 2

Actualización del registro mercantil ante la cámara de comercio

Actualización registro mercantil	Frecuencia	Porcentaje
Si, esta actualizado	61	40,7%
No, aun no lo actualiza	38	25,3%
No cuenta con registro mercantil	51	34%
Total	150	100%

Nota. La tabla contiene información sobre el cumplimiento de las panaderías con el requisito de actualizar el registro mercantil ante la cámara de comercio de Ocaña. Autores del proyecto.

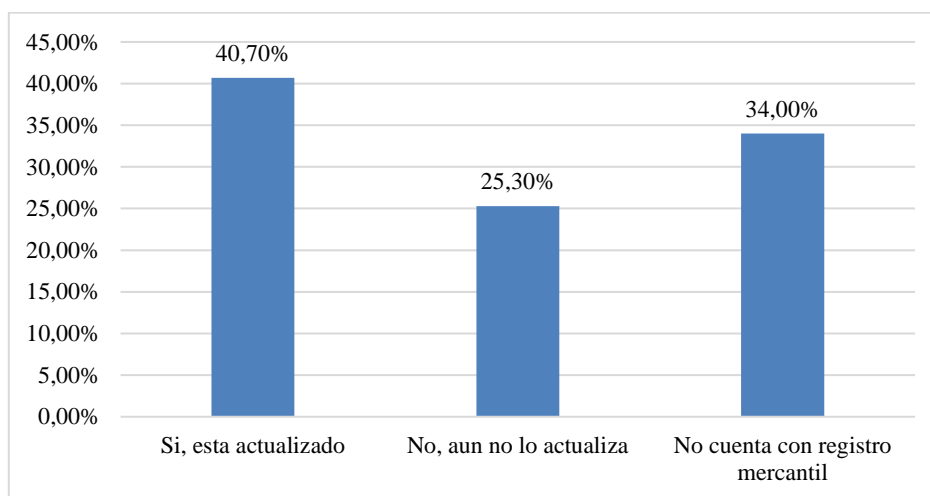


Figura 2. Actualización del registro mercantil ante la cámara de comercio. Autores del proyecto.

De las 150 panaderías ocañeras encuestadas el 40,7% cuenta con el registro mercantil actualizado, por otro lado, el 34% de las panaderías no se encuentran registradas ante la cámara de comercio de Ocaña y por último el 25,3% cuentan con el registro mercantil pero no lo han actualizado.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede evidenciar que en la ciudad de Ocaña existe un mayor porcentaje entre las panaderías que no cuentan con el registro mercantil y las que no lo han actualizado. Por lo general, las panaderías que no cuentan con el registro mercantil son

aquellas que se encuentran ubicadas en los diferentes barrios de estratos bajos de la ciudad, así mismo son las que no cuentan con un nombre o razón social para ser reconocidas por el público, mientras que las panaderías que cuentan con el registro mercantil debidamente actualizado en su mayoría son las que se encuentran ubicadas en zonas céntricas.

Tabla 3

Uso de la contabilidad para el conocimiento de la situación financiera y económica real

Uso de la contabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Si	103	68,7%
No	47	31,3%
Total	150	100%

Nota. La tabla contiene información sobre el porcentaje de panaderías que hacen uso de la contabilidad. Autores del proyecto.

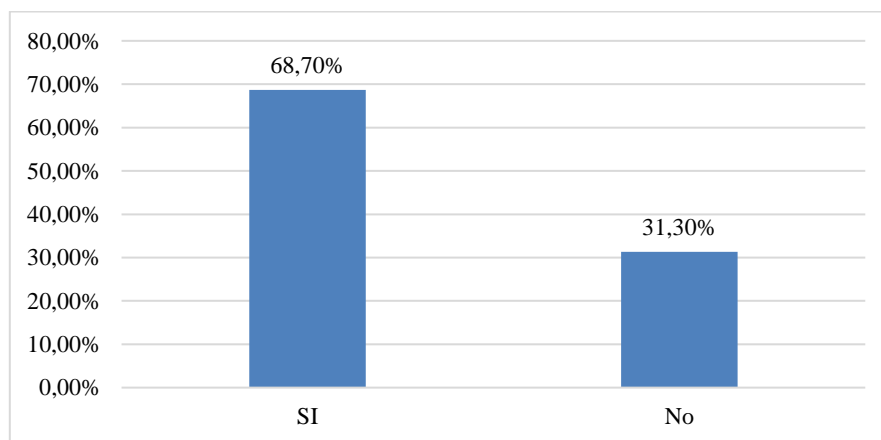


Figura 3. Uso de la contabilidad para el conocimiento de la situación financiera y económica real. Autores del proyecto.

Con base a las encuestas realizadas a las panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña, puede observarse que el 68,7% de las panaderías si hacen uso de herramientas como la contabilidad para conocer su situación financiera y económica real, pues algunas expresan que cuentan con un sistema contable o realizan algún tipo de registro básico sobre sus actividades

diarias, mientras que el 31,3 % de las panaderías no hacen uso de la contabilidad para conocer su situación financiera y económica real.

Tabla 4

Cumplimiento de todos los requisitos para ser formal (Documentos legales, llevar contabilidad y administración)

Cumplimiento de requisitos para ser formal	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	24,7%
No	113	75,3%
Total	150	100%

Nota. La tabla contiene información sobre el cumplimiento de las panaderías con todos los requisitos para considerarse formales. Autores del proyecto.

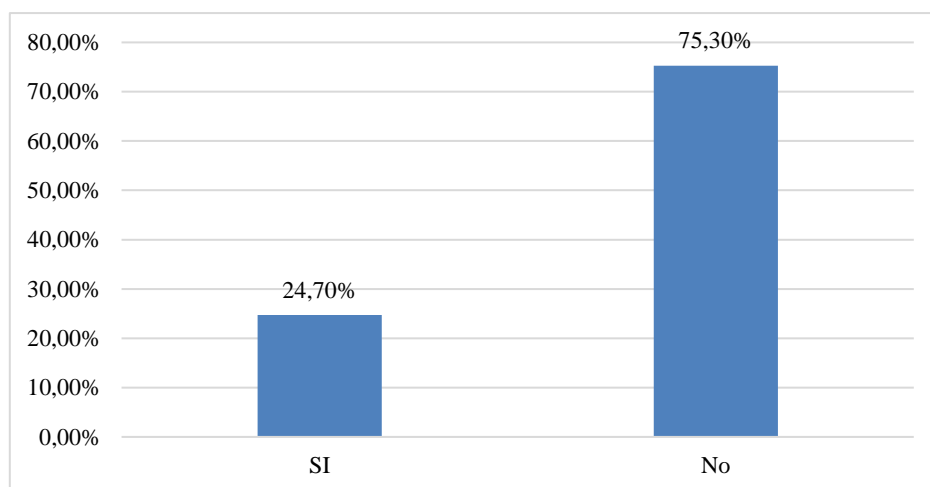


Figura 4. Cumplimiento de todos los requisitos para ser formal. Autores del proyecto.

Como puede evidenciarse en la gráfica, de las 150 encuestas realizadas a las panaderías Ocañeras el 75,3% no cumple con todos los requisitos necesarios para catalogarse como una empresa formal, por otro lado, el 24,7% restante si cumple con todos los requisitos para considerarse una empresa formal.

Lo anterior demuestra que es mayor el porcentaje de panaderías pertenecientes al sector informal de la ciudad de Ocaña, pues, aunque algunas cuentan con su registro mercantil actualizado y llevan contabilidad, no cumplen con los demás requisitos legales para considerarse formal, otras en cambio no cumplen con ningún tipo de requisito.

Tabla 5

Afectación de la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico de las panaderías en el mercado local

Afectación de la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	13,4%
No	98	86,6%
Total	113	100%

Nota. La tabla contiene información sobre la apreciación que tienen las panaderías informales acerca de la afectación que causa la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico. Autores del proyecto.

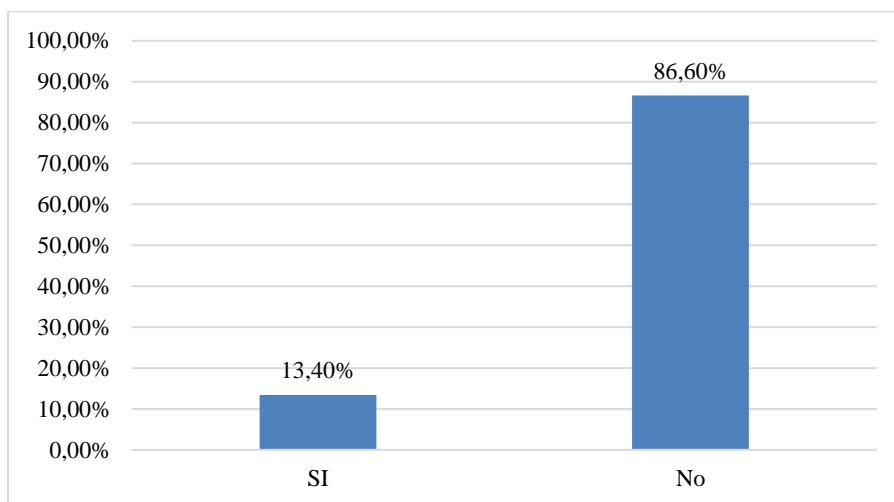


Figura 5. Afectación de la informalidad en el crecimiento y desarrollo económico. Autores del proyecto.

En esta pregunta, solo los encuestados que habían respondido negativamente a la pregunta cuatro, es decir, que se consideraban informales debían responderla, aquellos que habían respondido afirmativamente debían omitirla, por lo tanto, como puede observarse el 86,6% de las panaderías pertenecientes al sector informal de la ciudad de Ocaña, no han visto afectado su

crecimiento y desarrollo económico en el mercado local por ser informales, pues expresan que no consideran necesario formalizarse por no existir actualmente un control y vigilancia por parte de las autoridades competentes, además su nivel de ventas se ha mantenido al transcurrir los años sin importar si son informales. Mientras que el 13,4% si considera que su crecimiento y desarrollo se ha visto afectado en el mercado local por el hecho de ser informales.

Tabla 6

Posibilidad de tener crecimiento y desarrollo en el mercado sin contar con contabilidad y administración adecuada

Posibilidad de crecimiento y desarrollo en el mercado sin contar con contabilidad y administración	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	40%
No	90	60%
Total	150	100%

Nota. La tabla contiene las opiniones de las panaderías sobre la posibilidad que empresas que no llevan contabilidad y administración adecuada tengan un crecimiento y desarrollo en el mercado.

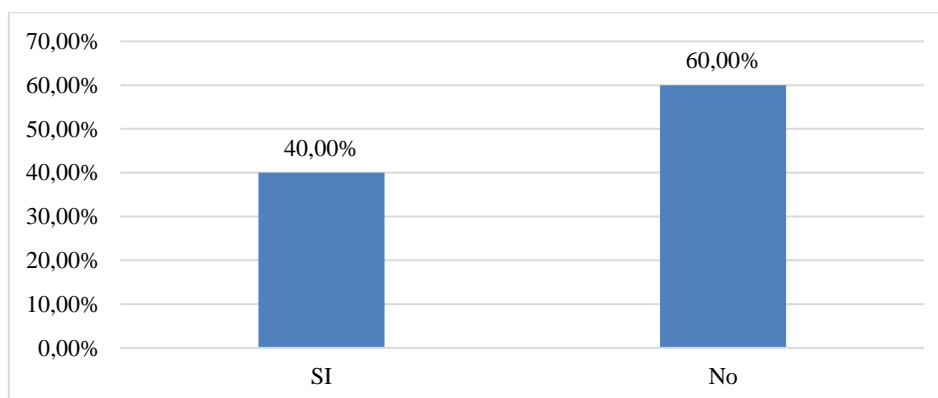


Figura 6. Posibilidad de tener crecimiento y desarrollo en el mercado sin contar con contabilidad y administración adecuada. Autores del proyecto.

De las 150 encuestas realizadas a las panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña, puede observarse que para el 60% de las panaderías no es posible lograr un crecimiento

y desarrollo en el mercado, sino se cuenta con contabilidad y administración adecuada, pues consideran que son dos herramientas fundamentales para saber con qué se cuenta y para donde se dirige una empresa, sin embargo, el 40% de los encuestados consideran que si es posible lograr un buen rendimiento en el mercado sin llevar contabilidad, ni tener una administración adecuada, ya que, expresan que hasta el momento ellos han logrado mantenerse en el mercado aun sin hacer uso de estas dos herramientas.

Tabla 7

Crecimiento de las panaderías en tamaño y ventas en el mercado local

Crecimiento en tamaño y ventas durante el tiempo de funcionamiento de la panadería	Frecuencia	Porcentaje
Si, tuvo un crecimiento, pero de un tiempo para acá sea estancado.	81	54%
Si, ha tenido un crecimiento constante en el mercado.	56	37,3%
No, no ha tenido un crecimiento en el mercado.	13	8,7%
Total	150	100%

Nota. Está tabla recoge información sobre el crecimiento de las panaderías formales e informales en tamaño y ventas en el mercado local durante sus años de funcionamiento. Autores del proyecto.

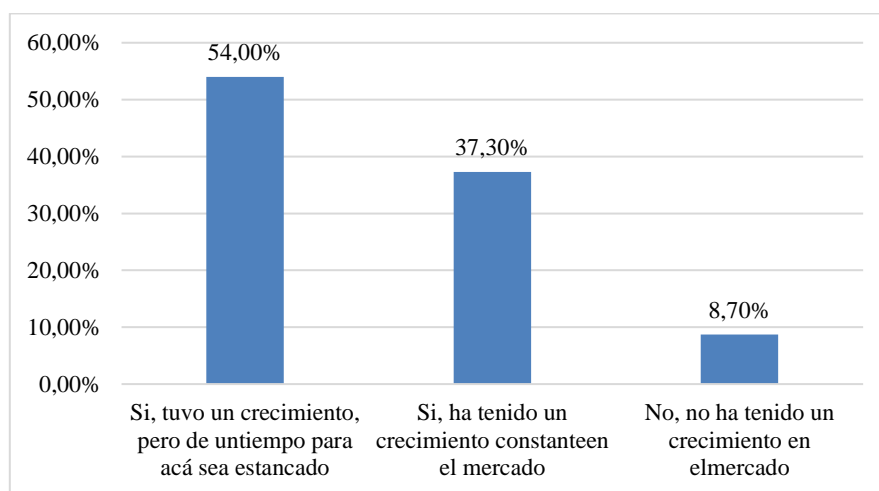


Figura 7. Crecimiento de las panaderías en tamaño y ventas en el mercado local. Autores del proyecto.

En esta pregunta las panaderías encuestadas tuvieron en cuenta su tiempo de funcionamiento en el mercado local y la actual situación causada por el Covid-19 que ha afectado negativamente a la economía mundial.

Con base a las encuestas realizadas a 150 panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña, puede observarse que el 54% de las panaderías durante su tiempo de funcionamiento, si tuvieron un crecimiento pero en los últimos años se han visto estancadas, ya que, cuentan con el mismo nivel de ventas y tamaño de años atrás, algunas expresan que este año han decrecido considerablemente sus ventas principalmente por la reciente pandemia por el Coronavirus la cual causó aislamientos obligatorios en el país, por otro lado, el 37,3% de los encuestados si han tenido un crecimiento constante en el mercado, pues la mayoría expresa que tienen un tiempo menor a 5 años funcionando en el mercado local, lo cual no les permite medir su crecimiento a comparación con otros años. Por último, el 8,7% de las panaderías encuestadas, no han tenido un crecimiento en el mercado local, ya que, consideran que a pesar de contar con varios años de funcionamiento no han logrado aumentar sus ventas, ni su tamaño.

Tabla 8
Factores que han afectado el crecimiento económico de las panaderías

Factores que afectan el crecimiento económico de la panadería	Frecuencia	Porcentaje
Desconocimiento de los recursos con los que actualmente cuenta la empresa para hacer inversión.	1	0,7%
Falta de dinero o demás recursos necesarios.	92	61,3%
No cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones acertadas.	2	1,3%
Todas las anteriores	14	9,3%
Ninguna de las anteriores	41	27,3
Total	150	100%

Nota. La tabla relaciona información sobre los factores que pueden afectar el crecimiento económico de las panaderías de Ocaña. Autores del proyecto.

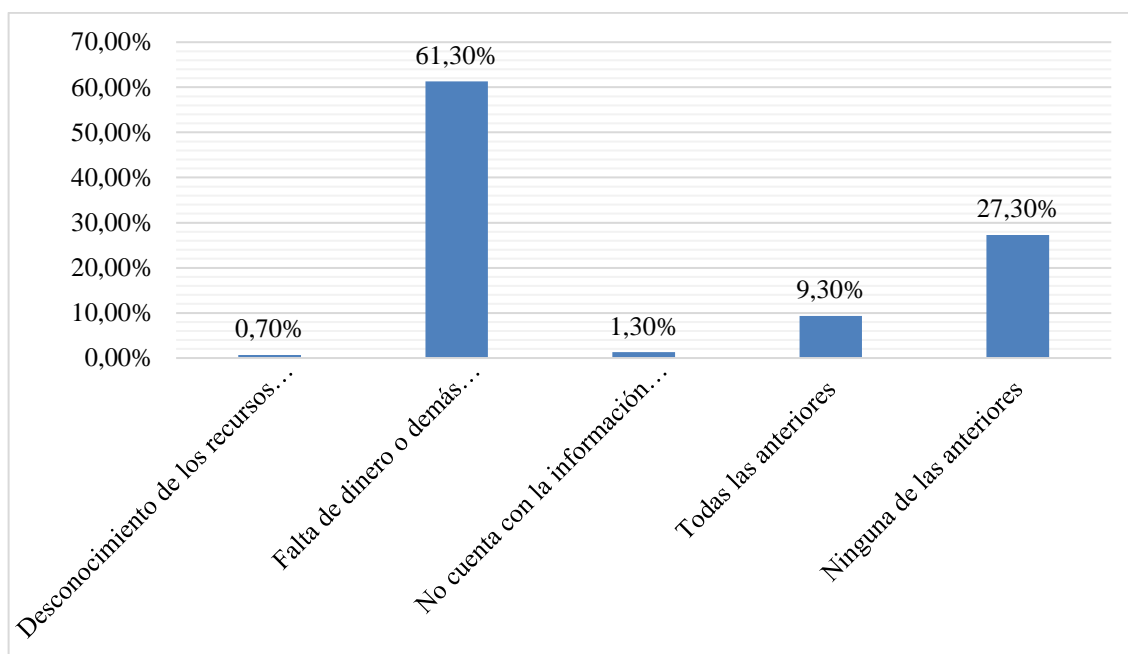


Figura 8. Factores que han afectado el crecimiento económico de las panaderías. Autores del proyecto.

Como puede evidenciarse en la gráfica, de las 150 encuestas realizadas a las panaderías Ocañeras el 61,3% ha visto afectado su crecimiento económico por la falta de dinero o demás recursos necesarios para aumentar su infraestructura y ventas en el mercado local, el 27,3% restante no ha visto afectado su crecimiento económico por ninguno de estos factores, mientras que el 9,3% considera que su crecimiento se ha visto afectado por todos los anteriores factores. Así mismo, un 1,3% considera que se ha visto afectada por la falta de información necesaria para la toma de decisiones, en cambio el 0,7% de los encuestados creen que les afecta más el desconocer los recursos con los que actualmente cuenta la empresa para realizar inversión. Lo anterior deja en evidencia que la mayoría de panaderías de la ciudad han presentado una afectación en su crecimiento y desarrollo económico a través de los años ya sea por alguno de los factores más comunes existentes en la economía local o por no contar con contabilidad y

administración, lo que demuestra la necesidad de encontrar una solución, que permita impulsar el crecimiento económico de la Industria Panificadora de Ocaña.

Tabla 9

Deseo de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales

Deseo de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	42,7%
No	86	57,3%
Total	150	100%

Nota. En la tabla reposa información sobre el deseo que tienen las panaderías de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales. Autores del proyecto.

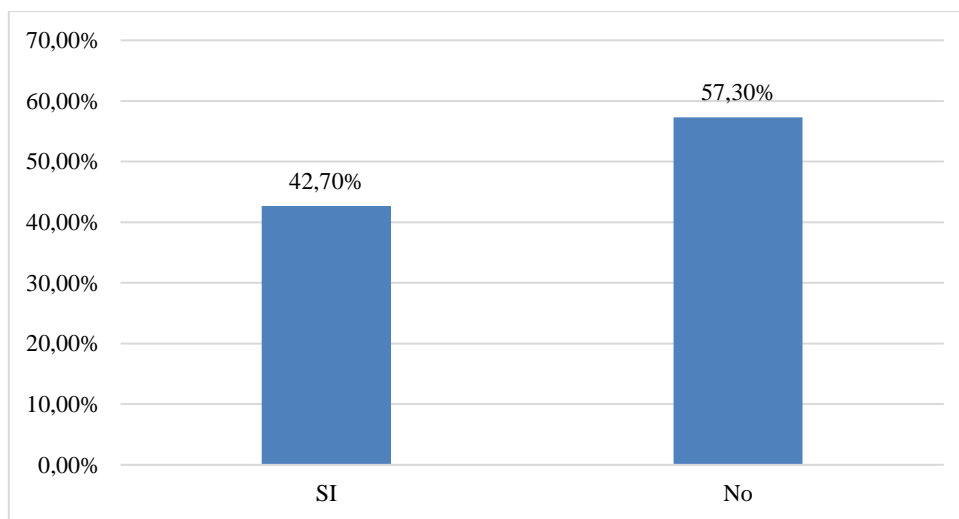


Figura 9. Deseo de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales. Autores del proyecto.

Esta pregunta tiene como finalidad identificar si las panaderías encuestadas tienen pensado expandir los productos de panadería Ocañeros a otras ciudades del país a través de sucursales.

Con base a los resultados puede observarse que el 57,3% de las panaderías encuestadas no ha considerado sacar una línea de productos de panaderías representativos de la ciudad a otros mercados nacionales, mientras que el 42,7% si ha considerado la idea de fabricar dichos productos en otras ciudades del país, dejando en evidencia que aunque la mayoría de panaderías encuestadas no tienen interés en expandir sus productos a otras partes del país, existe una cantidad considerable de panaderías que desean vender en especial el Pan Ocañero en otras ciudades con lo cual se elevara la oferta del producto y el reconocimiento de la región en el resto del país, lo que resultaría beneficiando la Industria Panificadora de Ocaña y a la economía en general.

Tabla 10

Factores que impiden la expansión de los productos de panadería en otros mercados nacionales

Factor que impide la expansión de los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales.	Frecuencia	Porcentaje
Falta de dinero.	30	20%
Condiciones ambientales desfavorables	17	11,3%
Falta de inversionistas interesados en aportar.	69	46%
Todas las anteriores	34	22,7%
Ninguna de las anteriores	0	0%
Total	150	100%

Nota. La tabla muestra la incidencia de los factores que impiden la expansión de los productos de panadería en otros mercados nacionales a pesar de ser reconocidos por su calidad y buen sabor. Autores del proyecto.

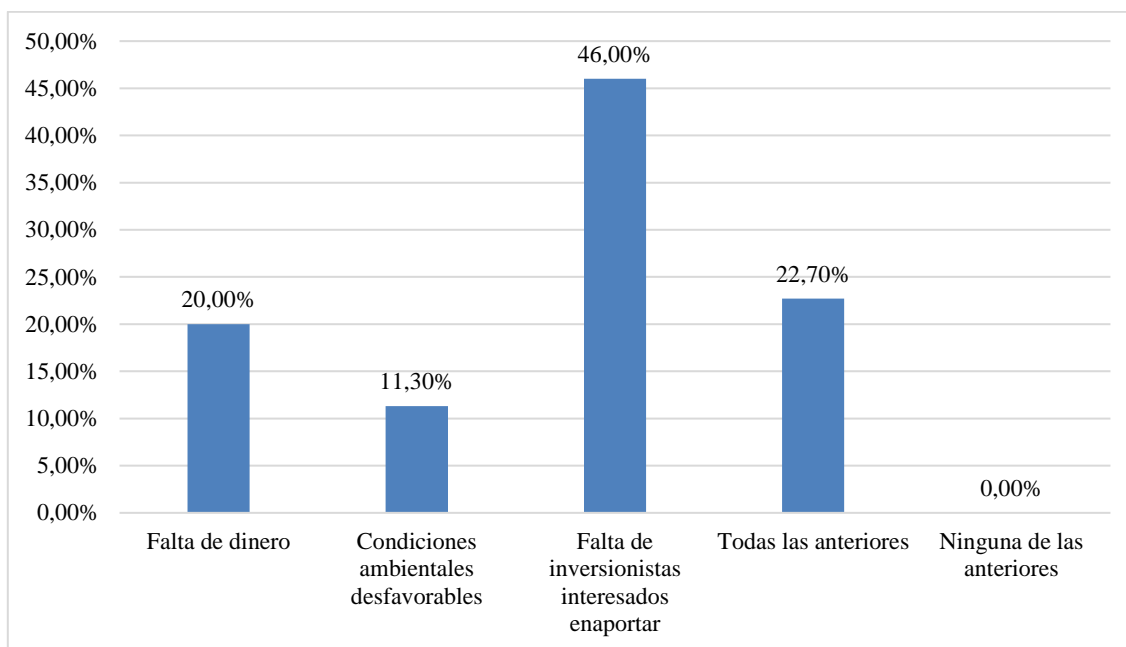


Figura 10. Factores que impiden la expansión de los productos de panadería en otros mercados nacionales. Autores del proyecto.

De las 150 panaderías encuestadas el 46% considera que los productos de panadería ocañeros no han tenido una expansión en otras ciudades del país, principalmente por la falta de inversionistas interesados en aportar, pues expresan que si recibieran ayudas de parte de la alcaldía municipal y demás entidades gubernamentales esto sería posible, para el 22,7% de las panaderías encuestadas creen que todos los anteriores factores son las principales causas por las cuales los productos de panadería locales no han tenido la expansión deseada en otras regiones nacionales a pesar de ser reconocidos por su calidad y buen sabor, por otro lado, el 20% considera que la falta de dinero es la causante de que este logro no sea posible, ya que, es necesario para abrir sucursales en otros mercados nacionales, mientras que el 11,3% de los encuestados creen que las condiciones ambientales no han permitido que el producto más representativo del municipio que es el pan ocañero pueda producirse en otras ciudades del país que cuentan con climas diferentes.

4.2 Estructuración de la información contable y financiera de una panadería informal con el fin de conocer su desarrollo y crecimiento económico durante los últimos años en la ciudad de Ocaña.

La panadería perteneciente al sector informal que se seleccionó para ejecutar este objetivo, fue la panadería Punto Pan, ubicada en la CRA 20A N° 2-05 del barrio Juan XXIII, de la cual es propietario el señor Raúl Carreño quien a través de forma verbal aceptó la propuesta que se le hizo sobre realizar los estados financieros básicos de su empresa, lo anterior se realizó con el propósito de determinar si la empresa tuvo un desarrollo y crecimiento económico a pesar de ser informal o por el contrario se vio afectada por este fenómeno, además esto permitió conocer las consecuencias que tienen las panaderías informales por no contar con un modelo administrativo y contable, para ello, el propietario accedió a suministrar toda la información necesaria para realizar las siguientes actividades:

3.4.1 Entrevista realizada al propietario de la panadería Punto Pan, ubicada en el barrio Juan XXIII de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Con la finalidad de obtener más información sobre la panadería Punto Pan e identificar los rubros que utiliza en los procesos económicos que la empresa lleva a cabo en el desarrollo de su actividad principal, se procedió a realizar una entrevista conformada por 11 preguntas abiertas; las respuestas dadas por el señor Raúl Carreño propietario de la panadería Punto Pan fueron las siguientes:

Tiempo de la panadería en el mercado. El propietario de la panadería Punto Pan afirma que la empresa lleva funcionando en el sector informal de la ciudad de Ocaña 21 años.

Constitución de la panadería. El propietario de la panadería Punto Pan expresa que después de trabajar unos años en panaderías reconocidas de la ciudad, decide en el año 1999 emprender su propia panadería, ya que, en ese momento contaba con la experiencia suficiente sobre la profesión y con algunos recursos propios como un horno y materia prima para iniciar su producción, además, logró adecuar el espacio requerido gracias a recursos económicos adquiridos a través de un crédito en una entidad financiera.

Número de Trabajadores. El señor Raúl Carreño afirma que actualmente la panadería Punto Pan cuenta con cinco trabajadores, los cuales no se encuentran vinculados por ningún tipo de contrato laboral, pero se les paga por día de acuerdo a sus servicios prestados, estos son los siguientes:

- **Raúl Carreño:** aparte de administrar la panadería, se encarga de procesar la masa y de hornear, su horario es de 6:30AM a 5:00PM de lunes a sábado.
- **María Angelina Rangel Pérez:** se encarga de hacer la forma del pan y enlatarlo, su horario es de 6:30AM a 10 AM y de 01:00PM a 3:00PM, los días lunes, martes, miércoles y viernes. Los jueves y sábados cumple un horario de 6:30AM a 10 AM.
- **Alfonso Jiménez:** se encarga de procesar la masa, hacer la forma del pan y enlatarlo, su horario es de 6:30AM a 3:00PM, los días lunes, martes, miércoles y sábados.

- **Yesenia Carreño Rangel:** se encarga de la limpieza del local, de empacar y organizar el pan en las vitrinas, de la atención al cliente y de la caja en un horario de 6:30AM a 1:30PM, los días lunes, jueves y sábados. Los días martes, miércoles y viernes cumple con un horario de 1:00PM a 7:00PM.

- **Lina María Carreño Rangel:** se encarga de la limpieza del local, de empacar y organizar el pan en las vitrinas, de la atención al cliente y de la caja en un horario de 6:30AM a 1:30PM, los días martes, miércoles y viernes. Los días lunes, jueves y sábados cumple con un horario de 1:00PM a 7:00PM.

Relaciones comerciales. El señor Raúl Carreño expresa que las relaciones comerciales que maneja son:

- **Clientes.** sus clientes son principalmente los habitantes del sector de Juan XXIII los cuales deben pagar sus compras a contado, así mismo, cuenta con un ventero que se encarga de distribuir los productos a otras zonas de la ciudad, con este, el convenio es de venta a crédito con plazo de pagos de ocho días.

- **Proveedores.** Cuenta con varios proveedores que se encargan de suministrarle la materia prima necesaria para producir, con los cuales tiene convenios de pago al contado y a crédito.

Propiedad planta y equipo. El propietario de la panadería Punto Pan responde que, si cuenta con la maquinaria y los elementos necesarios para fabricar, aunque por los años de

funcionamiento que tienen son herramientas que están gastadas y desactualizadas. Sin embargo, en el futuro quisiera adquirir mejor maquinaria, pero sin recurrir a créditos.

Determinación del precio de venta. Según el propietario de la panadería Punto Pan, el precio de venta de los productos ofrecidos es determinado dependiendo al precio y la cantidad de materia prima que se utiliza en el momento de elaborar cada producto, También expresa que cuando la materia prima sube de precio, debe optar por disminuir la cantidad de materia prima que le echa a cada producto, esto con el fin de venderlo al mismo precio sin quitarle calidad a sus productos ofrecidos.

Determinación de las cantidades de productos a elaborar. El señor Raúl Carreño afirma que las cantidades de productos a elaborar son determinadas de acuerdo a dos factores, el principal son las cantidades de productos existentes, ya que, una vez tenga conocimiento de que productos de panadería se han terminado, le es más sencillo saber qué cantidad va a producir, el segundo es la experiencia que posee, puesto que, tiene establecidas las medidas y cantidades de materia prima necesarias para producir semanalmente lo suficiente.

Gastos en los que incurre la panadería. El propietario de la panadería Punto Pan expresa que los gastos que genera en el desarrollo de su actividad económica cada mes son: el pago de los servicios públicos como luz y agua, el sueldo de los empleados, el arriendo del local comercial, el gas, los fletes para el transporte de la materia prima hacia el local, el pago de bolsas plásticas para empaquetar y vender y lo que son los gastos ocasionados por las pérdidas de productos dañados.

Ingresos no operacionales: El propietario de la panadería Punto Pan responde que aparte de recibir ingresos por la venta de los productos de panadería que elabora, cuenta con la venta de diferentes productos para acompañar el consumo del pan como bebidas gaseosas y similares, así mismo, vende algunos dulces y lo que son las bolsas de harina, los costales de azúcar y los cartones de huevo. Según el señor Raúl Carreño, aunque es poco lo que recibe de estos últimos, también los considera una fuente de ingresos para el negocio.

Rentabilidad de la panadería. El señor Raúl Carreño afirma que, para conocer la rentabilidad de su empresa, lo que hace es determinar los costos y gastos diarios y al final del día se los resta a los ingresos recibidos por las ventas, él espera que las ventas del día cubran los costos y gastos que tuvo para saber si la empresa está dando buen resultado, pero esta operación solo la realiza diariamente.

Crecimiento de la panadería. El señor Raúl Carreño expresa que su panadería si ha tenido un crecimiento al pasar los años, pero no es el crecimiento que él quisiera, ya que, desde hace 7 años siente que su empresa se ha estancado al permanecer con el mismo rango de ventas, con la misma maquinaria, los mismos trabajadores y los mismos clientes. Su anhelo es tener una mayor acogida del mercado local para aumentar sus ventas.

3.4.2 Rubros que utiliza la panadería Punto Pan y estimación de las cifras para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019.

Una vez se identificaron las cuentas que utiliza la panadería Punto Pan se procedió a estructurar el estado de situación financiera y el estado de resultados para el año 2019, las cifras asignadas a cada rubro se obtuvieron del señor Raúl Carreño, quien tenía conocimiento sobre los dineros que genera su empresa unos diariamente y otros semanalmente, además contaba con algunas facturas que suministraron información relevante. Dichos valores se multiplicaron por las semanas correspondientes y se estimaron para que fueran anuales, debido a que, por ser una panadería informal no cuenta con información contable y financiera real de años anteriores, por otro lado, es necesario resaltar que el tratamiento realizado algunas cuentas de los estados financieros se hicieron de acuerdo a los procesos que actualmente desarrolla el señor Raúl en sus actividades diarias.

Tabla 11
Balance de apertura

PANADERÍA PUNTO PAN		
BALANCE DE APERTURA		
A 1 de enero de 2019		
ACTIVO		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 9.878.516
Propiedad, planta y equipo	\$ 9.878.516	
TOTAL ACTIVO		<u>\$ 9.878.516</u>

Nota. En la tabla reposa información sobre las cifras de apertura de la Panadería Punto Pan para el 01 de enero de 2019. Autores del proyecto.

“Tabla 11” “Continuación”

PASIVO		
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$	- \$ -
TOTAL PASIVO		<u>\$ -</u>
PATRIMONIO		
CAPITAL		\$ 9.878.516
Capital social	\$ 9.878.516	
TOTAL PATRIMONIO		<u>\$ 9.878.516</u>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u><u>\$ 9.878.516</u></u>

Para determinar cuáles fueron los activos, pasivos y patrimonio con los cuales se constituyó la Panadería Punto Pan al momento de iniciar sus operaciones, se realizó una lista de los bienes con los que actualmente cuenta la empresa y se logró identificar que solo posee la Propiedad planta y equipo, ya que, no tiene deudas con terceros, ni cuenta con más bienes, ni ningún otro aporte social.

Tabla 12
Cuenta Caja en cifras anuales

Caja	Entrada	Salida
Ventas operacionales	\$ 239.097.600	
Ventas no operacionales	\$ 13.171.200	
Compras		\$ 101.711.200
Gastos		\$ 60.468.000
Subtotal	\$ 252.268.800	\$ 162.179.200
Total	\$ 90.089.600	

Nota. La tabla contiene información sobre los movimientos realizados en la cuenta de Caja a lo largo del año 2019. Autores del proyecto.

Tabla 13
Cuenta Clientes en cifras anuales

Clientes	Entradas	Salidas
Ventas a Luis Ortiz	\$ 19.200.000	
Pagos de Luis Ortiz		\$ 19.200.000
Subtotal	\$ 19.200.000	\$ 19.200.000
Total	\$ -	

Nota. En la tabla reposa información sobre las cifras que la Panadería Punto Pan recibió de la cuenta Clientes a lo largo del periodo contable. Autores del proyecto.

Tabla 14
Cuenta Inventarios en cifras anuales

Inventario	Inventario inicial	Inventario utilizado/vendido	Inventario final
Materia prima	\$ 89.216.800	\$ 74.097.392	\$ 15.119.408
Productos terminados	\$ 74.097.392	\$ 74.097.392	\$ 0
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 12.494.400	\$ 10.209.760	\$ 2.284.640
Total inventarios			\$ 17.404.048

Nota. La tabla contiene información sobre los movimientos realizados en la cuenta de Inventarios a lo largo del año 2019. Autores del proyecto.

El inventario de la Panadería Punto Pan está conformado por el inventario de materia prima, el cual fue el que se utilizó para elaborar los productos de panadería y el inventario de productos terminados que son los productos de panadería disponibles para la venta, los cuales en el periodo contable se vendieron en su totalidad, también se puede observar que la panadería no cuenta con inventario de productos en proceso, ya que, todos los productos pasan por todas las etapas de producción quedando completado el proceso, además, existe un inventario de mercancías no fabricadas por la empresa que son las bebidas gaseosas y similares que vende la empresa como acompañante. Para determinar los movimientos de cada tipo de inventario se

realizó una tabla para cada uno, donde se describen las cifras semanal, mensual y anual, las tablas se encuentran en anexos.

Tabla 15
Cuenta Propiedad, Planta y Equipo en cifras anuales

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	Cantidad	Costo unitario	Costo
Horno de 12 puestos	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Horno de 2 puestos	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Sobadora	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Picadora	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Bongo	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Estufa	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Mesa de ángulo	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Latero	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Latas hierro	60	\$ 5.000	\$ 300.000
Latas aluminio	40	\$ 10.000	\$ 400.000
Moldes de pudin	100	\$ 500	\$ 50.000
Moldes pan tajado	54	\$ 7.000	\$ 378.000
Moldes de torta	6	\$ 10.000	\$ 60.000
Moldes Mantecada	64	\$ 469	\$ 30.016
Rodillo de madera	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Canastas grandes	17	\$ 14.000	\$ 238.000
Canastas cuadradas	3	\$ 8.000	\$ 24.000
Espátula	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Cuchillo segueta	2	\$ 7.000	\$ 14.000
Hacha	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Rodaja	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Vitrina con 12 canastas	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Vitrina con 8 canastas	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Vitrina cruz 1	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Vitrina cruz 2	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Congelador	1	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000
Rallador	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Molino	1	\$ 40.000	\$ 40.000
Cuchillo eléctrico Oster	1	\$ 60.000	\$ 60.000

Nota. En la tabla se muestra todos los bienes tangibles que conforman la propiedad planta y equipo de la Panadería Punto Pan con su respectivo costo para el año 2019. Autores del proyecto.

“Tabla 15” “Continuación”

Cucharon	1	\$	10.000	\$	10.000
Peso	1	\$	15.000	\$	15.000
Juego de mesa con 4 sillas	1	\$	120.000	\$	120.000
Brochas	4	\$	3.000	\$	12.000
Bandejas metálicas	10	\$	7.000	\$	70.000
Bandejas de pasta	3	\$	4.000	\$	12.000
Raspadoras de Hierro	2	\$	4.500	\$	9.000
Raspadora de plástico	2	\$	500	\$	1.000
Brillas de madera nuevas	3	\$	500	\$	1.500
Brillas de madera viejas	3	\$	500	\$	1.500
Tenedor	1	\$	500	\$	500
1 cajero	1	\$	300.000	\$	300.000
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	398			\$	9.878.516

Para determinar la propiedad planta y equipo de la Panadería Punto Pan se realizó una lista donde se evidencia cada bien tangible que posee la empresa, las cifras correspondientes a cada bien son el costo al cual se compró inicialmente la propiedad, no se realizó la respectiva depreciación porque el señor Raúl Carreño actualmente no tiene en cuenta el desgaste que sufre la propiedad planta y equipo durante sus años de uso.

Tabla 16
Cuenta Proveedores en cifras anuales

Proveedor	Entradas	Salidas
Compras a Distribuciones Manzano	\$ 72.624.000	
Compras a Jesús Angarita	\$ 3.612.000	
Pagos a Distribuciones Manzano		\$ 72.624.000
Pagos a Jesús Angarita		\$ 3.612.000
Subtotal	\$ 76.236.000	\$ 76.236.000
Total	\$ -	

Nota. La tabla contiene información sobre las cifras de las compras realizadas a crédito durante el año 2019.

Tabla 17
Cuenta Capital Social en cifras anuales

Capital social	Entrada	Salida
Activo	\$ 9.878.516	
Pasivo		0
Patrimonio		\$ 9.878.516
Sumas iguales	\$ 9.878.516	\$ 9.878.516

Notas. En la tabla reposa información sobre el valor del patrimonio de la Panadería Punto Pan durante el año 2019.

Tabla 18
Cuenta Ingresos Operacionales en cifras anuales

Producto	Numero de productos	Precio de venta	Venta diaria	Venta semanal	Venta mensual	Venta anual
Tostada	237	\$ 200	\$ 47.400	\$ 284.400	\$ 1.137.600	\$ 13.651.200
Pan de queso	690	\$ 200	\$ 138.000	\$ 828.000	\$ 3.312.000	\$ 39.744.000
Pan Tajado	18	\$ 1.500	\$ 27.000	\$ 162.000	\$ 648.000	\$ 7.776.000
Bola aliñada	90	\$ 200	\$ 18.000	\$ 108.000	\$ 432.000	\$ 5.184.000
Pan relleno	91	\$ 200	\$ 18.200	\$ 109.200	\$ 436.800	\$ 5.241.600
Pan de mantequilla	91	\$ 200	\$ 18.200	\$ 109.200	\$ 436.800	\$ 5.241.600
Donas	106	\$ 200	\$ 21.200	\$ 127.200	\$ 508.800	\$ 6.105.600
Pan de cascarita	169	\$ 200	\$ 33.800	\$ 202.800	\$ 811.200	\$ 9.734.400
Pan Integral	84	\$ 200	\$ 16.800	\$ 100.800	\$ 403.200	\$ 4.838.400
Pastelitos	189	\$ 200	\$ 37.800	\$ 226.800	\$ 907.200	\$ 10.886.400
Pan Ocañero	1828	\$ 200	\$ 365.600	\$ 2.193.600	\$ 8.774.400	\$ 105.292.800
Galleta de patacón	115	\$ 200	\$ 23.000	\$ 138.000	\$ 552.000	\$ 6.624.000
Cucas	176	\$ 200	\$ 35.200	\$ 211.200	\$ 844.800	\$ 10.137.600
Galleta Triangulo	150	\$ 200	\$ 30.000	\$ 180.000	\$ 720.000	\$ 8.640.000
Total ingresos			\$ 830.200	\$ 4.981.200	\$ 19.924.800	\$ 239.097.600

Nota. En la tabla se muestra el listado de productos que elabora la Panadería Punto Pan y sus respectivas ventas, las cuales se realizaron a lo largo del periodo contable y representan los ingresos operacionales.

Los ingresos operacionales son todos los dineros que la empresa recibe por la venta de los productos de la actividad principal, la cual, consiste en la elaboración de productos de panadería, las cifras correspondientes a esta cuenta se obtuvieron teniendo en cuenta que la Panadería Punto

Pan todas las semanas realiza la misma producción y se estima que todos los productos realizados fueron vendidos.

Tabla 19
Cuenta Ingresos no Operacionales en cifras anuales

Ingresos no operacionales	Entradas anuales
Bolsa de harina	\$ 336.000
Sacos de Azúcar	\$ 72.000
Cartones de huevos	\$ 24.000
Bebidas	\$ 12.739.200
Totales	\$ 13.171.200

Nota. La tabla contiene información sobre las cifras que la Panadería Punto Pan recibió por concepto de ingresos no operacionales durante el año 2019. Autores del proyecto.

Los ingresos no operacionales son los dineros que la empresa recibe por la venta de productos que no son de la actividad principal, para el caso de la Panadería Punto Pan en esta cuenta entran las bolsas de harina con un precio unitario de \$700 pesos, los sacos de azúcar con un precio unitario de \$500 pesos y los cartones de huevo a \$50 pesos cada uno, todos estos productos una vez la empresa tiene reunida una gran cantidad realiza la venta correspondiente, también hacen parte de esta cuenta las ventas de las bebidas gaseosas y similares que se realizaron durante el año, en anexos se encuentran las tablas que detallan toda la información anteriormente dicha.

Tabla 20
Cuenta Gastos con cifras anuales

Gasto	Pagos Anuales
Sueldos	\$ 38.880.000
Luz	\$ 1.206.000
Agua	\$ 174.000
Gas	\$ 7.152.000
Arriendo	\$ 7.200.000
Fletes	\$ 2.016.000
Otros gastos	\$ 3.840.000
Total	\$ 60.468.000

Nota. En la tabla reposa información sobre los gastos que la Panadería Punto Pan realizó con sus cifras correspondientes para el año 2019.

Los gastos de la Panadería Punto Pan están conformados por los sueldos de los trabajadores los cuales se dividen en pagos diarios, los servicios públicos que se pagan mensualmente, el arriendo del local que se paga cada mes, los fletes y otros gastos que son las compras mensuales y anuales que realiza la empresa en bolsas plásticas, pitillos, servilletas y vasos plásticos, estos gastos se detallan con más precisión en tres tablas que se encuentran en anexos.

Tabla 21
Cuenta Costos en cifras anuales

Costos	Diario	N° días de producción	Producción semanal	Producción mensual	Producción anual
Tostada	\$ 13.677	3	\$ 41.030	\$ 164.118	\$ 1.969.421
Pan de queso	\$ 36.204,0	6	\$ 217.224	\$ 868.896	\$ 10.426.752
Pan Tajado	\$ 12.443,1	5	\$ 62.215	\$ 248.861	\$ 2.986.336
Bola aliñada	\$ 6.458,8	5	\$ 32.294	\$ 129.176	\$ 1.550.112
Pan relleno	\$ 5.510,3	5	\$ 27.551	\$ 110.206	\$ 1.322.471
Pan de mantequilla	\$ 5.377,1	5	\$ 26.886	\$ 107.542	\$ 1.290.504
Donas	\$ 4.695,4	6	\$ 28.172	\$ 112.690	\$ 1.352.275
Pan de cascarita	\$ 10.396,6	5	\$ 51.983	\$ 207.933	\$ 2.495.192
Pan Integral	\$ 4.732,0	4	\$ 18.928	\$ 75.711	\$ 908.538
Pastelitos	\$ 11.795,8	6	\$ 70.775	\$ 283.098	\$ 3.397.181
Pan Ocañero	\$ 150.348,3	6	\$ 902.090	\$ 3.608.360	\$ 43.300.320
Galleta de patacón	\$ 9.832,6	2	\$ 19.665	\$ 78.661	\$ 943.934
Cucas	\$ 14.847,9	2	\$ 29.696	\$ 118.783	\$ 1.425.398
Galleta Triangulo	\$ 7.593,3	2	\$ 15.187	\$ 60.746	\$ 728.957
Total costos				\$ 6.174.783	\$ 74.097.392

Nota. En la tabla se muestra información sobre los costos que la Panadería Punto Pan tuvo en cuenta durante el año 2019, las cifras representan las cantidades en pesos de materia prima utilizada para cada producto. Autores del proyecto.

Los costos fueron determinados teniendo en cuenta solo la materia prima utilizada en la elaboración de cada producto de panadería, ya que, la Panadería Punto Pan no aplica un sistema de costos para determinar el precio de venta, pero si se realiza un cálculo de la materia prima utilizada para identificar la cantidad que se está invirtiendo en cada producto, como se puede ver en la tabla 21, las cifras representan la materia prima utilizada en cada producto, las cuales, se tomaron diariamente y se multiplicaron por el número de días a la semana que se elabora cada producto y se estimó que todos los meses se produce lo mismo para obtener el valor anual, en anexos se encuentra una tabla para cada producto elaborado que describe la materia prima que se utilizó.

Tabla 22
Balance de Comprobación

PANADERÍA PUNTO PAN			
BALANCE DE COMPROBACIÓN			
A 31 de diciembre de 2019			
Cuenta	Debe	Haber	Saldo final
Caja	\$ 252.268.800	\$ 162.179.200	\$ 90.089.600
Clientes	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios	\$ 101.711.200	\$ 84.307.152	\$ 17.404.048
Propiedad planta y equipo	\$ 9.878.516		\$ 9.878.516
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -
Capital social	\$ -	\$ 9.878.516	-\$ 9.878.516
Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 239.097.600	-\$ 239.097.600
Ingresos no operacionales		\$ 13.171.200	-\$ 13.171.200
Gastos	\$ 60.468.000		\$ 60.468.000
Costos	\$ 84.307.152		\$ 84.307.152
Sumas iguales	\$ 508.633.668	\$ 508.633.668	\$ -

Nota. La tabla representa el balance de comprobación de la Panadería Punto Pan, donde se detalla el movimiento contable de todas las cuentas que se utilizaron durante el año 2019, y con base en este se realizaron los estados financieros. Autores del proyecto.

Tabla 23
Estado de Situación Financiera

PANADERIA PUNTO PAN		
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		
a 31 de diciembre de 2019		
Expresado en pesos colombianos		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo y Equivalente de Efectivo		\$ 90.089.600
Caja	\$ 90.089.600	
Inventarios		\$ 17.404.048
Inventario Materia Prima	\$ 15.119.408	
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 2.284.640	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		<u>\$ 107.493.648</u>
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad, Planta y Equipo		\$ 9.878.516
Propiedad planta y equipo	\$ 9.878.516	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		<u>\$ 9.878.516</u>
TOTAL ACTIVO		<u><u>\$ 117.372.164</u></u>
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		\$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE		<u>\$ -</u>
TOTAL PASIVO		\$ -
PATRIMONIO		
Capital		\$ 9.878.516
Capital social	\$ 9.878.516	
Resultados		\$ 107.493.648
Utilidades del ejercicio	\$ 107.493.648	
TOTAL PATRIMONIO		<u>\$ 117.372.164</u>
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u><u>\$ 117.372.164</u></u>

Nota. La tabla representa el Estado de situación financiera de la Panadería Punto Pan para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019.

Tabla 24
Estados de Resultados

PANADERIA PUNTO PAN		
ESTADO DE RESULTADOS		
a 31 de diciembre de 2019		
Expresado en pesos colombianos		
INGRESOS		
OPERACIONALES		
		\$ 239.097.600
Comercio al por mayor y al por menor	\$ 239.097.600	
(-) Costos de ventas		\$ 84.307.152
Costos productos terminados	\$ 74.097.392	
Costos de mercancías	\$ 10.209.760	
UTILIDAD BRUTA		\$ 154.790.448
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		
		\$ 60.468.000
Gastos de Administración y venta	\$ 60.468.000	
De personal	\$ 38.880.000	
Arrendamientos	\$ 7.200.000	
Servicios	\$ 8.532.000	
Diversos	\$ 5.856.000	
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 94.322.448
Otros ingresos		\$ 13.171.200
UTILIDAD NETA		\$ 107.493.648

Nota. La tabla representa el Estado de resultados de la Panadería Punto Pan para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019.

3.4.3 Análisis horizontal a los estados financieros de la panadería Punto Pan de los años 2019, 2018 y 2017.

Con el fin de conocer el crecimiento y desarrollo económico que tuvo la Panadería Punto Pan durante los últimos años en la ciudad de Ocaña, se procedió a estimar los valores de los años

2018 y 2017 tomando como referencia los valores determinados para el año 2019 y teniendo en cuenta el comportamiento que tuvo la economía del país en estos años, para lograr construir un comparativo y posteriormente realizar un análisis horizontal.

Tabla 25

Estado de Situación Financiera Comparativo- Análisis horizontal

PANADERIA PUNTO PAN					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
a 31 de diciembre de 2019					
Expresado en pesos colombianos					
	2019	2018	2017	Análisis Horizontal	
				2019-2018	2018-2017
Crecimiento de la economía (PIB)		4%	3,50%		
Crecimiento IPC		0,963391137	0,93371869		
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y Equivalente de Efectivo	\$ 90.089.600	\$ 86.624.615	\$ 83.695.281	3,85%	3,38%
Caja	\$ 90.089.600	\$ 86.624.615	\$ 83.695.281	3,85%	3,38%
Deudores	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	0,00%
Clientes	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	0,00%
Inventarios	\$ 17.404.048	\$ 16.766.906	\$ 16.250.485	3,66%	3,08%
Inventario Materia Prima	\$ 15.119.408	\$ 14.565.904	\$ 14.117.274	3,66%	3,08%
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 2.284.640	\$ 2.201.002	\$ 2.133.211	3,66%	3,08%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 107.493.648	\$ 103.391.521	\$ 99.945.765	3,82%	3,33%
ACTIVO NO CORRIENTE					
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 9.878.516	\$ 9.516.875	\$ 9.223.755	3,66%	3,08%
Propiedad planta y equipo	\$ 9.878.516	\$ 9.516.875	\$ 9.223.755	3,66%	3,08%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 9.878.516	\$ 9.516.875	\$ 9.223.755	3,66%	3,08%
TOTAL ACTIVO	\$ 117.372.164	\$ 112.908.396	\$ 109.169.520	3,80%	3,31%
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	0,00%
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	0,00%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	0,00%
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ -	\$ -	0,00%	0,00%

Nota. La tabla contiene información sobre el análisis horizontal realizado al Estado de Situación Financiera de los años 2019, 2018 y 2017. Autores del proyecto.

“Tabla 25” “Continuación”

PATRIMONIO								
Capital	\$	9.878.516	\$	9.792.939	\$	9.923.500	0,87%	-1,33%
Capital social	\$	9.878.516	\$	9.792.939	\$	9.923.500	0,87%	-1,33%
Resultados	\$	107.493.648	\$	103.115.457	\$	99.246.020	4,07%	3,75%
Utilidades del ejercicio	\$	107.493.648	\$	103.115.457	\$	99.246.020	4,07%	3,75%
TOTAL PATRIMONIO	\$	117.372.164	\$	112.908.396	\$	109.169.520	3,80%	3,31%
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$	117.372.164	\$	112.908.396	\$	109.169.520	3,80%	3,31%

Análisis al Estado de situación financiera de la Panadería Punto Pan.

De acuerdo al Total Activo de la empresa se puede evidenciar que el Activo para los años 2019-2018 aumentó en un + 3,80%, mientras que para los años 2018-2017 el Activo aumentó + 3,31%.

De acuerdo al Total Pasivo de la empresa se puede observar que el Pasivo para los años 2019-2018 fue nulo, lo mismo que para los años 2018-2017, lo cual es bueno para la empresa porque no presenta deudas al finalizar los años.

De acuerdo al Total Patrimonio de la empresa se puede determinar que el Patrimonio para los años 2019-2018 aumentó en un + 3,80% por causa de las utilidades del ejercicio que aumentaron en + 4,07% y comparadas con el IPC del año 2019 el cual fue de 3,80% se puede concluir que la empresa creció por que está por encima del IPC. El Patrimonio para los años 2018-2017 aumentó en un + 3,31% gracias a las utilidades del ejercicio que aumentaron en + 3,75% y al comparar este porcentaje con el IPC del año 2018 el cual fue de 3,18% se puede deducir que la empresa creció por que está por encima del porcentaje del IPC.

Tabla 26
Estado de Resultados Comparativo - Análisis horizontal

PANADERIA PUNTO PAN					
ESTADO DE RESULTADOS					
a 31 de diciembre de 2019					
Expresado en pesos colombianos					
	2019	2018	2017	Análisis Horizontal	
				2019- 2018	2018- 2017
Crecimiento de la economía (PIB)		4%	3,50%		
Crecimiento IPC		0,963391137	0,93371869		
INGRESOS					
OPERACIONALES	\$ 239.097.600	\$ 229.901.538	\$ 222.127.090	3,85%	3,38%
Comercio al por mayor y al por menor	\$ 239.097.600	\$ 229.901.538	\$ 222.127.090	3,85%	3,38%
(-) Costos de ventas	\$ 84.307.152	\$ 81.220.763	\$ 78.719.164	3,66%	3,08%
Costos productos terminados	\$ 74.097.392	\$ 71.384.771	\$ 69.186.120	3,66%	3,08%
Costos de mercancías	\$ 10.209.760	\$ 9.835.992	\$ 9.533.044	3,66%	3,08%
UTILIDAD BRUTA	\$ 154.790.448	\$ 148.680.775	\$ 143.407.927	3,95%	3,55%
(-) GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración y venta	\$ 60.468.000	\$ 58.254.335	\$ 56.460.102	3,66%	3,08%
De personal	\$ 38.880.000	\$ 37.456.647	\$ 36.302.983	3,66%	3,08%
Arrendamientos	\$ 7.200.000	\$ 6.936.416	\$ 6.722.775	3,66%	3,08%
Servicios	\$ 8.532.000	\$ 8.219.653	\$ 7.966.488	3,66%	3,08%
Diversos	\$ 5.856.000	\$ 5.641.618	\$ 5.467.857	3,66%	3,08%
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 94.322.448	\$ 90.426.440	\$ 86.947.825	4,13%	3,85%
Otros ingresos	\$ 13.171.200	\$ 12.689.017	\$ 12.298.196	3,66%	3,08%
UTILIDAD NETA	\$ 107.493.648	\$ 103.115.457	\$ 99.246.020	4,07%	3,75%

Nota. La tabla contiene información sobre el análisis horizontal realizado al Estado de Resultados de los años 2019, 2018 y 2017. Autores del proyecto.

Análisis al Estado de resultados de la Panadería Punto Pan.

Teniendo en cuenta los parámetros de crecimiento para una empresa industrial los cuales son los siguientes:

Utilidad operacional entre el 5-10%

Utilidad neta entre el 2-5%

Se puede concluir que la utilidad operacional para los años 2019-2018 de la empresa Panadería Punto Pan fue del + 4,13%, no cumple con los parámetros establecidos. En el caso de los años 2018-2017 la utilidad operacional fue de + 3,85%, por debajo de los parámetros establecidos.

La utilidad neta para los años 2019-2018 de la empresa fue del + 4,07%, si se encuentra dentro de los parámetros, por otro lado, la utilidad neta de los años 2018-2017 fue de + 3,75%, también cumple con los parámetros establecidos.

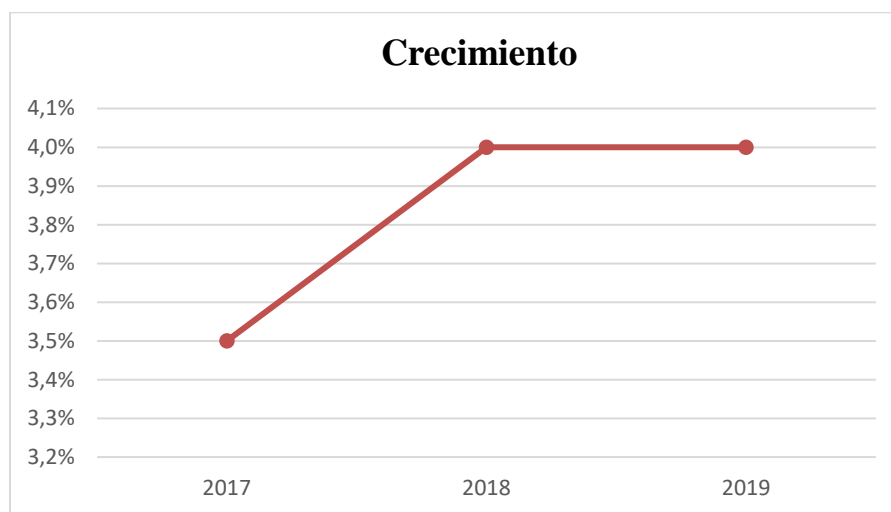


Figura 11. Crecimiento económico de la Panadería Punto Pan. Autores del proyecto.

De acuerdo a la gráfica se puede observar que la Panadería Punto Pan presentó un leve crecimiento durante los años 2017 y 2018, pues aumentó la economía de un 3,5% a un 4%, pero en los años 2018 y 2019 dicho crecimiento se estancó, puesto que, la línea de crecimiento se

mantiene constante en un 4%, debido a que, el movimiento de las cuentas no presenta cambios relevantes, sin embargo, las utilidades han aumentado de un año a otro lo cual es positivo para la empresa.

4.3 Análisis de los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, con el fin de evidenciar los efectos que tienen las panaderías informales en su crecimiento económico por no contar con un modelo administrativo y contable en la organización.

Para analizar los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, se procedió a elaborar un cuadro comparativo donde se detalla una lista de diferencias entre una panadería formal que cuenta con un modelo administrativo y contable y una panadería informal que no cuenta con un modelo administrativo y contable tomando como base la empresa Panadería Punto Pan, lo anterior con el fin de evidenciar los efectos que tiene cada una en su crecimiento económico, así como las ventajas y beneficios de tener dichos modelos.

Tabla 27

Diferencias entre el uso de un modelo administrativo y contable y el detectado en la empresa Panadería Punto Pan

Con Modelo Administrativo y Contable	Sin Modelo Administrativo y Contable
1. Cuenta con una misión, visión y objetivos establecidos que le permiten orientarse y actuar de manera certera para alcanzar un futuro exitoso.	1. No tiene misión, visión, ni objetivos claros que le permitan saber a dónde quiere llegar y cómo actuar para alcanzar un mayor crecimiento.
2. Se determina una estructura organizacional que permite identificar los cargos necesarios y establecer una jerarquía dentro de la empresa, para que exista un mayor orden y efectividad en el desarrollo de las operaciones.	2. No existe una estructura organizacional que establezca los cargos de la empresa y los niveles de jerarquía causando desorden y poca efectividad en el desarrollo de las operaciones.

Nota. En la tabla se describen las diferencias entre una panadería formal que cuenta con un modelo administrativo y contable y el detectado en la Panadería Punto Pan. Autores del proyecto.

“Tabla 27” “Continuación”

<p>3. Existe un manual de funciones donde se establecen las tareas de cada uno de los cargos existentes en la empresa, permitiendo un mayor control sobre las operaciones realizadas evitando la presencia de posibles riesgos o sobrecargos laborales.</p>	<p>3. No existe un manual de funciones que determine las tareas que deben cumplir los empleados, lo que provoca sobrecargos laborales y que no haya un control en el cumplimiento de las funciones.</p>
<p>4. Se determinan los costos de producción mediante la utilización de un sistema de costos determinado.</p>	<p>4. Inexistencia de un sistema de costos que le permita determinar con exactitud la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación utilizados en cada producción.</p>
<p>5. Se efectúa un control permanente sobre los consumos de materia prima y demás costos necesarios, evitando pérdidas.</p>	<p>5. Se producen pérdidas de materia prima y otros costos necesarios y no se contabilizan esas pérdidas.</p>
<p>6. Se determina con certeza el precio unitario y el margen de contribución para cada producto elaborado obteniendo una rentabilidad sobre los costos utilizados.</p>	<p>6. No cuenta con una guía para establecer el precio de venta, siendo este fijado en base a la experiencia y al precio del mercado. Al calcular el costo de esta manera, no se puede determinar cuáles productos generan más utilidad o cuales generan pérdida.</p>
<p>7. Se tiene información sobre el costo de venta real y la rentabilidad de la producción permitiendo una toma de decisiones acertada.</p>	<p>7. No es posible determinar el costo de venta real de la producción realizada y se desconoce la rentabilidad que se puede recibir por su venta.</p>
<p>8. Se hace uso de la contabilidad para llevar un registro de las operaciones que desarrolla la empresa diariamente, permitiendo que exista un orden y control en la parte financiera.</p>	<p>8. No se lleva un registro sobre los hechos económicos realizados, ni se tiene un control en el manejo del dinero. Al no llevar contabilidad no se puede identificar las ganancias o pérdidas obtenidas, ni se pueden salvaguardar los recursos.</p>
<p>9. Se emiten estados financieros que presentan razonablemente la información contable y financiera de la empresa útil para la toma de decisiones.</p>	<p>9. No se elaboran los estados financieros correspondientes a cada periodo contable. Al no contar con información que revele la situación real de la empresa no es posible tomar decisiones acertadas.</p>
<p>10. Se tiene la posibilidad de realizar comparativos con otros periodos contables que permiten conocer el nivel de crecimiento o pérdida de un año a otro.</p>	<p>10. No es posible conocer cuál ha sido su crecimiento económico de un año a otro al no existir informes que le den la posibilidad de comparar sus resultados.</p>
<p>11. Cumple con la reglamentación contable y tributaria vigente en Colombia, lo cual le permite tener un adecuado manejo de sus operaciones y a la vez le da la oportunidad de atraer inversión o pedir préstamos bancarios.</p>	<p>11. No cumple con la normatividad contable y tributaria establecida en Colombia, lo cual le puede ocasionar sanciones legales y obstáculos a la hora de hacer inversión.</p>

A través de la realización de la presente investigación se ha podido establecer las diferencias entre contar con un modelo administrativo y contable y no tener uno como es el caso

de la Panadería Punto Pan, lo cual hace resaltar la necesidad de que las panaderías en especial las informales determinen un modelo de negocio que se divida en la parte administrativa y contable y las dirija hacia la formalización, ya que, dichos modelos brindan la posibilidad de obtener información financiera clara, fiable y comparable, necesaria para una adecuada toma de decisiones y para desarrollar su actividad económica de la mejor manera. También permiten que las panaderías se propongan objetivos y metas claras para alcanzar un mayor crecimiento económico en el futuro.

4.4 Propuesta de un modelo de negocio a partir de los resultados analizados, evidenciando la estructura que potenciara el sector, encaminado a la formalización y el desarrollo industrial.

Para el desarrollo de este objetivo a la Panadería Punto Pan perteneciente al sector informal de la ciudad de Ocaña, la cual, actualmente no se encuentra registrada ante la cámara de comercio de Ocaña, ni cuenta con una administración adecuada, ni lleva contabilidad, se optó por diseñarle un modelo de negocio que se encuentra dividido por la parte administrativa y la contable, con el fin de encaminar a la Panadería Punto Pan hacia la formalización para que pueda aumentar sus fortalezas al punto de obtener un mayor crecimiento y desarrollo económico en el mercado local, así como en otros mercados nacionales a través de la expansión de los productos de panadería más representativos de la ciudad en el futuro.

3.4.4 Requisitos que debe cumplir una empresa para estar legalmente formalizada en Colombia:

1. **Inscripción en el Registro Mercantil (Cámara de Comercio de Ocaña):** Todas las empresas en Colombia deben realizar su respectiva inscripción ante la Cámara de Comercio de la ciudad, para obtener el registro mercantil, el cual permite que haya una constancia de su existencia como comerciante y sea reconocido como tal en la sociedad.
2. **Inscripción de Industria y Comercio (Secretaría de Hacienda de la ciudad de Ocaña):** es obligatorio que las empresas adquieran esta inscripción, porque es un impuesto que se debe pagar al gobierno para contribuir al gasto público a cambio del derecho recibido para mantener un establecimiento abierto al público.
3. **Consulta de Usos del Suelo (Departamento Administrativo, Área Planeación Corporativa y de Ciudad):** es necesario obtener el debido permiso que otorga el Departamento de Planeación de cada ciudad para utilizar un área geográfica, en la cual se pueda desarrollar la actividad económica con una infraestructura adecuada.
4. **Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) y asignación del Número de Identificación Tributaria (NIT) – (DIAN):** Por medio de este trámite se obtiene un certificado que sirve para demostrar que la empresa realiza una actividad comercial lícita, lo cual

le dará confianza ante los terceros con los que tiene relaciones comerciales, laborales y económicas en general.

5. **Proceso sobre las visitas de Inspección, Vigilancia y Control**, así como la solicitud automática de visita por parte de las entidades reguladoras que deben cumplir los establecimientos comerciales para el ejercicio de su actividad económica:

a) **Condiciones Sanitarias y Ambientales (Las Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible – Secretaria de Salud Municipal e Instituto Departamental de Salud):** es importante obtener la aprobación o el aval de las autoridades encargadas del cuidado ambiental, ya que, estas realizan una verificación en la empresa para asegurarse de que la actividad económica que se desarrolla no afecta al medio ambiente y que el lugar cumple con los requisitos de salubridad.

b) **Prevención y Seguridad Industrial (Bomberos– Sec. de Seguridad Ciudadana):** por medio de este trámite se obtiene la aprobación de la oficina del cuerpo de bomberos sobre los implementos de seguridad que debe tener toda empresa para prevenir incendios, accidentes y riesgos en las instalaciones.

c) **Derechos de Autor - Reproducción de Música y Videos (Organización SAYCO – ACINPRO):** Es necesario realizar este proceso y pagar por los derechos de autor

para obtener la autorización de reproducir obras musicales en las instalaciones de la empresa o en la publicidad que se realice.

3.4.5 Diseño de la misión, visión, objetivos organizacionales, valores corporativos, estructura organizacional y manual de funciones de la empresa panadería Punto Pan.

Henri Fayol es reconocido por establecer todo un modelo administrativo eficaz a la hora de administrar una empresa, el cual se basa en tres aspectos fundamentales: la división del trabajo, conocida como las seis funciones básicas de la empresa, el proceso administrativo que se encuentra conformado por cinco etapas y los 14 principios de la administración. Cada uno de estos aspectos fue adoptado en la realización del siguiente modelo administrativo para la Panadería Punto Pan, teniendo en cuenta que con el manual de funciones se cumple la división del trabajo, con el organigrama y los valores corporativos se cumplen los principios de la administración y a través del proceso administrativo se evalúa y controla el cumplimiento de la misión, visión y los objetivos organizacionales, a continuación, se describe cada uno de estos aspectos:

4.4.1.1 Misión.

La misión puede definirse como la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos. En términos generales, la misión de una empresa responde a las siguientes preguntas: para qué existe la organización, cuál es su negocio,

cuáles sus objetivos, cuáles sus clientes, cuáles sus prioridades, cuál su responsabilidad y derechos frente a sus colaboradores, y cuál su responsabilidad social (Bayona, Ramón, 2014, p. 31).

Teniendo en cuenta la anterior definición la siguiente es la misión de la Panadería Punto Pan:

Panadería PUNTO PAN es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos de panadería, comprometida en brindar productos de gran calidad y sabor con un servicio amable y oportuno a la comunidad Ocañera, teniendo como prioridad satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de productos representativos en la región que contribuyen al desarrollo económico de la ciudad de Ocaña.

4.4.1.2 Visión.

La visión corporativa es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La visión no se expresa en términos numéricos, la define la alta dirección de la compañía, debe ser amplia e inspiradora, conocida por todos e integrar al equipo gerencial a su alrededor. Requiere líderes para su definición y para su cabal realización (Bayona, Ramón, 2014, p. 30).

Panadería Punto Pan se proyecta como visión lo siguiente:

Para el año 2026, Panadería PUNTO PAN será una empresa reconocida por su tradición, calidad y servicio a nivel regional y nacional, gracias al compromiso y la gestión de una adecuada infraestructura y ambiente de trabajo, puesto que, buscamos que la expansión de nuestros productos en el mercado sea posible a través de estrategias de marketing que nos permitan llegar a nuevos clientes al punto de fidelizarlos y lograr así posicionarnos como panadería líder que aporte al reconocimiento de la región y a su crecimiento económico.

4.4.1.3 Objetivos Organizacionales:

Los objetivos se pueden definir como los resultados a largo plazo (más de un año) que una organización aspira a lograr a través de su misión básica. Los objetivos son de vital importancia en el éxito de las organizaciones, pues suministran dirección, ayuda en evaluación, crean sinergia, revelan prioridades, permiten coordinación y son esenciales para las actividades de control, motivación, organización y planificación efectivas. Los objetivos deben reunir las siguientes características: Ser medibles, razonables, claros, coherentes y estimulantes (Bayona, Ramón, 2014, p. 30).

De acuerdo a lo anterior, Panadería Punto Pan formula los siguientes objetivos organizacionales, los cuales se clasifican en objetivos de largo plazo, cuyo logro se da en un plazo mayor a 5 años; mediano plazo, que cubren periodos comprendidos entre 1 y 5 años; y por

último los de corto plazo, los cuales corresponden a aquellos objetivos que pueden lograrse en un plazo inferior a un año.

Objetivos a Largo plazo

En los próximos 6 años ser la panadería líder en la ciudad de Ocaña, brindando productos de gran calidad y sabor con un servicio amable y oportuno.

En el futuro expandir a mercados nacionales nuestro producto estrella más conocido como Pan Ocañero, contribuyendo de este modo al reconocimiento de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña.

Objetivos a Mediano plazo.

Obtener la rentabilidad proyectada y mejorar las expectativas futuras con una adecuada dirección de las operaciones y decisiones empresariales.

Generar estrategias de publicidad y marketing que permitan un mayor reconocimiento y ampliación de la oferta en los mercados locales.

Capacitar al personal en busca de mejorar continuamente el servicio ofrecido a nuestros clientes.

Objetivos a Corto plazo.

Mejorar la utilización de los recursos económicos, financieros y humanos con el fin de lograr los resultados esperados.

Mantener una posición competitiva en el mercado local que garantice un mayor crecimiento económico.

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con productos de calidad y un trato amable y respetuoso, logrando ser la primera opción en el mercado local.

Utilizar los canales de comunicación como herramienta para dar a conocer nuestros productos en los diferentes sectores que conforman la ciudad de Ocaña.

Desarrollar estrategias de comercialización a nivel local y nacional para asegurar el crecimiento sostenido de la panadería Punto Pan, y así ser reconocidos en el mercado.

4.4.1.4 Principios o valores corporativos.

Los principios corporativos son el conjunto de valores, creencias, normas, que regulan la vida de una organización. Ellos definen aspectos que son importantes para la organización y que deben ser compartidos por todos. Por tanto, constituyen

la norma de vida corporativa y el soporte de la cultura organizacional (Bayona, Ramón, 2014, p. 30).

A continuación, se anuncian los principios y valores de la Panadería Punto Pan:

Honestidad: es un valor moral fundamental para la empresa al momento de entablar relaciones interpersonales con los trabajadores, independientemente del nivel ocupado, así mismo con los clientes, proveedores y demás grupos de interés implicados, basándonos en la confianza, la sinceridad y el respeto mutuo, no anteponemos nuestras propias necesidades o intereses, sino que nos apoyamos en una conducta caracterizada por la rectitud, la probidad y la honradez.

Integridad: Es la cualidad que nos enmarca en actuar de forma correcta, pertinente y adecuada ante todas las situaciones que se presenten, garantizando el bien individual y colectivo de todo el que haga parte de la organización.

Respeto. Se refiere al trato justo y adecuado otorgado por la empresa hacia los trabajadores y la sociedad en general, aceptando con tolerancia las opiniones, gustos e intereses diferentes a los nuestras, generando un ambiente agradable, sin alterar el bienestar de cada parte relacionada.

Responsabilidad. Es nuestro compromiso obrar con seriedad, en consecuencia, con nuestros deberes y derechos, aportar al desarrollo social, ambiental y económico sostenible, así mismo, buscamos relacionarnos con entidades comprometidas con la sociedad.

Excelencia. Mantener un constante rendimiento que permitan el éxito empresarial en el tiempo, y que refleje el compromiso y deseo de crecimiento organizacional.

Competitividad. Buscamos continuamente la ventaja competitiva que representa a cada uno de nuestros productos y servicios para mantener una diferenciación con los demás y así alcanzar un mayor éxito.

Satisfacción al cliente. Buscamos constantemente la satisfacción de nuestros clientes a través del mejoramiento e innovación de nuestros productos, brindando un servicio amable y oportuno que nos permita alcanzar la perfección para lograr fidelizar a nuestros clientes.

Trabajo en equipo. Contamos con un excelente recurso humano que trabaja en armonía, con amor por lo que hace, altamente capacitado, que realiza exitosamente las labores asignadas y que suma todos los esfuerzos personales para lograr alcanzar la misión y visión empresarial.

4.4.1.5 Organigrama o Estructura Organizacional.

Es fundamental que toda empresa, sin importar su tamaño, cuente con una estructura organizacional que esté diseñada a partir de los objetivos que se desean alcanzar. Además de permitir crecer y ser rentable, esta estructura ayudará a identificar los talentos que necesita la empresa y, así, lograr contar con el personal suficiente para alcanzar los objetivos establecidos y mejorar la eficiencia operativa. ("Estructura organizacional", 2018, Párr. 28-29)

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PANADERIA PUNTO PAN

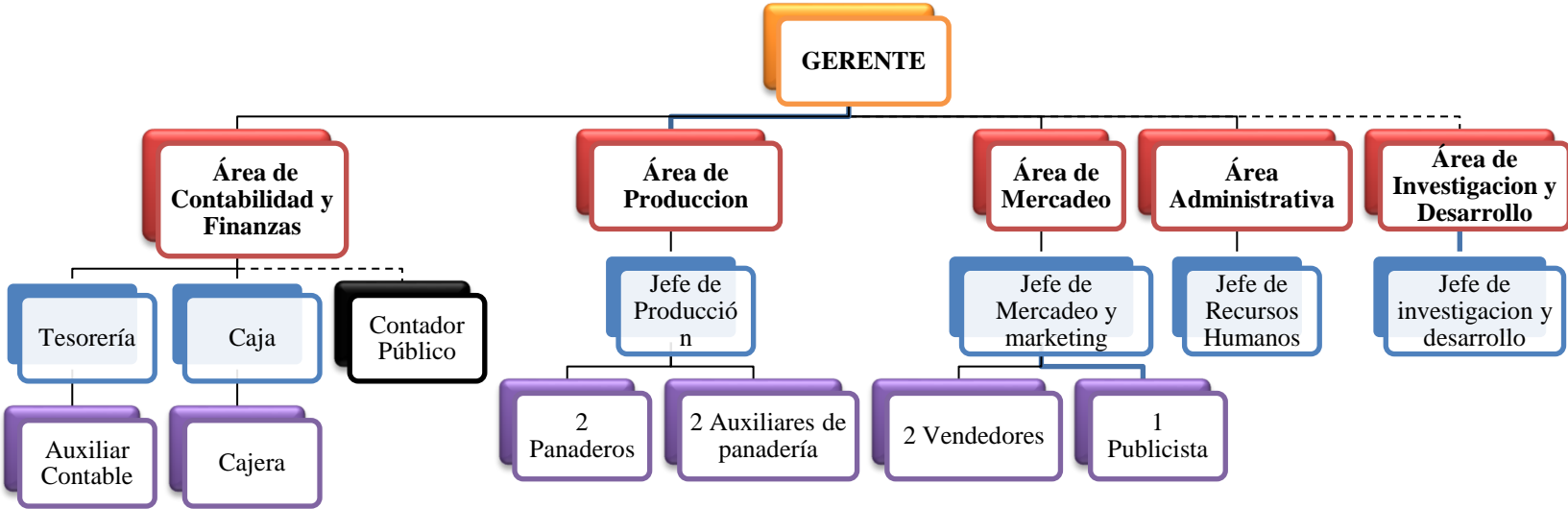


Figura 12. Estructura Organizacional panadería Punto Pan. Autores del proyecto.

4.4.1.6 Manual de Funciones.

Este manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones. (El manual de funciones de la empresa", 2013, párr. 2)

Tabla 28
Descripción cargo Gerente

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Gerente
Jefe Inmediato	No Aplica
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Poseer un espíritu emprendedor, Gestionar el cambio y desarrollo de la organización, Habilidad comunicativa, Liderazgo, Motivación y dirección del personal, Espíritu competitivo, Integridad moral y ética, Capacidad de mando, Estratega, Capacidad de establecer buenas relaciones interpersonales.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y representar legalmente a la empresa. • Planear, organizar, supervisar, coordinar y controlar los procesos que se llevan a cabo dentro de la empresa. • Establecer las normas, reglamentos y políticas generales que regirán a la empresa • Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos y políticas generales de la empresa, así como los establecidos por las entidades de regulación y control. • Tomar decisiones que favorezcan el desarrollo de la empresa y el cumplimiento de los objetivos. • Aprobar el presupuesto necesario para el desarrollo de las actividades empresariales • Programar reuniones y encuentros instalaciones ordinarios y extraordinarios con los miembros de la empresa • Realizar cualquier labor de un empleado ausente o inexistente • Visualizar opciones de inversión y oportunidades de crecimiento empresarial
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Administrador o carreras afines
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo dos años
OTROS REQUISITOS	Conocer el sector panificador

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Gerente. Autores del proyecto.

Tabla 29
Descripción cargo Contador Público

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Contador Público
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona organizada y responsable con integridad moral y ética, Capacidad de presentar e interpretar datos numéricos, Capacidad comunicativa, Habilidad para trabajar en equipo, Manejar adecuadamente las Tic's, Capaz de aconsejar y apoyar a la gerencia.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, gestionar y ejecutar las estrategias económicas y financieras de la empresa. • Formar parte de las decisiones gerenciales, con base a la interpretación de la información contable y financiera. • Elaborar y presentar la información contable y financiera de la empresa. • Identificar los riesgos financieros de la empresa • Administrar y supervisar los sistemas de costos de la empresa • Mantener un presupuesto de gastos y costos empresariales • Actuar con integridad y cumplir con el código de ética profesional • Hacer que la empresa cumpla con las disposiciones tributarias emitidas por el gobierno nacional, departamental y municipal 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Contador Público
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 2 años
OTROS REQUISITOS	Buenas relaciones interpersonales

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Contador Público. Autores del proyecto.

Tabla 30
Descripción cargo Jefe de Producción

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de Producción
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona responsable, organizada, integra con capacidad para dirigir y controlar las actividades operacionales que realiza diariamente la empresa, buscando siempre la eficacia y excelencia.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y organizar las actividades operativas de la empresa. • Mantener un control de inventario de materia prima para la producción. • Controlar que las labores operativas se realicen con eficacia, oportunidad y acordes a lo previsto. 	

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Jefe de Producción. Autores del proyecto.

“Tabla 30” “Continuación”

<ul style="list-style-type: none"> • Orientar las tareas diarias a realizar por los operarios de la empresa. • Reclutar y seleccionar personal temporal de acuerdo a las necesidades de la empresa. • Manejar el stock de inventarios. • Controlar los costos de producción 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Técnico o Tecnólogo en Panadería
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 5 años
OTROS REQUISITOS	Manipulación de alimentos

Tabla 31

Descripción cargo Jefe de Mercadeo y Marketing

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de Mercadeo y marketing
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona con carisma para establecer relaciones interpersonales con habilidad para liderar, con experiencia en marketing, capaz de establecer objetivos de ventas y de llevarlos al cumplimiento al trabajar en equipo.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y presentar estrategias de ventas que lleven a un crecimiento económico a la empresa. • Supervisar las operaciones de ventas diarias en la empresa. • Definir los objetivos de ventas que debe alcanzar cada vendedor individualmente o en grupo. • Aportar en las decisiones de la empresa relacionadas con la comercialización de los productos. • Desarrollar conciencia de marca y lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado local. • Diseñar campañas publicitarias. • Realizar estudios de mercadeo y ventas para ampliar la demanda. 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Tecnólogo en Mercadeo y ventas
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 3 años
OTROS REQUISITOS	No aplica

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Jefe de Mercadeo y Marketing. Autores del proyecto.

Tabla 32
 Descripción cargo Jefe de Recursos Humanos

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de Recursos Humanos
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona respetuosa, tolerante, integra con capacidad para planificar, dirigir y evaluar la operatividad del área, con la destreza para seleccionar el personal adecuado que la empresa necesita para llegar al éxito y capaz de gestionar las compensaciones, beneficios y nóminas de los trabajadores.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar tareas relacionadas con el reclutamiento, capacitación y desempeño de las relaciones laborales de la empresa. • Entregar las liquidaciones de nómina y sueldos a cada empleado • Identificar las circunstancias que generen problemas al personal y suministrar posibles soluciones. • Mantener actualizado la documentación y seguridad social de cada funcionario de la empresa. • Supervisar el cumplimiento de las funciones asignadas a cada empleado de la empresa. • Dirigir y evaluar las actividades del área de RR HH con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales. 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Tecnólogo en Gestión de Recursos Humanos
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 3 años
OTROS REQUISITOS	No Aplica

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Jefe de Recurso Humano. Autores del proyecto.

Tabla 33
 Descripción cargo Jefe de Investigación y Desarrollo

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Jefe de Investigación y Desarrollo
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona capaz de dirigir y coordinar las actividades relacionadas con el análisis y desarrollo de productos en la empresa, Con capacidad de innovar y generar ideas que contribuyan al crecimiento de la empresa.

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Jefe de Investigación y Desarrollo. Autores del proyecto.

“Tabla 33” “Continuación”

FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, dirigir y coordinar las actividades de investigación y desarrollo para crear procedimientos, productos o utilización de materia prima nueva o perfeccionada. • Establecer y gestionar los presupuestos, controlar los gastos y asegurar el uso eficiente de los recursos. • Determinar los objetivos y el calendario de la estrategia de innovación de la empresa. • Gestionar las actividades del personal de investigación y desarrollo contratado por medio del Outsourcing. • Mantener un continuo estudio del mercado y los productos demandados. • Coordinar el desarrollo de proyectos en laboratorios de investigación externos supervisando los plazos, costos y calidad. 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Formación en gestión de proyectos o equipos
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 3 años
OTROS REQUISITOS	No Aplica

Tabla 34

Descripción cargo Auxiliar Contable

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Auxiliar Contable
Jefe Inmediato	Contador Público
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona amable, responsable, honesta con habilidades en las Tic's, con conocimiento en técnicas de archivo, así como en tesorería, tributaria y contabilidad.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar registro de las operaciones diarias de la empresa. • Mantener actualizada la información contable y programas utilizados por la empresa. • Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social. • Realizar el pago de los gastos generados por la empresa. • Archivar documentos soportes. • Atender de manera amable y eficaz las llamadas telefónicas de la empresa. • Realizar las actividades que el jefe inmediato le asigne para cumplir los objetivos del área. 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Técnico en contabilidad o carrera afín al área
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 1 año
OTROS REQUISITOS	Excelente manejo en programas Office.

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Auxiliar Contable. Autores del proyecto.

Tabla 35
Descripción cargo Cajero

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Cajero
Jefe Inmediato	Gerente
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona organizada y capaz de manejar su tiempo eficazmente, con la habilidad de comunicarse claramente, tanto de manera escrita como oral, que demuestra una personalidad amigable con el fin de entablar relaciones duraderas con los clientes y con habilidades en matemáticas básicas.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir pagos y dar el cambio, además de elaborar y entregar facturas. • Realizar cierres y arqueos de caja diarios • Registrar los movimientos de entrada y salida de dinero. • Suministrar al auxiliar contable los movimientos diarios de caja. • Dar respuesta a las inquietudes de los clientes brindando asistencia sobre los procedimientos y políticas de la empresa. • Cumplir con las normas y procedimientos establecidos por la empresa. • Garantizar que su área de trabajo este organizada y limpia en todo momento.
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Bachiller o técnico en contabilidad.
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 1 año
OTROS REQUISITOS	Curso en atención al cliente

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Cajero. Autores del proyecto.

Tabla 36
Descripción cargo Panadero

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Panadero
Jefe Inmediato	Jefe de Producción
Número de Personas en el Cargo	2
Perfil	Persona organizada, hábil con las manos, capaz de trabajar con rapidez y de seguir la normatividad en materia de salud y seguridad, con conocimientos en la utilización de maquinaria de panadería, que se encuentre en buen estado físico y que sea capaz de trabajar tanto solo como en equipo.

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Panadero. Autores del proyecto.

“Tabla 36” “Continuación”

FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Disponer de recursos para la producción diaria. • Preparar la cantidad de productos previamente establecida para la venta diaria con ayuda del auxiliar. • Recibir, controlar, verificar y almacenar las materias primas según lo establecido por la empresa. • Manejar eficazmente las cantidades de materia prima que se ponen a su disposición. • Asegurarse de que los productos queden perfectamente horneados y listos para la venta. • Verificar el buen estado de las materias primas y las existencias necesarias para cumplir con la producción diaria. • Pedir más suministros cuando lo requiera. • Garantizar y reportar al jefe encargado el fiel cumplimiento de los cronogramas de producción diaria. • Verificar que se cumplan las normas de higiene y salubridad. 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Técnico en panadería, repostería y confitería
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 2 años
OTROS REQUISITOS	Certificado en manipulación de alimentos.

Tabla 37

Descripción cargo Auxiliar de Panadería

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Auxiliar de Panadería
Jefe Inmediato	Jefe de Producción
Número de Personas en el Cargo	2
Perfil	Persona diligente, respetuosa, capaz de sujetarse a sus superiores, con conocimiento básico en panadería y horneado, ágil con las manos y capaz de trabajar en equipo.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Mezclar, preparar, enlatar y hornear los productos de panadería. • Mantener el área de trabajo y todos los elementos de panadería limpios y ordenados. • Colaborar al Panadero con las tareas sencillas que este le asigne. • Estar dispuesto a reemplazar al panadero cuando se requiere. • Cumplir con los cronogramas de producción diaria. • Cumplir con las normas de higiene y salubridad 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Bachiller
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 1 año
OTROS REQUISITOS	Conocer el oficio.

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Auxiliar de Panadería. Autores del proyecto.

Tabla 38
 Descripción cargo Vendedor

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Vendedor
Jefe Inmediato	Jefe de Mercadeo y Marketing
Número de Personas en el Cargo	2
Perfil	Persona, amable, entusiasta, paciente, honrada, con la habilidad de generar y cultivar relaciones con los clientes, que tenga facilidad para comunicarse, con buena memoria para recordar los diferentes productos, con la capacidad de comprender lo que en realidad quieren los clientes, que tenga conocimiento de la empresa, de los productos y servicios que se ofrecen y del mercado local.
FUNCIONES	
	<ul style="list-style-type: none"> • Saludar y recibir a los clientes de una manera amistosa, cortés y profesional. • Garantizar la satisfacción del cliente. • Explicar las cualidades y características de los productos. • Organizar las vitrinas de una manera atractiva para los clientes. • Respetar el orden de llegada de los clientes. • Realizar recomendaciones asertivas a los clientes considerando sus necesidades. • Responder a las inquietudes y los reclamos de los clientes. • Esforzarse por vender una gran cantidad de productos de panadería. • Mantener el área de atención a los clientes limpia y organizada. • Respetar las normas y políticas de la empresa.
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Bachiller
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 1 año
OTROS REQUISITOS	Curso de Atención al Cliente.

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Vendedor.
 Autores del proyecto.

Tabla 39
Descripción cargo Publicista

DESCRIPCION DEL CARGO	
Denominación del cargo	Publicista
Jefe Inmediato	Jefe de Mercadeo y Marketing
Número de Personas en el Cargo	1
Perfil	Persona responsable, comprometida, innovadora, capaz de crear, ejecutar y evaluar propuestas comunicativas dirigidas al consumidor, con la capacidad de desarrollar estrategias y mensajes que logren impactar al público objetivo, con conocimiento en el manejo de redes sociales y medios de comunicación.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la imagen de la empresa. • Realizar eventos y actividades promocionales a través de los medios de comunicación que utiliza la empresa. • Mantener actualizados los medios de comunicación y redes sociales con los productos disponibles y precios actuales • Generar ideas innovadoras de publicidad para obtener una mayor atracción de clientes. • Dar recomendaciones al jefe de área sobre estrategias para aumentar las ventas en la empresa. • Ayudar a identificar los clientes potenciales. • Colaborar con el jefe de mercadeo en el desarrollo de estrategias de marketing y en la investigación de la competencia. • Apoyar las ventas con campañas publicitarias. 	
REQUISITOS DE EDUCACIÓN	Técnico en Marketing Digital
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Mínimo 2 años
OTROS REQUISITOS	Excelentes habilidades de comunicación interpersonal, escrita y oral.

Nota. La tabla contiene la descripción de las características que debe tener el cargo de Publicista. Autores del proyecto.

3.4.6 Propuesta de estrategias para aumentar las ventas y posicionar a la Panadería Punto Pan tanto a nivel local como nacional.

Estrategias de marketing para la panadería Punto Pan a nivel local.

1. Ampliar la publicidad de la Panadería Punto Pan.

Para que la panadería Punto Pan de la ciudad de Ocaña aumente el nivel de sus ventas es necesario desarrollar una estrategia de marketing enfocada en la atracción de nuevos clientes a través de la ampliación de recursos publicitarios que permitan que la panadería pueda darse a conocer a toda la comunidad ocañera, para ello, se requiere de recurso humano capacitado en la generación de contenido digital que demuestre de forma atractiva la localidad de la panadería, los diferentes productos que ofrece y el equipo que la conforma, los medios a los cuales puede acudir la empresa pueden ser redes sociales, como Facebook, Instagram y WhatsApp, también puede recurrir a servicios de publicidad radial y televisiva local con los cuales se pueda informar al público en general de la existencia de la panadería.

2. Crear nuevos canales de distribución de los productos de panadería.

La Panadería Punto Pan puede obtener un mayor nivel de ventas y posicionamiento en el mercado local por medio de la aplicación de nuevas medidas de mercadeo como la creación de nuevos canales de distribución, los cuales, permiten que los productos de panadería lleguen a muchas más personas de la ciudad, lo anterior es posible mediante la utilización de vehículos propios con los que se pueda recorrer los diferentes barrios de la ciudad y ofrecer los diversos productos a las pequeñas empresas como tiendas y cafeterías, así mismo, se puede implementar un sistema de pedidos y domicilios para que los consumidores pueden solicitar sus productos y pagar para que se los lleven hasta la puerta de su casa.

Estrategias de marketing para la panadería Punto Pan a nivel nacional.

1. Expansión del Pan Ocañero a mercados nacionales

Con el fin de que la Panadería Punto Pan pueda expandir sus productos de panadería en especial el pan ocañero a otros mercados nacionales, es necesario desarrollar un estudio de mercado que permita determinar el nivel de aceptación que tiene el producto en los ciudadanos que conforman las regiones a las que desea llegar, por otro lado, es necesario que la panadería se contacte con un laboratorio de investigación y desarrollo de productos, debido a que la producción del pan ocañero en otras ciudades se dificulta por factores climáticos y por ende se requiere de una investigación en los ingredientes y el proceso de producción del pan ocañero para identificar de qué forma es posible lograr que este se produzca en otras ciudades del país. Una forma de lograr este fin puede ser mediante la congelación de la masa del pan ocañero, para después transportarlo a la ciudad correspondiente, en la cual debe existir una sucursal de la panadería Punto Pan que se encargue de terminar el proceso de producción para poder ofrecer el producto a los consumidores nacionales, por otra parte, se debe resaltar que la realización de esta propuesta requiere de recursos financieros altos, por ello la empresa debe contar con un presupuesto que permita dar cumplimiento a lo planeado, de esta manera, la Panadería Punto Pan alcanzara un mayor crecimiento y desarrollo económico, y al mismo tiempo contribuirá con el reconocimiento de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña.

3.4.7 Diseño de un sistema de costos y estados financieros formales para la Panadería Punto Pan.

La contabilidad es fundamental para conocer la realidad económica de una empresa y para tomar decisiones acertadas que impulsen el crecimiento de la misma, por ello, se vio la necesidad de diseñar un sistema de costos y los respectivos estados financieros a la Panadería Punto Pan, teniendo en cuenta todos los tratamientos y métodos contables que se deben

aplicar para preparar información financiera y contable de calidad que cumpla con las normas contables establecidas en el país.

Sistema de costos por procesos para la panadería Punto Pan

Tabla 40
Materia prima utilizada diariamente

Producto	Cantidad producida	Costo diario de MP
Tostada	237	\$ 13.677,0
Pan de queso	690	\$ 50.874,0
Pan Tajado	18	\$ 12.443,1
Bola aliñada	90	\$ 6.458,8
Pan relleno	91	\$ 5.560,7
Pan de mantequilla	91	\$ 8.498,0
Donas	106	\$ 10.447,4
Pan de cascarita	169	\$ 10.681,6
Pan Integral	84	\$ 4.732,0
Pastelitos	189	\$ 14.067,4
Pan Ocañero	1828	\$ 150.549,9
Galleta de patacón	115	\$ 9.832,6
Cucas	176	\$ 14.847,9
Galleta Triangulo	150	\$ 7.593,3
Total		\$ 320.264

Nota. En la tabla reposa información sobre las cantidades de materia prima que utiliza la Panadería Punto Pan en la elaboración de cada producto y el número de unidades que salen de cada uno. Autores del proyecto.

Tabla 41
Nomina de empleados

EMPRESA: PANADERIA PUNTO PAN

NOMINA PERSONAL

NOMBRE DEL EMPLEADO	DIA LAB.	DEVENGADO						DEDUCIDO				NETO PAGADO	RECIBI CONFORME
		SUELDO BASICO	Básico	Ext. Y Regos.	Comisión	aux. trans.	TOTAL DEVENGADO	Salud	Pension	Otros	Total Deducido		
Gerente	30	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.000.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ -	\$ 160.000	\$ 1.840.000	
Auxiliar contable	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
Jefe de Marketing	30	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 1.602.854	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ -	\$ 120.000	\$ 1.482.854	
Jefe de producción	30	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 1.602.854	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ -	\$ 120.000	\$ 1.482.854	
Panadero 1	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
Panadero 2	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
Auxiliar 1	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
Auxiliar 2	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
Vendedor 1	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
Vendedor 2	30	\$ 877.803,00	\$ 877.803	\$ -	\$ -	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ -	\$ 70.224	\$ 910.433	
TOTAL		\$ 5.266.818	\$ -	\$ -	\$ 925.686	\$ 12.070.307	\$ 445.785	\$ 445.785	\$ -	\$ 891.570	\$ 11.178.737		

NETO PAGADO	COMPROBANTE DE PAGO N°	CHEQUE N°	BANCO					
OBSERVACIONES			APORTES PARA FISCALES		PROVISIONES			
			FACTOR	VALOR	FACTOR	VALOR		
			Salud	8,5%	\$ 947.293	Cesantias	8,33%	\$ 1.005.457
			Pensiones	12%	\$ 1.337.355	Int. s/Cesantias	1,00%	\$ 120.703
			Riesgo Profesionales	0,52%	\$ 57.952	Prima de servicios	8,33%	\$ 1.005.457
			SENA	2%	\$ -	Vacaciones	4,17%	\$ 464.731
			Subsidio Familiar	4%	\$ 445.785			
			ICBF	3%	\$ -			
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	Subtotal \$	\$ 2.788.384	Subtotal \$	\$ 2.596.347		
			TOTAL APROPIACIONES					

Nota: En la tabla se muestra un modelo de nómina de empleados mensual necesaria para el funcionamiento de la Panadería Punto Pan. Autores del proyecto.

Tabla 42
Mano de Obra Directa utilizada diariamente

EMPLEADO	NETO PAGADO	APORTES PARAFISCALES	PROVISIONES	TOTAL MOD diario
Panadero 1	\$ 35.017	\$ 8.447	\$ 8.069	\$ 51.533
panadero 2	\$ 35.017	\$ 8.447	\$ 8.069	\$ 51.533
Auxiliar 1	\$ 35.017	\$ 8.447	\$ 8.069	\$ 51.533
Auxiliar 2	\$ 35.017	\$ 8.447	\$ 8.069	\$ 51.533
Total				\$ 206.130

Nota. La tabla contiene información sobre la mano de obra directa que utiliza la Panadería Punto Pan diariamente en su producción. Autores del proyecto.

Tabla 43
División de la Mano de Obra Directa por departamento

	DPTO 1		DPTO 2		DPTO 3		DPTO 4		TOTAL
Panadero 1 (100%)	45%	\$ 23.190	45%	\$ 23.190	10%	\$ 5.153	0%	\$ -	\$ 51.533
panadero 2 (100%)	5%	\$ 2.577	5%	\$ 2.577	5%	\$ 2.577	85%	\$ 43.803	\$ 51.533
Auxiliar 1 (100%)	0%	\$ 0	0%	\$ 0	100%	\$ 51.533	0%	\$ -	\$ 51.533
Auxiliar 2 (100%)	0%	\$ 0	0%	\$ 0	100%	\$ 51.533	0%	\$ -	\$ 51.533
Total participación		\$ 25.766		\$ 25.766		\$ 110.795		\$ 43.803	\$ 206.130
Participación en cada producción		\$ 1.840		\$ 1.840		\$ 7.914		\$ 3.129	\$ 14.724

Nota. En la tabla reposa información sobre la división de la mano de obra directa que utiliza la Panadería Punto Pan por cada departamento diariamente. Autores del proyecto.

Tabla 44
Costos Indirectos de Fabricación utilizados diariamente

CIF	Producción	
	Mensual	Diaria
Energía Eléctrica	\$ 50.250	\$ 1.933
Agua	\$ 13.050	\$ 502
Gas	\$ 596.000	\$ 22.923
Arriendo	\$ 300.000	\$ 11.538
Depreciación maquinaria de producción	\$ 20.734	\$ 691
MOI (Jefe de Producción)	\$ 2.203.768,02	\$ 84.760,31
Total CIF		\$ 122.348

Nota. La tabla muestra la lista de costos indirectos de fabricación que utiliza la Panadería Punto Pan diariamente en su producción. Autores del proyecto.

Tabla 45
División de los Costos Indirectos de Fabricación por departamento

CIF	DPTO 1		DPTO 2		DPTO 3		DPTO 4		TOTAL
Energía	0%	\$ -	100%	\$ 1.933	0%	\$ -	0%	\$ -	\$ 1.933
Agua	100%	\$ 502	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	\$ 502
Gas	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	100%	\$ 22.923	\$ 22.923
Arriendo	25%	\$ 2.885	25%	\$ 2.885	25%	\$ 2.885	25%	\$ 2.885	\$ 11.538
Depreciación de Maquinaria	20%	\$ 138	30%	\$ 207	20%	\$ 138	30%	\$ 207	\$ 691
MOI (Jefe de Producción)	25%	\$ 21.190	25%	\$ 21.190	25%	\$ 21.190	25%	\$ 21.190	\$ 84.760
Total		\$ 24.715		\$ 26.215		\$ 24.213		\$ 47.205	\$ 122.348
Participación en cada producción		\$ 1.765		\$ 1.872		\$ 1.729		\$ 3.372	\$ 8.739

Nota. La tabla contiene información sobre la división de los Costos indirectos de fabricación que utiliza la Panadería Punto Pan por cada departamento diariamente. Autores del proyecto.

Tabla 46
Informe de costos por departamentos

	Mesclado				Sobadora				Picado y mesa				Horneado			
	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario
TOSTADA																
Productos en procesos:						\$ 17.282,8				\$ 20.995,7				\$ 30.639,2		
Materiales	\$	13.677,0			\$	-			\$	-			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	47%	\$ 17.282,8			57%	\$ 20.995,7			82%	\$ 30.639,2			100%	\$ 37.139,7	237	\$ 157
Productos terminados														\$ 37.139,7	237	\$ 157
PAN DE QUESO																
Productos en procesos:						\$ 39.809,8				\$ 43.522,7				\$ 67.836,2		
Materiales	\$	36.204,0			\$	-			\$	14.670,0			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	54%	\$ 39.809,8			59%	\$ 43.522,7			91%	\$ 67.836,2			100%	\$ 74.336,7	690	\$ 108
Productos terminados														\$ 74.336,7	690	\$ 108
PAN TAJADO																
Productos en procesos:						\$ 16.048,9				\$ 19.761,8				\$ 29.405,3		
Materiales	\$	12.443,1			\$	-			\$	-			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	45%	\$ 16.048,9			55%	\$ 19.761,8			82%	\$ 29.405,3			100%	\$ 35.905,8	18	\$ 1.995
Productos terminados														\$ 35.905,8	18	\$ 1.995

Nota. La tabla contiene información sobre los costos en materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación que utiliza la Panadería Punto Pan para la fabricación de sus productos. Autores del proyecto.

"Tabla 46" "Continuación"

	Mesclado				Sobadora				Picado y mesa				Horneado			
	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario
PAN DE MANTEQUILLA																
Productos en procesos:						\$ 8.983,9				\$ 12.696,8				\$ 25.460,3		
Materiales	\$	5.378,1			\$	-			\$	3.120,0			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	28%	\$ 8.983,9			40%	\$ 12.696,8			80%	\$ 25.460,3			100%	\$ 31.960,8	91	\$ 351
Productos terminados														\$ 31.960,8	91	\$ 351
BOLA ALIÑADA																
Productos en procesos:						\$ 10.064,6				\$ 13.777,5				\$ 23.421,0		
Materiales	\$	6.458,8			\$	-			\$	-			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	34%	\$ 10.064,6			46%	\$ 13.777,5			78%	\$ 23.421,0			100%	\$ 29.921,5	90	\$ 332
Productos terminados														\$ 29.921,5	90	\$ 332
DONAS																
Productos en procesos:						\$ 8.301,2				\$ 12.014,1				\$ 21.909,6		
Materiales	\$	4.695,4			\$	-			\$	252,0			\$	5.500,0		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	24%	\$ 8.301,2			35%	\$ 12.014,1			65%	\$ 21.909,6			100%	\$ 33.910,1	106	\$ 320
Productos terminados														\$ 33.910,1	106	\$ 320
PAN RELLENO																
Productos en procesos:						\$ 9.116,1				\$ 12.829,0				\$ 22.522,9		
Materiales	\$	5.510,3			\$	-			\$	50,4			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	31%	\$ 9.116,1			44%	\$ 12.829,0			78%	\$ 22.522,9			100%	\$ 29.023,4	91	\$ 319
Productos terminados														\$ 29.023,4	91	\$ 319

"Tabla 46" "Continuación"

	Mesclado				Sobadora				Picado y mesa				Horneado			
	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario
PAN CASCARITA																
Productos en procesos:						\$ 14.002,4				\$ 17.715,3				\$ 27.643,8		
Materiales		\$ 10.396,6				\$ -				\$ 285,0				\$ -		
Mano de obra Directa		\$ 1.840,4				\$ 1.840,4				\$ 7.913,9				\$ 3.128,8		
Costos indirectos		\$ 1.765,3				\$ 1.872,5				\$ 1.729,5				\$ 3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	41%	\$ 14.002,4			52%	\$ 17.715,3			81%	\$ 27.643,8			100%	\$ 34.144,3	169	\$ 202
Productos terminados														\$ 34.144,3	169	\$ 202
PAN INTEGRAL																
Productos en procesos:						\$ 8.337,8				\$ 12.050,7				\$ 21.694,2		
Materiales		\$ 4.732,0				\$ -				\$ -				\$ -		
Mano de obra Directa		\$ 1.840,4				\$ 1.840,4				\$ 7.913,9				\$ 3.128,8		
Costos indirectos		\$ 1.765,3				\$ 1.872,5				\$ 1.729,5				\$ 3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	30%	\$ 8.337,8			43%	\$ 12.050,7			77%	\$ 21.694,2			100%	\$ 28.194,7	84	\$ 336
Productos terminados														\$ 28.194,7	84	\$ 336
PAN PASTELITOS																
Productos en procesos:						\$ 15.401,6				\$ 19.114,5				\$ 31.029,6		
Materiales		\$ 11.795,8				\$ -				\$ 2.271,6				\$ -		
Mano de obra Directa		\$ 1.840,4				\$ 1.840,4				\$ 7.913,9				\$ 3.128,8		
Costos indirectos		\$ 1.765,3				\$ 1.872,5				\$ 1.729,5				\$ 3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	41%	\$ 15.401,6			51%	\$ 19.114,5			83%	\$ 31.029,6			100%	\$ 37.530,1	189	\$ 199
Productos terminados														\$ 37.530,1	189	\$ 199
PAN OCAÑERO																
Productos en procesos:						\$ 153.954,1				\$ 157.667,0				\$ 167.512,1		
Materiales		\$ 150.348,3				\$ -				\$ 201,6				\$ -		
Mano de obra Directa		\$ 1.840,4				\$ 1.840,4				\$ 7.913,9				\$ 3.128,8		
Costos indirectos		\$ 1.765,3				\$ 1.872,5				\$ 1.729,5				\$ 3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	88%	\$ 153.954,1			91%	\$ 157.667,0			96%	\$ 167.512,1			100%	\$ 174.012,6	1828	\$ 95
Productos terminados														\$ 174.012,6	1828	\$ 95

"Tabla 46" "Continuación"

	Mesclado				Sobadora				Picado y mesa				Horneado			
	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario	Avance	Total	Cantidad	C. unitario
CUCAS																
Productos en procesos:					\$	18.453,7			\$	22.166,6			\$	31.810,1		
Materiales	\$	14.847,9			\$	-			\$	-			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	48%	\$	18.453,7		58%	\$	22.166,6		83%	\$	31.810,1		100%	\$	38.310,6	176 \$ 218
Productos terminados														\$	38.310,6	176 \$ 218
GALLETAS DE PATACON																
Productos en procesos:					\$	13.438,4			\$	17.151,3			\$	26.794,8		
Materiales	\$	9.832,6			\$	-			\$	-			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	40%	\$	13.438,4		52%	\$	17.151,3		80%	\$	26.794,8		100%	\$	33.295,3	115 \$ 290
Productos terminados														\$	33.295,3	115 \$ 290
GALLETAS TRIANGULO																
Productos en procesos:					\$	11.199,1			\$	14.912,0			\$	24.555,5		
Materiales	\$	7.593,3			\$	-			\$	-			\$	-		
Mano de obra Directa	\$	1.840,4			\$	1.840,4			\$	7.913,9			\$	3.128,8		
Costos indirectos	\$	1.765,3			\$	1.872,5			\$	1.729,5			\$	3.371,8		
Transferidas/ Recibidas	36%	\$	11.199,1		48%	\$	14.912,0		79%	\$	24.555,5		100%	\$	31.056,0	150 \$ 207
Productos terminados														\$	31.056,0	150 \$ 207
SALDO FINAL																
Produccion terminada	\$	344.394,3			\$	396.375,4			\$	552.234,0			\$	648.741,8		

El informe de costos por departamentos contiene información sobre los costos que se utilizan en materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación para cada uno de los productos en los diferentes departamentos, dando como resultado el costo unitario de cada producto.

Tabla 47
Hoja de costos de producción diaria

	HOJA DE COSTOS DE PRODUCCION						
	Tostada	Pan de queso	Pan Tajado	Bola aliñada	Pan relleno	Pan de mantequilla	Donas
Materias primas consumidas	\$ 13.677,0	\$ 50.874,0	\$ 12.443,1	\$ 6.458,8	\$ 5.560,7	\$ 8.498,1	\$ 10.447,4
Mano de obra directa	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6
Costos indirectos de fabricación	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 37.139,7	\$ 74.336,7	\$ 35.905,8	\$ 29.921,5	\$ 29.023,4	\$ 31.960,8	\$ 33.910,1
Total producción (cantidades)	237	690	18	90	91	91	106
Costo unitario	\$ 156,7	\$ 107,7	\$ 1.994,8	\$ 332,5	\$ 318,9	\$ 351,2	\$ 319,9
Precio de venta	\$ 199,8	\$ 200,4	\$ 2.204,2	\$ 400,6	\$ 400,3	\$ 400,4	\$ 399,9
Margen de contribución	27,5%	86,0%	10,5%	20,5%	25,5%	14,0%	25,0%
Margen de contribución en pesos	\$ 43,1	\$ 92,7	\$ 209,5	\$ 68,2	\$ 81,3	\$ 49,2	\$ 80,0

Nota: En la tabla reposa información sobre los costos que se utilizan en la fabricación de los productos, así como los costos unitarios para cada producto y un margen de contribución. Autores del proyecto.

"Tabla 47" "Continuación"

Pan de cascarita	Pan Integral	Pastelitos	Pan Ocañero	Galleta de patacón	Cucas	Galleta Triangulo
\$ 10.681,6	\$ 4.732,0	\$ 14.067,4	\$ 150.549,9	\$ 9.832,6	\$ 14.847,9	\$ 7.593,3
\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6	\$ 14.723,6
\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1	\$ 8.739,1
\$ 34.144,3	\$ 28.194,7	\$ 37.530,1	\$ 174.012,6	\$ 33.295,3	\$ 38.310,6	\$ 31.056,0
169	84	189	1828	115	176	150
\$ 202,0	\$ 335,7	\$ 198,6	\$ 95,2	\$ 289,5	\$ 217,7	\$ 207,0
\$ 300,0	\$ 400,1	\$ 299,8	\$ 199,9	\$ 299,7	\$ 300,4	\$ 300,2
48,5%	19,2%	51,0%	110,0%	3,5%	38,0%	45,0%
\$ 98,0	\$ 64,4	\$ 101,3	\$ 104,7	\$ 10,1	\$ 82,7	\$ 93,2

La hoja de costos contiene información sobre los costos que se utilizaron diariamente en materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación para cada uno de los productos en los diferentes departamentos, también se relacionan los costos unitarios para cada producto y se determina un margen de contribución que da como resultado el precio de venta al que debería venderse cada producto con el fin de obtener rentabilidad.

Tabla 48
Relación costos de producción anuales

Producto	Costo diario	Producción semanal	Costo semanal	Costo mensual	Costo Anual
Tostada	\$ 37.139,7	3	\$ 111.419,1	\$ 445.677	\$ 5.348.119
Pan de queso	\$ 74.336,7	6	\$ 446.020,3	\$ 1.784.081	\$ 21.408.973
Pan Tajado	\$ 35.905,8	5	\$ 179.529,1	\$ 718.116	\$ 8.617.395
Bola aliñada	\$ 29.921,5	5	\$ 149.607,6	\$ 598.430	\$ 7.181.163
Pan relleno	\$ 29.023,4	5	\$ 145.117,1	\$ 580.468	\$ 6.965.619
Pan de mantequilla	\$ 31.960,8	5	\$ 159.804,1	\$ 639.216	\$ 7.670.595
Donas	\$ 33.910,1	6	\$ 203.460,7	\$ 813.843	\$ 9.766.112
Pan de cascarita	\$ 34.144,3	5	\$ 170.721,6	\$ 682.886	\$ 8.194.635
Pan Integral	\$ 28.194,7	4	\$ 112.778,8	\$ 451.115	\$ 5.413.385
Pastelitos	\$ 37.530,1	6	\$ 225.180,7	\$ 900.723	\$ 10.808.672
Pan Ocañero	\$ 174.012,6	6	\$ 1.044.075,7	\$ 4.176.303	\$ 50.115.632
Galleta de patacón	\$ 33.295,3	2	\$ 66.590,6	\$ 266.362	\$ 3.196.350
Cucas	\$ 38.310,6	2	\$ 76.621,2	\$ 306.485	\$ 3.677.819
Galleta Triangulo	\$ 31.056,0	2	\$ 62.112,0	\$ 248.448	\$ 2.981.377
Total Costos	\$ 648.741,8		\$ 3.153.038,5	\$ 12.612.153,8	\$ 151.345.845,9

Nota. En la tabla reposa información sobre los costos que la Panadería Punto Pan utiliza en su producción diaria, semanal, mensual y anual. Autores del proyecto.

En la relación de costos de producción se puede evidenciar que los costos diarios utilizados en cada producto se multiplicaron por la producción semanal para estimar los costos mensuales y anuales. En anexos se encuentran tres tablas donde se determinaron los costos de materia prima, de mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación anuales los cuales se tomaron de base para llenar el estado de costos.

Tabla 49
Estados de Costos de Productos Fabricados y Vendidos

PANADERÍA PUNTO PAN		
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS FABRICADOS Y VENDIDOS		
a 31 de diciembre de 2019		
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA		
		0
(+)	Compra de Materia Prima	\$ 89.216.800
(=)	Materia prima Disponible	\$ 89.216.800
(-)	Inventario Final de Materia Prima	\$ 7.695.986
(=)	Costo Materia Prima Utilizada	\$ 81.520.574
(-)	Material Indirecto Usado	\$ -
(=)	COSTO DE MATERIA DIRECTA	\$ 81.520.814,4
NOMINA DE FABRICACION		
		\$ 61.762.675
(-)	Mano de Obra Indirecta	\$ 17.945.245
(=)	Mano de Obra Directa	\$ 43.817.429,7
MATERIAL INDIRECTO		
(+)	Mano de Obra Indirecto	\$ 17.945.245
(+)	Otros CIF	\$ 8.062.357
(=)	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 26.007.601,7
COSTOS DEL PERIODO		
		\$ 151.345.845,9
(+)	Inventario Inicial de P. en P.	\$ -
(=)	Costo total de P. en P.	\$ 151.345.845,9
(-)	Inventario Final P. en P.	\$ -
(=)	COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS	\$ 151.345.845,9
(+)	Inventario Inicial de P. T.	\$ -
(=)	COSTO DE MERCANCIAS DISPONIBLES	\$ 151.345.845,9
(-)	Inventario final de P.T	\$ -
(=)	COSTO DE VENTAS	\$ 151.345.845,9

Nota. La tabla representa el Estado de costos de productos fabricados y vendidos para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019. Autores del proyecto.

Tabla 50
Balance de comprobación- Modelo formal

PANADERÍA PUNTO PAN			
BALANCE DE COMPROBACIÓN			
A 31 DE DICIEMBRE DE 2019			
Cuenta	Debe	Haber	Saldo final
Caja	\$ 303.997.177	\$ 271.250.072	\$ 32.747.105
Clientes	\$ 1.600.000	\$ -	\$ 1.600.000
Inventarios	\$ 101.711.200	\$ 91.730.574	\$ 9.980.626
Propiedad planta y equipo	\$ 9.878.516	\$ -	\$ 9.878.516
Depreciación Propiedad planta y equipo	\$ -	\$ 431.739	-\$ 431.739
Proveedores	\$ -	\$ 6.052.000	-\$ 6.052.000
Aportes nomina	\$ -	\$ 12.065.479	-\$ 12.065.479
Capital social	\$ -	\$ 9.695.583	-\$ 9.695.583
Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 292.425.977	-\$292.425.977
Ingresos no operacionales		\$ 13.171.200	-\$ 13.171.200
Gastos	\$ 118.080.126	\$ -	\$ 118.080.126
Costos	\$ 161.555.606	\$ -	\$ 161.555.606
Saldos iguales	\$ 696.822.625	\$ 696.822.625	\$ -

Nota. En la tabla se muestra el balance de comprobación de la Panadería Punto Pan en el cual se detallan los movimientos contables que tuvieron las cuentas a lo largo del periodo contable y los saldos finales fueron las cifras que se colocaron en los respectivos estados financieros. Autores del proyecto.

Tabla 51
Estado de Situación Financiera- Modelo forma

PANADERIA PUNTO PAN	
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	
a 31 de diciembre de 2019	
Expresado en pesos colombianos	
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo y Equivalente de Efectivo	\$ 32.747.105
Caja	\$ 32.747.105
Deudores	\$ 1.600.000
Clientes	\$ 1.600.000

Nota. La tabla muestra el Estado de situación financiera de la Panadería Punto Pan para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019. Autores del proyecto.

"Tabla 51" "Continuación"

Inventarios		\$ 9.980.626
Inventario Materia Prima	\$ 7.695.986	
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 2.284.640	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 44.327.731
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad, Planta y Equipo		\$ 9.446.777
Propiedad planta y equipo	\$ 9.878.516	
Menos Depreciación	-\$ 431.739	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 9.446.777
TOTAL ACTIVO		\$ 53.774.508
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Proveedores		\$ 6.052.000
Proveedores Nacionales	\$ 6.052.000	
Impuestos, gravámenes y tasas		\$ 8.567.277
Impuesto a la ganancia	\$ 8.567.277	
Aportes a nomina		\$ 12.065.479
Retención y aportes a nomina	\$ 12.065.479	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 26.684.756
TOTAL PASIVO		\$ 26.684.756
PATRIMONIO		
Capital		\$ 9.695.583
Capital social	\$ 9.695.583	
Reservas		\$ 1.739.417
Reserva legal 10%	\$ 1.739.417	
Resultados		\$ 15.654.752
Utilidades del ejercicio	\$ 15.654.752	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 27.089.752
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 53.774.508

Tabla 52
Estado de Resultados- modelo formal

PANADERIA PUNTO PAN		
ESTADO DE RESULTADOS		
a 31 de diciembre de 2019		
Expresado en pesos colombianos		
INGRESOS		
OPERACIONALES		\$ 292.425.977
Comercio al por mayor y al por menor	\$ 292.425.977	
(-) Costos de ventas		\$ 161.555.606
Costos productos terminados	\$ 151.345.846	
Costos de mercancías	\$ 10.209.760	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$ 130.870.371</u>
(-) GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 118.080.126
Gastos de Administración	\$ 85.923.786	
De personal	\$ 75.847.386	
Arrendamientos	\$ 3.600.000	
Servicios	\$ 620.400	
Diversos	\$ 5.856.000	
Gastos de Ventas	\$ 32.156.340	
De personal	\$ 32.156.340	
UTILIDAD OPERACIONAL		<u>\$ 12.790.246</u>
Otros ingresos		\$ 13.171.200
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		<u>\$ 25.961.446</u>
Impuesto 33%		\$ 8.567.277
RESULTADOS ANTES DE RESERVAS		<u>\$ 17.394.169</u>
Reserva Legal (10%)		\$ 1.739.417
UTILIDAD NETA		<u><u>\$ 15.654.752</u></u>

Nota. La tabla muestra el Estado de resultados de la Panadería Punto Pan para el periodo contable de 01 de enero a 31 de diciembre de 2019. Autores del proyecto.

Proyecciones de crecimiento económico para la Panadería Punto Pan.

Tabla 53

Amortización de un préstamo para inversión

	Tiempo							
	1 2022	2 2023	3 2024	4 2025	5 2026	6 2027	7 2028	8 2029
Saldo inicial	\$ 150.000.000	\$ 131.250.000	\$ 112.500.000	\$ 93.750.000	\$ 75.000.000	\$ 56.250.000	\$ 37.500.000	\$ 18.750.000
Intereses	\$ 19.500.000	\$ 17.062.500	\$ 14.625.000	\$ 12.187.500	\$ 9.750.000	\$ 7.312.500	\$ 4.875.000	\$ 2.437.500
Amortización	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000	\$ 18.750.000
Saldo final	\$ 131.250.000	\$ 112.500.000	\$ 93.750.000	\$ 75.000.000	\$ 56.250.000	\$ 37.500.000	\$ 18.750.000	\$ -

Nota. La tabla contiene información sobre un préstamo de \$150.000.000 pesos que realiza la Panadería Punto Pan con un plazo de 8 años, para tener recursos económicos que le permitan realizar inversión. Autores del proyecto.

Con la Tabla, se puede apreciar que la Panadería Punto Pan recurre a un préstamo de \$150.000.000 pesos, con un plazo de 8 años y una tasa del 13%, la cual se encuentra dividida de la siguiente manera: el 7% de la tasa corresponde al DTF que es la tasa del mercado y el 6% restante corresponde al Spread que es el porcentaje que el banco cobra como provisión por tener un mayor riesgo de pago la panadería al ser una microempresa, además es importante resaltar que el préstamo se divide en dos partes, en el año 2021 la panadería recibe \$100.000.000 pesos y en el año 2022 recibe los otros \$50.000.000 de pesos, en este segundo año se empiezan a pagar los intereses y abono de capital.

Tabla 54
Estado de Resultados con proyecciones

PANADERIA PUNTO PAN		Propuesta de crecimiento										
ESTADO DE RESULTADOS												
a 31 de diciembre de 2019		4%	7%	7%	10%	12%	12%	12%	16%	16%	16%	16%
Expresado en pesos colombianos		2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
INGRESOS												
OPERACIONALES	\$ 292.425.977	\$ 304.123.016	\$ 325.411.628	\$ 348.190.441	\$ 383.009.486	\$ 428.970.624	\$ 480.447.099	\$ 538.100.751	\$ 624.196.871	\$ 724.068.370	\$ 839.919.309	\$ 974.306.399
Comercio al por mayor y al por menor												
(-) Costos de ventas	\$ 161.555.606	\$ 168.017.830	\$ 174.738.543	\$ 181.728.085	\$ 188.997.208	\$ 196.557.097	\$ 204.419.381	\$ 212.596.156	\$ 221.100.002	\$ 229.944.002	\$ 239.141.762	\$ 248.707.433
Costos productos terminados												
Costos de mercancías												
UTILIDAD BRUTA	\$ 130.870.371	\$ 136.105.186	\$ 150.673.084	\$ 166.462.356	\$ 194.012.277	\$ 232.413.527	\$ 276.027.718	\$ 325.504.595	\$ 403.096.869	\$ 494.124.368	\$ 600.777.547	\$ 725.598.966
(-)GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 118.080.126	\$ 122.803.331	\$ 127.715.464	\$ 132.824.082	\$ 138.137.046	\$ 143.662.527	\$ 149.409.029	\$ 155.385.390	\$ 161.600.805	\$ 168.064.838	\$ 174.787.431	\$ 181.778.928
Gastos de Administración												
deuda				38.250.000	35.812.500	33.375.000	30.937.500	28.500.000	26.062.500	23.625.000	21.187.500	0
amortización				25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 12.790.246	\$ 13.301.856	\$ 22.957.620	-\$ 29.611.726	-\$ 4.937.268	\$ 30.376.000	\$ 70.681.190	\$ 116.619.205	\$ 190.433.563	\$ 277.434.530	\$ 379.802.616	\$ 543.820.038
Otros ingresos	\$ 13.171.200	\$ 13.171.201	\$ 13.698.049	\$ 14.245.971	\$ 14.815.810	\$ 15.408.442	\$ 16.024.780	\$ 16.665.771	\$ 17.332.402	\$ 18.025.698	\$ 18.746.726	\$ 19.496.595
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 25.961.446	\$ 26.473.057	\$ 36.655.670	-\$ 15.365.755	\$ 9.878.541	\$ 45.784.442	\$ 86.705.970	\$ 133.284.976	\$ 207.765.965	\$ 295.460.228	\$ 398.549.342	\$ 563.316.633
Impuesto 33%	\$ 8.567.277	\$ 8.736.109	\$ 12.096.371	-\$ 5.070.699	\$ 3.259.919	\$ 15.108.866	\$ 28.612.970	\$ 43.984.042	\$ 68.562.769	\$ 97.501.875	\$ 131.521.283	\$ 185.894.489
RESULTADOS ANTES DE RESERVA	\$ 17.394.169	\$ 17.736.948	\$ 24.559.299	-\$ 10.295.056	\$ 6.618.623	\$ 30.675.576	\$ 58.093.000	\$ 89.300.934	\$ 139.203.197	\$ 197.958.353	\$ 267.028.059	\$ 377.422.144
Reserva Legal (10%)	\$ 1.739.417	\$ 1.773.695	\$ 2.455.930	-\$ 1.029.506	\$ 661.862	\$ 3.067.558	\$ 5.809.300	\$ 8.930.093	\$ 13.920.320	\$ 19.795.835	\$ 26.702.806	\$ 37.742.214
UTILIDAD NETA	\$ 15.654.752	\$ 15.963.253	\$ 22.103.369	-\$ 9.265.550	\$ 5.956.761	\$ 27.608.019	\$ 52.283.700	\$ 80.370.841	\$ 125.282.877	\$ 178.162.518	\$ 240.325.253	\$ 339.679.930

Nota: En la tabla se muestran los estados financieros proyectados de la Panadería Punto Pan durante los años de 2020 a 2030. Autores del proyecto.

Con la anterior figura, se puede observar una propuesta de crecimiento para la Panadería Punto Pan, en los años que van desde el 2020 hasta el 2030, para ello, se proyectaron los saldos estimando los porcentajes de crecimiento que se busca tenga la panadería para cada uno de estos años, así mismo, se tomó como base las expectativas de crecimiento de la economía a nivel nacional.

Tabla 55
Flujo de caja de la Panadería Punto Pan

	Flujo de Caja Panadería Punto Pan											
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Comercio al por mayor y al por men	\$ 292.425.977	\$ 304.123.016	\$ 325.411.628	\$ 348.190.441	\$ 383.009.486	\$ 428.970.624	\$ 480.447.099	\$ 538.100.751	\$ 624.196.871	\$ 724.068.370	\$ 839.919.309	\$ 974.306.399
(-) Costos de ventas	\$ 161.555.606	\$ 168.017.830	\$ 174.738.543	\$ 181.728.085	\$ 188.997.208	\$ 196.557.097	\$ 204.419.381	\$ 212.596.156	\$ 221.100.002	\$ 229.944.002	\$ 239.141.762	\$ 248.707.433
UTILIDAD BRUTA	\$ 130.870.371	\$ 136.105.186	\$ 150.673.084	\$ 166.462.356	\$ 194.012.277	\$ 232.413.527	\$ 276.027.718	\$ 325.504.595	\$ 403.096.869	\$ 494.124.368	\$ 600.777.547	\$ 725.598.966
EBITDA	45%	45%	46%	48%	51%	54%	57%	60%	65%	68%	72%	74%
(-)GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 118.080.126	\$ 122.803.331	\$ 127.715.464	\$ 132.824.082	\$ 138.137.046	\$ 143.662.527	\$ 149.409.029	\$ 155.385.390	\$ 161.600.805	\$ 168.064.838	\$ 174.787.431	\$ 181.778.928
Cuentas por cobrar clientes	\$ 1.600.000	\$ 1.664.000	\$ 1.780.480	\$ 1.905.114	\$ 2.095.625	\$ 2.347.100	\$ 2.628.752	\$ 2.944.202	\$ 3.415.275	\$ 3.961.718	\$ 4.595.593	\$ 5.330.888
Cuentas por pagar	\$ 26.684.756	\$ 27.752.146	\$ 28.862.232	\$ 30.016.721	\$ 31.217.390	\$ 32.466.086	\$ 33.764.729	\$ 35.115.318	\$ 36.519.931	\$ 37.980.728	\$ 39.499.958	\$ 41.079.956
Activos fijos	\$ 9.446.777	\$ 9.446.778	\$ 18.893.556	\$ 37.787.113	\$ 42.321.566	\$ 47.400.154	\$ 120.000.000	\$ 139.200.000	\$ 161.472.000	\$ 187.307.520	\$ 217.276.723	\$ 258.559.301
Otros gastos	\$ 7.000.000	\$ 7.280.000	\$ 7.789.600	\$ 8.334.872	\$ 9.168.359	\$ 10.268.562	\$ 11.500.790	\$ 12.880.885	\$ 14.941.826	\$ 17.332.518	\$ 20.105.721	\$ 23.322.637
Patrimonio	\$ 11.435.000	\$ 84.036.747	\$ 150.000.000	\$ 156.000.000	\$ 162.240.000	\$ 168.729.600	\$ 175.478.784	\$ 182.497.935	\$ 189.797.853	\$ 197.389.767	\$ 205.285.358	\$ 213.496.772
Capex		\$ -	\$ 50.000.000									
Deuda			\$ 100.000.000	\$ 50.000.000								
Int. deuda				\$ 38.250.000	\$ 35.812.500	\$ 33.375.000	\$ 30.937.500	\$ 28.500.000	\$ 26.062.500	\$ 23.625.000	\$ 21.187.500	\$ -
Amortizacion capital				\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	\$ -
FLUJO DE CAJA LIBRE	-\$ 21.282.733	-\$ 94.656.259	\$ 6.979.825	-\$ 134.271.093	-\$ 163.145.827	-\$ 131.340.994	-\$ 27.434.362	\$ 28.269.269	\$ 114.061.228	\$ 216.000.755	\$ 336.783.896	\$ 529.810.862
TIR	12,409%											

Nota: En la tabla reposa información sobre el flujo de caja proyectado de la Panadería Punto Pan para los años de 2020 a 2030. autores del proyecto.

En el Flujo de Caja se encuentran aquellas cuentas que generan algún movimiento en el capital de la Panadería Punto Pan, dichas cuentas tienen saldos proyectados que van desde el año 2020 hasta el año 2030, por otro lado, en el Flujo de Caja se puede observar una cuenta con el nombre de CAPEX, la cual, hace referencia al dinero que la panadería debe sacar de sus propios recursos para realizar inversión en su crecimiento económico, dicho saldo debe ser de \$50.000.000 pesos e invertirse en el año 2021, también aparece la deuda que la empresa adquiere al sacar el préstamo de los \$150.000.000 pesos divididos entre el año 2021 y 2022, así mismo, se encuentran los intereses de la deuda durante los 8 años, por otra parte, se puede apreciar una Amortización de Capital, la cual se establece para recuperar el dinero que la empresa ha invertido con el préstamo de los \$150.000.000 pesos y los \$50.000.000 pesos del CAPEX, para ello, se dividen los \$200.000.000 pesos entre los años que van desde el 2022 hasta el 2029, dando como resultado un saldo de \$25.000.000 para cada año. Finalmente, se suman y restan las cuentas para obtener el total de Flujo de Caja libre y se calcula una Tasa Interna de Retorno (TIR) para conocer la rentabilidad de la propuesta de crecimiento del negocio, la cual fue de 12,409%.

Capítulo 5. Conclusiones

Luego de realizar el estudio a través de la aplicación de encuestas a los propietarios de panaderías formales e informales de la ciudad de Ocaña seleccionadas por una muestra, el cual se realizó con el fin de conocer el grado de informalidad de la Industria Panificadora del municipio y como se ha visto afectado su crecimiento y desarrollo económico por este fenómeno, se pudo identificar que la mayoría de panaderías de la ciudad son informales, ya que, no cumplen con todos los requisitos para catalogarse como una empresa formal, así mismo se evidenció que durante los años de funcionamiento las panaderías encuestadas tuvieron un crecimiento pero en los últimos años se han estancado, otro factor a resaltar es que las panaderías informales consideran que su crecimiento y desarrollo económico no se ha visto afectado por ser informales, pues para ellas el crecimiento que han obtenido es suficiente, lo anterior demuestra que la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña es altamente informal y que permanecer en este estado afecta el crecimiento y desarrollo económico de las panaderías provocando un estancamiento a largo plazo, puesto que, al no contar con un modelo administrativo y contable, no tienen proyección hacia el futuro y no conocen su realidad económica y financiera.

Mediante la estructuración de la información contable y financiera de la Panadería Punto Pan, la cual pertenece al sector informal, se pudo evidenciar que durante sus últimos años de funcionamiento la panadería ha tenido un crecimiento pero estancado, ya que, de acuerdo con el análisis horizontal realizado se observa que es muy poco el crecimiento de un año al otro al mantenerse las cifras de los rubros muy similares durante el periodo contable, lo cual permite determinar que una panadería informal solo tiene la capacidad de mantenerse en el mismo lugar a lo largo de los años sin tener un decrecimiento o crecimiento acelerado.

Con el análisis de los resultados obtenidos a partir del estudio realizado, se pudo identificar las diferencias que existen entre una panadería formal e informal, así como la importancia de que las panaderías cuenten con un modelo administrativo y contable que les ofrezca la oportunidad de manejar de forma adecuada las operaciones que desarrollan y disponer de información financiera útil para la toma de decisiones, lo cual ayuda a que una empresa se proyecte metas y objetivos que aporten a su crecimiento y desarrollo económico en el mercado.

Para dar respuesta al cuarto objetivo específico se elaboró un modelo administrativo y contable a la Panadería Punto Pan que contiene las bases necesarias para que la panadería pueda iniciar sus operaciones como una empresa formalizada y proyectada hacia la expansión de los productos de panadería a nivel local y nacional.

Con la realización de las actividades anteriores se dio cumplimiento al objetivo general del presente trabajo de grado encaminado a la determinación del impacto que tiene la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de las panaderías que conforman la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda a la Panadería Punto Pan de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander formalizarse teniendo en cuenta los parámetros propuestos que responden a las problemáticas y necesidades que actualmente tiene la panadería y la Industria Panificadora del municipio.

Igualmente, teniendo en cuenta que la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña es altamente informal, lo cual ha causado que los productos de panadería Ocañeros no puedan ser expandidos con mayor proporción a otros mercados nacionales, se recomienda a la Alcaldía de la ciudad brindar mayor apoyo y oportunidades a los panaderos para que puedan formalizarse y contribuir a la economía del municipio y al reconocimiento de la Industria Panificadora de la ciudad a nivel nacional.

Así mismo, las manifestaciones de los panaderos encuestados en el presente trabajo de grado permiten identificar la necesidad de que la Alcaldía Municipal junto con la Cámara de Comercio de la ciudad de Ocaña se unan para crear capacitaciones por medio de conversatorios que les permitan a los panaderos de la ciudad conocer los pasos sobre la formalización y los beneficios que obtienen al tomar la decisión de formalizar su negocio.

Referencias

Alcaldía de Ocaña. (2016). Plan de Desarrollo Municipio de Ocaña 2016-2019. Recuperado de https://ocananortedesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/ocananortedesantander/content/files/000108/5376_plandedesarrolloeslahoradeocaa20162019.pdf

Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica. EDITORIAL EPISTEME, C.A. 6° Ed. Recuperado de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Aular, M. (05 de septiembre 2018). Presentación de estados financieros según las NIIF para Pymes. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/presentacion-de-estados-financieros-segun-las-niif-para-pymes/>

Balmaceda, J. & Bayona, D., (2014). Organización contable y administrativa diseñada para Distribuciones Jorge Luis Balmaceda. (Trabajo de grado, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña). Recuperado de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/533/1/25943.pdf>

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. (2020). Las estrategias de expansión y diversificación en la empresa. BBVA. Recuperado de [https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/expansion-diversificacion.html#:~:text=La%20expansi%C3%B3n%20es%20una%20forma,actividad%20actual%20de%20la%20empresa.&text=Desarrollo%20de%20mercado%3A%20en%20este,otros%20pa%C3%ADses%20\(empresas%20multinacionales\)](https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/ef/empresas/expansion-diversificacion.html#:~:text=La%20expansi%C3%B3n%20es%20una%20forma,actividad%20actual%20de%20la%20empresa.&text=Desarrollo%20de%20mercado%3A%20en%20este,otros%20pa%C3%ADses%20(empresas%20multinacionales))

Bayona, R. (2014). Gestión Estratégica “Un escenario de Competitividad empresarial”. Scribd. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/365021591/Modulo-Gerencia-Estrategica-Ajustado-Final-2015>

Cárdenas, M. (14 de marzo de 2013). Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010. [Decreto 489 De 2013]. Recuperado de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1106949>

Castro, F. (2014). “El pan tradicional todos los días”. Al pan pan, 7. Recuperado de https://issuu.com/molino3castillos/docs/book_final_al_pan_pan_07__22_08_201

Chiavenato, I. (2004). Introducción a la teoría general de la administración. McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Congreso de la Republica. (10 de julio del 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. [Ley 590 de 2000] DO: 44.078. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html

Congreso de la Republica. (2 de agosto de 2004). Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. [Ley 905 De 2004]. DO: 45.628. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Congreso de la Republica. (13 de julio de 2009). Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. [Ley 1314 De 2009]. DO: 47.409. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1314_2009.html

Congreso de la Republica. (29 de diciembre de 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. [Ley 1429 De 2010]. DO: 47.937. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

Congreso de la Republica. (26 de diciembre de 2012). Por la cual se expiden normas en materia tributaria y se dictan otras disposiciones. [Ley 1607 De 2012]. DO: 48.655.

Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1607_2012.html

Congreso de la Republica. (2 de mayo de 2016). “Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones”. [Ley 1780 De 2016].

Recuperado de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>

Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). Artículo 38 [título II]. 2da Ed.

Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Constitución Política de Colombia [Const.]. (1991). Artículo 333 [título XII]. 2da Ed.

Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Cueva, L. Martín, A. & Pérez, J. (06 de noviembre de 2017). Teoría clásica de la

administración de Henri Fayol. Gestipolis. Recuperado de

[https://www.gestipolis.com/teoria-clasica-administracion-henry-](https://www.gestipolis.com/teoria-clasica-administracion-henry-fayol/#:~:text=Ambas%20teor%C3%ADas%20perseg%C3%ADan%20el%20mismo,publicado%20en%20Par%C3%ADs%20en%201916)

[fayol/#:~:text=Ambas%20teor%C3%ADas%20perseg%C3%ADan%20el%20mismo,](https://www.gestipolis.com/teoria-clasica-administracion-henry-fayol/#:~:text=Ambas%20teor%C3%ADas%20perseg%C3%ADan%20el%20mismo,publicado%20en%20Par%C3%ADs%20en%201916)

[publicado%20en%20Par%C3%ADs%20en%201916](https://www.gestipolis.com/teoria-clasica-administracion-henry-fayol/#:~:text=Ambas%20teor%C3%ADas%20perseg%C3%ADan%20el%20mismo,publicado%20en%20Par%C3%ADs%20en%201916)

Dávila, R. (2012). Modelos Administrativos en el contexto de la sociedad postmoderna

[Diapositivas PowerPoint]. SlideShare. Recuperado de

<https://es.slideshare.net/Riczay/modelos-administrativos-13437848>

DeConceptos.com. (s.f.). Concepto del pan. recuperado de [https://deconceptos.com/ciencias-](https://deconceptos.com/ciencias-naturales/pan)

[naturales/pan](https://deconceptos.com/ciencias-naturales/pan)

Delgado, G. & Gómez, S. (2019). Importancia de la contabilidad dentro de las PYMES,

Revista Contribuciones a la Economía (julio-septiembre 2019). Recuperado de

<https://eumed.net/rev/ce/2019/3/contabilidad-pymes.html>

Departamento Nacional de Planeación. (2019). Bases Del Plan Nacional De Desarrollo 2018-

2022. Recuperado de <https://id.presidencia.gov.co/especiales/190523->

[PlanNacionalDesarrollo/documentos/BasesPND2018-2022.pdf](https://id.presidencia.gov.co/especiales/190523-PlanNacionalDesarrollo/documentos/BasesPND2018-2022.pdf)

Duque, I. (2019). Política de formalización empresarial. CONPES, 3956. Recuperado de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3956.pdf>

El manual de funciones de las empresas. (27 de junio de 2013). Jobandtalent. De

<https://blog.jobandtalent.com/2013/06/27/el-manual-de-funciones-de-la->

[empresa/#:~:text=Engloba%20el%20dise%C3%B1o%20y%20descripci%C3%B3n,otros](https://blog.jobandtalent.com/2013/06/27/el-manual-de-funciones-de-la-empresa/#:~:text=Engloba%20el%20dise%C3%B1o%20y%20descripci%C3%B3n,otros%20procesos%20responsabilidades%20y%20funciones.)

[s%20procesos%20responsabilidades%20y%20funciones.](https://blog.jobandtalent.com/2013/06/27/el-manual-de-funciones-de-la-empresa/#:~:text=Engloba%20el%20dise%C3%B1o%20y%20descripci%C3%B3n,otros%20procesos%20responsabilidades%20y%20funciones.)

El Tiempo. (21 de noviembre 2015). Solo el 12 % de empresas en el país pagan impuesto de renta. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16437675#:~:text=La%20informalidad%20empresarial%2C%20definida%20como,diferentes%20sectores%20de%20la%20producci%C3%B3n>

Estructura organizacional (2018). Enciclopedia Económica, recuperado de <https://enciclopediaeconomica.com/estructura-organizacional/>

Fernández, C. (2018). Informalidad empresarial en Colombia. Recuperado de https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3698/WP_2018_No_76.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gallegos, C., Hernández, V. López, J., López, M. & salinas, J. (2013). La información financiera y los estados financieros. Trabajo de grado, Instituto Politécnico Nacional, México. recuperado de <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/12899/CP2013%20G363c.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González, N. (2014). El arte hecho pan. Pan caliente. recuperado de <http://www.revistapancaliente.co/amasa-colombia/amasa-colombia-ocana-el-arte-hecho-pan/>

- Hernández, A. (5 diciembre 2017). La importancia de la contabilidad en las empresas. *Emprendices*. Recuperado de <https://www.emprendices.co/la-importancia-la-contabilidad-las-empresas/>
- Hernández, D. (12 de diciembre de 2016). Desarrollo empresarial. Caso de empresas de servicios en Perú. *Gestiopolis*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/desarrollo-empresarial-caso-empresas-servicios-peru/>
- Informes Sectorial. (julio 2016). Informe de la Industria Panificadora. Recuperado de https://www.einforma.co/descargas/ejemplo_sectoriales.pdf
- Iragorri, A. (10 de enero de 2012). Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública. [Decreto 19 De 2012]. DO: 48.308. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_0019_2012.html
- López, J. (s. f.). Los 14 principios de la administración de Henri Fayol. *Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/14-principios-de-administracion-henri-fayol.html>
- Martin, J. (29 de octubre de 2019). Los principios de Fayol y las funciones básicas de la empresa. Cerem: International Business School. Recuperado de

<https://www.cerembs.co/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>

Martínez, J. & Collarte, F. (2016). Presentación Industria Panadera. Casiopea. Recuperado de https://wiki.ead.pucv.cl/Presentaci%C3%B3n_Industria_Panadera

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.) a. formalización empresarial.

Mincomercio. Recuperado de [https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-](https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-empresarial#:~:text=La%20formalizaci%C3%B3n%20debe%20entenderse%20m%C3%A1s,sistema%20financiero%20y%20sean%20sostenibles.)

[empresarial#:~:text=La%20formalizaci%C3%B3n%20debe%20entenderse%20m%C3%A1s,sistema%20financiero%20y%20sean%20sostenibles.](https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/formalizacion-empresarial#:~:text=La%20formalizaci%C3%B3n%20debe%20entenderse%20m%C3%A1s,sistema%20financiero%20y%20sean%20sostenibles.)

MiPymes. (s.f.). Formalización empresarial. Mincomercio. Recuperado de

<http://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial>

Montoya, L. (25 de febrero de 2020). biografía de Luca Pacioli. Historia- Biografía.

recuperado de <https://historia-biografia.com/luca-pacioli/>

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2014). Políticas para la formalización de las

micro y pequeñas empresas en Colombia. FORLAC. Recuperado de

<https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---americas/---ro->

[lima/documents/publication/wcms_318206.pdf](https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_318206.pdf)

Pastrana, M. (16 de junio de 1971). Artículo 10 [Libro Primero, Título I, Capítulo I]. Por el cual se expide el Código de Comercio. [Decreto 410 De 1971]. DO: 33.339.

Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Pastrana, M. (16 de junio de 1971). Artículo 13 [Libro Primero, Título I, Capítulo I]. Por el cual se expide el Código de Comercio. [Decreto 410 De 1971]. DO: 33.339.

Recuperado de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

“Proceso administrativo”. (20 de junio de 2014). Proceso administrativo. Administración.

Recuperado de <http://alzacri2.blogspot.com/2014/06/proceso-administrativo.html>

Reyes, D. & Salinas, A. (2015). Implementación de un sistema de información contable y su influencia en la gestión de la contabilidad en la empresa de transportes turismo días s.a. año 2015. (tesis de grado, universidad privada Antenor Orrego- Perú). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1487/1/Salinas_Jara_Implementacion_Contable_Gestion.pdf

Royo, G. (20 de abril de 2014). El crecimiento y desarrollo de una empresa. Capitalibre.

Recuperado de <https://capitalibre.com/2014/04/crecimiento-desarrollo-empresa>

Ruiz, L. (s. f.). Henri Fayol: biografía del padre de la Administración Positiva. Psicología y mente. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/biografias/henri-fayol>

Ruiza, M., Fernández, T. & Tamaro, E. (2004). biografía de Henry Fayol. En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea. Barcelona (España). Recuperado de <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/f/fayol.htm#:~:text=>

Santos, J. (25 de febrero de 2011). por el cual se reglamentan parcialmente los artículos 5°, 7°, 48 y 50 de la Ley 1429 de 2010. [Decreto 545 De 2011]. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41700>

Santos, J. (26 de diciembre de 2011). por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1429 de 2010 y el artículo 616-1 del Estatuto Tributario. [Decreto 4910 De 2011]. Recuperado de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1553513>

Santos, J. (8 de junio de 2011). por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1233 de 2008 y el artículo 63 de la Ley 1429 de 2010 [Decreto 002025 De 2011]. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minindustria/docs/decreto-2025-de-2011.aspx>

Sevilla, A. (s.f.). Estados financieros. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/estados-financieros.html#:~:text=Los%20estados%20financieros%2C%20tambi%C3%A9n%20denominados,la%20estructura%20econ%C3%B3mica%20de%20%C3%A9sta.&text=>

Muestran%20el%20ejercicio%20econ%20mico%20de%20un%20a%20B1o%20de%20la%20empresa

Thompson, J. (2008). Concepto de contabilidad. PromonegocioS.net. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/contabilidad/concepto-contabilidad.html>

Uribe, A. (29 de septiembre de 2008). Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las Cámaras de Comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones. [Decreto 3820 De 2008]. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=33208>

Uribe, A. (29 de mayo de 2008). por el cual se reglamentan la Ley 232 de 1995, el artículo 27 de la Ley 962 de 2005, los artículos 46, 47 y 48 del Decreto Ley 2150 de 1995 y se dictan otras disposiciones. [Decreto 1879 De 2008]. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=30524>

Vacca, J. (2014). “La calidad no se improvisa”. Al pan pan, 7. Recuperado de https://issuu.com/molino3castillos/docs/book_final_al_pan_pan_07__22_08_201

Valderrama, D. (2014). Pan ocañero: un legado familiar hecho negocio. Al pan pan, 7. Recuperado de https://issuu.com/molino3castillos/docs/book_final_al_pan_pan_07__22_08_201

Vegas, I. (28 de Julio del 2017). Formalización empresarial: más que un costo, una oportunidad. Legis. Recuperado de <https://www.ambitojuridico.com/noticias/general/mercantil-propiedad-intelectual-y-arbitraje/formalizacion-empresarial-mas-que-un>

Vergel, M. & Caicedo, C. (2019). Análisis de los perfiles ocupacionales en el sector panificador del Municipio de Ocaña. (Trabajo de grado, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña), Recuperado de <http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/2031/1/31027.pdf>

Vive Ocaña. (s.f.). Gastronomía. Recuperado de <https://viveocana.com/gastronomia/>

Apéndices



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

CONTADURÍA PÚBLICA

Apéndice A. Encuesta dirigida a las panaderías de Ocaña, Norte de Santander

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Fecha: _____

DATOS DE LA EMPRESA:

- Razón social: _____
- Dirección: _____
- Nombre del representante legal: _____

PREGUNTAS CON UNICA OPCION DE RESPUESTAS

1. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene la panadería en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander?
 - 1 a 5 años: _____
 - 6 a 10 años: _____
 - Mas de 10 años: _____
2. ¿La panadería cuenta con el registro mercantil actualizado ante la cámara de comercio?
 - Sí, esta actualizado: _____
 - No, aun no lo actualiza: _____
 - No cuenta con registro mercantil: _____
3. ¿La panadería actualmente hace uso de herramientas como la contabilidad para conocer su situación financiera y económica real?
 - Sí: _____

- No: _____

4. ¿Considera que la panadería cumple con todos los requisitos para ser formal? (Documentos legales, lleva contabilidad y administración)

- Sí: _____
- No: _____

Si su respuesta es afirmativa, por favor omita la siguiente pregunta.

5. ¿Cree que el hecho de ser informal ha afectado en el crecimiento y desarrollo económico de la panadería en el mercado local?

- Sí: _____
- No: _____

6. ¿Cree que las panaderías pueden lograr tener un crecimiento económico y desarrollo en el mercado aun sin contar con contabilidad y una administración adecuada?

- Sí: _____
- No: _____

7. ¿Durante el tiempo de funcionamiento de la panadería, considera que esta ha tenido un crecimiento en tamaño y ventas en el mercado local?

- Sí, tuvo un crecimiento, pero de un tiempo para acá sea estancado: _____
- Sí, ha tenido un crecimiento constante en el mercado: _____
- No, no ha tenido un crecimiento en el mercado: _____

8. El crecimiento económico de la panadería se ha visto afectado por alguno de los siguientes factores:

- Desconocimiento de los recursos con los que actual cuenta la empresa para hacer inversión: _____
- Falta de dinero o demás recursos necesarios: _____
- No cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones acertadas: _____
- Todas las anteriores: _____

- Ninguna de las anteriores: _____

9. ¿Ha considerado la idea de expandir los productos de panadería Ocañeros a otros mercados nacionales?

- Sí: _____
- No: _____

10. ¿Porque cree que los productos de panadería Ocañeros no han tenido una expansión en otros mercados nacionales a pesar de ser reconocidos por su calidad y buen sabor?

- Falta de dinero: _____
- Condiciones ambientales desfavorables: _____
- Falta de inversionistas interesados en aportar: _____
- Todas las anteriores: _____
- Ninguna de las anteriores: _____

Gracias por su Colaboración



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONOMICAS

CONTADURÍA PÚBLICA

Apéndice B. Entrevista dirigida al propietario de la panadería Punto Pan, ubicada en el barrio Juan XXIII de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

OBJETIVO: Determinar el impacto que genera la informalidad en el desarrollo y crecimiento económico de la Industria Panificadora de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Responda las siguientes preguntas

1. ¿Cuántos años tiene la empresa en el mercado?
2. ¿Cómo se encuentra constituida la empresa?
3. ¿Cuántos trabajadores tiene contratados?
4. ¿Qué relaciones comerciales maneja (Proveedores, Clientes, Bancos, etc)?
5. ¿Cuenta con la maquinaria y los elementos necesarios para fabricar?
6. ¿Cómo determina el precio de venta de los productos fabricados?
7. ¿Cómo determina las cantidades de productos a elaborar?
8. ¿Qué tipo de gastos genera en el desarrollo de su actividad económica?
9. ¿Recibe otros ingresos aparte de la venta de los productos que elabora?
10. ¿Cómo hace para conocer su rentabilidad?
11. ¿Cree que su empresa ha tenido un crecimiento al pasar los años?

Gracias por su colaboración

Apéndice C. Lista de panaderías encuestadas

N°	Nombre de la Panadería	Dirección	Telefono/Celular
1	PANADERÍA ICOLPAN DON JULIO	CALLE 12 N° 10-76 EL TAMACO	3188718671
2	PANADERÍA TU PAN GOURMET - SUCURSAL 1	CALLE DE LAS NOTARIAS	3173374552
3	PANADERÍA RICO PAN	CALLE 11 N° 10-04 EL CENTRO	3174043418
4	PANADERÍA TRIGO PAN	CALLE 11 N° 11-03 CENTRO	3148334767
5	PANADERIA EXTRAPAN	CRA 11 N° 10-71 EL CENTRO	3164095684
6	PANADERÍA KARIMA	CRA 13 N° 10-31 CENTRO	3134051528
7	PANADERÍA BRA VIO	EL CENTRO	5624815
8	PANADERÍA LA HOLANDESA	CALLE 9 N° 14-02 EL MERCADO	3115471981
9	PANADERÍA LA ESPECIAL	CALLE 8 N° 13A-40 EL MERCADO	5623463
10	PANADERÍA LA UNIÓN	CALLE 8A N° 14-40 EL MERCADO	3167630988
11	PANADERÍA LADY PAN	CALLE 5 N° 15 EL MERCADO	3115519010
12	PANADERÍA FRESCO PAN	CALLE 8 N° 13A-44 EL MERCADO	5622224
13	PANADERÍA LA VICTORIA	CARRERA 14 N° 7-09 EL MERCADO	3183963105
14	PANADERÍA LA ESPERANZA	CALLE 13A N° 6-80 EL MERCADO	3112650697
15	PANADERÍA LA AMISTAD	CRA 14 N° 8-02 EL MERCADO	3103253366
16	PANADERÍA MAS PAN	CALLE 8 N° 12-53 EL MERCADO	3177621473
17	PANADERÍA LAS DELICIAS	CRA 14 N° 7-71 EL MERCADO	3162688454
18	PANADERÍA RICURAS DE OCAÑA	CALLE 8 N° 13A-43 EL MERCADO	
19	PONQUES JULIES	CALLE 8A N° 18-53 LA ROTINA	3213673403
20	TU PAN GOURMET - SUCURSAL 2	CALLE 6A N° 23-80 EL LLANO	5622021
21	PANADERIA LAS LLANADAS	CALLE 11 N° 25-16 LAS LLANADAS	
22	PANADERÍA MARABEL	CALLE 4 N° 24-05 BR. MARABEL	3174776652
23	DANNY DONUTS	EL MARABEL	3132824487
24	PANADERÍA DE JUVE	EL MARABEL	
25	PANADERÍA LA MODELO	LA MODELO	3114640463
26	PANADERÍA SURTIPAN	EL CEMENTERIO	3227106117
27	TORTAS CAROLINA	CRA 12 N° 6-19 CEMENTERIO	3144724211
28	PASTELERÍA POP'S	CRA 12 N° 6 - 37 EL CEMENTERIO	3167376892
29	LA PASTELERÍA	CEMENTERIO	3118185306
30	PANADERÍA EL BUEN GUSTO	CALLE 13A- 63 CEMENTERIO	3186250673
31	EL REINO GOURMET	CEMENTERIO	3118185306
32	TORTAS CEREZA	CRA 16 N° 5A-28	3122882850
33	PANADERÍA PUNTO PAN	CRA 20A N° 2-05 JA UN XXIII	3233370586
34	PANADERIA MAVI	CRA 28 N° 3-28 PRIMERO DE MAYO	3023460169
35	PANADERÍA MAC PAN	ALCOSURE	3167688027
36	PANADERÍA EL SABORCITO OCAÑERO	KDX 220-260 EL CARBÓN	3167583069
37	PANADERÍA FRANK PAN	EL CARBÓN	3167909750
38	PAN GOURMET SAS	CRA 7 N° 22-210 EL RAMAL	
39	PANADERÍA EL SABROSO PAN	EL BAMBO	
40	PANADERÍA ANTOJOS	LOS ALMENDROS	
41	PANADERÍA EL ARTE DEL BUEN PAN 1	CALLE 12 N° 9-22 CARRETERO	5624016
42	PANADERÍA Y PASTELERÍA ORQUIN	EL CARRETERO	3219893409
43	PANADERÍA RIÓ DE ORO	EL CENTRO	3193055789
44	PANADERÍA VIDA PAN	KDX 286-90 BR. LOS FUNDADORES	3227106117
45	TORTAS LA OCAÑERA	CRA 10 EL TEJARITO	3173113039
46	TORTAS MARIANKA	EL TEJARITO	3003706564
47	PANADERÍA Y PASTELERÍA TORTA OCAÑERA	CRA 10 EL TEJARITO	5623007
48	PANADERÍA MERCAPAN	CRA 10 EL TEJARITO	5695059
49	TIRAMISU OCAÑA TORTAS POSTRES Y PONQUE	CALLE 11 N° 7-42 BR. SAN FRANCISCO	5696812

50	PANADERÍA LA CASA DEL PAN	CALLE 11 N° 17 - 06 BR. SAN AGUSTIN	5697224
51	TORTAS GISELA OCAÑA	CALLE 11 #17-24 SAN AGUSTIN	3167540602
52	PANADERÍA EL ARTE DEL BUEN PAN 2	CALLE 7 N° 37-26 LA GLORIA	5613690
53	PANADERÍA LA GLORIA	CALLE 7 N° 40-06 LA GLORIA	5611280
54	PANADERÍA LA MORENITA	CALLE 7 N° 40-10 LA GLORIA	3172239041
55	PANADERIA KIKO PAN	CALLE 7 N° 42-32 LA GLORIA	5697257
56	PANADERÍA IMPERIAL	CALLE 7 N° 41-10 BR. LA GLORIA	5697282
57	PANADERÍA Y CAFETERÍA TERE	SANTA CLARA	3118953635
58	PANADERÍA DON GUSTICO	SANTA CLARA	3105721528
59	PANADERÍA AMA YA	SANTA CLARA	3227409601
60	PANADERÍA SANTA LAURA	SANTA CLARA	3174890512
61	TORTAS RAMÓN	CRA 49 N° 3 -05 SANTA CLARA	3168202413
62	PANADERÍA NAPOLITANA	CRA 49 N° 4-07 SANTA CLARA	5610955
63	PANADERÍA EL LLANO	SANTA CLARA	3122228173
64	PANADERÍA LA Y	LA ONDINA	
65	PANADERÍA LA BUENA	CALLE 6A N° 48A-69 LOS CRISTALES	5610683
66	PANADERÍA CRISTALINA LA 49	CRA 49 N° 36-05 SANTA CLARA	
67	PANADERÍA EL CASTILLO DE LAS TORTAS	KDX 256-480 JOSE ANTONIO GALAN	
68	PANADERÍA RICO SABOR	JOSE ANTONIO GALAN	
69	PANADERÍA PAN YIYO	KDX 213-34 LOS SAUCES	
70	TU PAN GOURMET - SUCURSAL 3	CENTRO COMERCIAL CUIDADELA NORTE	
71	TU PAN GOURMET- SUCURSAL 4	CALLE 11 N° 35-40 BUENOS AIRES	
72	DULCE CELESTE CAFE BAR	CALLE 7 N° 30-121 LOCAL 3 LA PRIMA VERA	3203291178
73	PANADERIA DE SANTI	KDX 412-260 EL DORADO	312324657
74	PANADERÍA EL BUEN PAN	KDX 253-410 BR. EL DORADO	3152859745
75	SARITA'S CAKES	CRA 28C N° 10A-30 EL CARMEN	
76	PANADERÍA Y PASTELERÍA DORADO PAN	EL DORADO	
77	PANADERÍA EL PALADAR OCAÑERO	EL HATILLO	3134924584
78	PANADERÍA SHALOMY	VÍA CIRCUNVALAR	
79	PANADERÍA FRIC PAN	VÍA CIRCUNVALAR	
80	PANADERÍA DONDE TU PAN	CRISTO REY	
81	PANADERÍA SIMÓN BOLÍVAR	SIMÓN BOLÍVAR	
82	PANADERÍA MADONNA	CALLE 12 N° 11-25 BR. EL TAMACO	5623585
83	PANADERÍA EL TRIGAL	CRA 12 N° 13-146 BR. TACALOA	
84	PANADERÍA MACSIPAN	CRA 6 N° 11-02 LA LUZ POLAR	
85	PANADERÍA ALDEANO	CALLE 7 N° 55-116 EL LIBANO	5613196
86	PANADERÍA PACHE PAN	EL DORADO	
87	PANADERÍA PANTOSTAO	CRA 11 N° 13-192 BR. TACALOA	
88	PANADERÍA LAS DELICIAS DEL TRIGO	AVENIDA FRANCISCO FERNANDEZ DE CONTRERAS	3167574193
89	PANADERÍA PAN DE VIDA	EL DORADO	
90	TORTAS SHALOMY	KDX 068-180 CIRCUNVALAR	
91	PANADERÍA SAN PASCUAL	CRA 13 N° 11-57 CENTRO	
92	PANADERÍA SERVIPAN DE CONVENCION	CARRERA 14	
93	PANADERÍA MILLO PAN	CRA 5 N° 15-67 EL MERCADO	
94	PANADERÍA EL LIBANO	CALLE 3A N° 12-32 EL LIBANO	
95	PANADERÍA ALDEANO	CALLE 7 N° 55-116 EL LIBANO	5613196
96	DELIPOSTRES Y TORTAS	CRA 14 N° 29a - APTO 3	3172285971
97	POSTRES Y TORTAS LA ERMITA	LA ERMITA	
98	TORTAS LE'CHANTILLY	CALLE 13 #25a - 76 PISO 2, BARRIO EL RETIRO	3217794734
99	TORTAS CONFETI OCAÑA	BARRIO MONTELAGO	3003752095

100 PANADERÍA Y PASTELERÍA OCAPAN	CRA 28 #14-83	3183678049
101 LA PASTELERÍA DE K	EL LIBANO	3003706796
102 MARIALE PASTELERÍA		3154837953
103 LA TARTA OCAÑA	LA PRIMAVERA	3212142029
104 COOKISHLEY	CL. 2 # 22 90 EL LANDIA	3117199183
105 DULCES BENDICIONES	CL. 2B 27A -45 IV CENTENARIO	
106 KARILANDIA	CALLE 11 # 18-02	
107 PASTELARTE KARI	CRA 20a # 15a - 14 URBANIZACIÓN ALEJANDRIA	3163090083
108 HOME CAKE	CRA 38 # 8-41 LAS PALMERAS	3115188825
109 PAN PA`VOS OCAÑA	PRIMERO DE MAYO	3017604328
110 OCAÑA`S PAN	CALLE 7 - 13 VILLA PARAÍSO	3145635914
111 PANADERÍA CACERES	CRISTO REY	3228215944
112 PANADERÍA DISTRI PAN	CALLE 17 # 14-49 CRISTO REY	3172142519
113 PANADERÍA ALEPAN	CRISTO REY	305 4445760
114 PANADERÍA CRISTO REY	CRISTO REY	
115 PANADERÍA CHURROS	CRISTO REY	
116 DULCES POSTRES Y TORTAS CASEROS	CAMILO TORRES	3102224345
117 PASTELERÍA Y REPOSTERÍA CHOCOLAND	IV CENTENARIO	3186069481
118 PANADERÍA Y PIZZERÍA VEGA	AVENIDA FRANCISCO FERNANDEZ DE CONTRERAS	3223533262
119 PANADERÍA ELIPAN	CRA 34 MANZANA 1, EL DORADO	
120 PANADERÍA EL CARMEN	EL CARMEN	
121 TORTAS Y CUPCAKES LAUDID	CALLE 8 N°28H -12, 20 DE JULIO	
122 CUPCAKES ISABELLA	CALLE 12 A # 23-08, PEÑON PARTE BAJA	
123 LA PANADERÍA	CIUDADELA DEPORTIVA	3174682477
124 RESTAURANTE Y PANADERÍA PAISA OCAÑERO	AVENIDA CIRCUNVALAR	3017129004
125 PANADERÍA BELÉN	BARRIO BELÉN	
126 PASTELERÍA Y REPOSTERÍA LA GATA GOLOSA	VILLA NUEVA	3188914448
127 TORTAS CHEILY	JUAN XXIII	3167182825
128 PANADERÍA Y PASTELERÍA ESPIGA REAL	CALLE #2 14a 33, JUAN XXIII	
129 PASTELERÍA YOFI	URBANIZACIÓN CENTRAL	3174232519
130 PANADERIA TORCOROMA	BARRIO GALÁN	
131 LUCY'S CAKES	BARRIO GALÁN	3177754480
132 TORTAS ELIANNY	BARRIO GALÁN	3228725531
133 TORTAS CAROLINA 2	BARRIO GALÁN	3144724211
134 PANADERÍA ALTOS DEL CASTILLO	ALTOS DEL CASTILLO	
135 PANADERÍA ORIELSO	BARRIO LA TORCOROMA	
136 PANADERÍA ANIBAL	BARRIO JUAN XXIII	
137 PANADERÍA A LIBERTAD	BARRIO LA LIBERTAD	
138 MANUALIDADES MIKRES	BARRIO CEMENTERIO CENTRAL	3187449990
139 TATY'S VEGA		3154863867
140 TORTAS DELI OCAÑA		3022732369
141 WAOO GELATTO CAFFE	EL CENTRO	3133786246
142 LAURY HORLANDY		3194110775
143 TORTAS ERIKA CALCEDO		3103299718
144 ZOET POSTRES Y TORTAS		3153310702
145 PLANET CUPCAKES	BARRIO BUENOS AIRES	3186239214
146 PAN, PANADERIA OCAÑA SHADDAI	BARRIO LA MODELO	
147 PAN FRANCÉS- KAREN JAIME	BARRIO LA MODELO	3114640463
148 LAS DELICIAS DE LA ABUELA		3156888241
149 TU DULCE PASTEL	BARRIO EL CARMEN	3164506351
150 PANADERÍA DELICIAS DE OCAÑA	AGUAS CLARAS	

Apéndice D. Determinación de saldos para las cuentas del modelo informal

- inventarios

Inventario de Materia prima						
Materia Prima	Gramaje	Valor Unitario	Cantidad	Compra semanal	Compra mensual	Compra Anual
Bulto de Harina	50 kg	\$ 86.000	10	\$ 860.000	\$ 3.440.000	\$ 41.280.000
Bulto de Azucar	50 kg	\$ 109.000	3	\$ 327.000	\$ 1.308.000	\$ 15.696.000
Caja de Mantequilla Tu pan	15 kg	\$ 46.000	2	\$ 92.000	\$ 368.000	\$ 4.416.000
Caja de Mantequilla Selecta	15 kg	\$ 68.000	2	\$ 136.000	\$ 544.000	\$ 6.528.000
Levadura angel	500 g	\$ 9.000	1	\$ 9.000	\$ 36.000	\$ 432.000
Levadura Levapan	500 g	\$ 3.700	8	\$ 29.600	\$ 118.400	\$ 1.420.800
Polvo de Hornear Levapan	1 kg	\$ 10.000	1	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 240.000
Panela	unidad	\$ 1.750	12	\$ 21.000	\$ 84.000	\$ 1.008.000
Cartones de huevo	30 unidades	\$ 7.800	10	\$ 78.000	\$ 312.000	\$ 3.744.000
Sal Yodisal	18000 g	\$ 14.000	1	\$ 14.000	\$ 56.000	\$ 672.000
Esencia Levapan	500 ml	\$ 12.000	1	\$ -	\$ 12.000	\$ 96.000
Esencia Levapan	500 ml	\$ 7.000	1	\$ -	\$ 7.000	\$ 56.000
Esencias Carolesen	510 ml	\$ 6.000	3	\$ -	\$ 18.000	\$ 144.000
Esencia Prodia	500 ml	\$ 9.000	1	\$ -	\$ 9.000	\$ 72.000
Esencia Deliaromas	510 ml	\$ 7.500	1	\$ -	\$ 7.500	\$ 60.000
Queso	1 kg	\$ 9.500	10	\$ 95.000	\$ 380.000	\$ 4.560.000
Bloque de bocadillo El principe	12,5 kg	\$ 21.000	1	\$ 21.000	\$ 84.000	\$ 1.008.000
Bocadillo Levapan	1 kg	\$ 7.000	1	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 336.000
Cemido de Guayaba	1 kg	\$ 7.000	1	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 336.000
Bicarbonato	1 kg	\$ 2.500	1	\$ -	\$ 5.000	\$ 60.000
Leche Freskaleche	400 ml	\$ 1.400	4	\$ 5.600	\$ 22.400	\$ 268.800
Color Amarillo Carolesen	500 g	\$ 10.000	1	\$ -	\$ 10.000	\$ 80.000
Maizena	12 kg	\$ 38.000	1	\$ -	\$ 38.000	\$ 456.000
Salvado	5 kg	\$ 7.500	1	\$ -	\$ 15.000	\$ 180.000
Aceite	1 L	\$ 5.500	6	\$ 33.000	\$ 132.000	\$ 1.584.000
Queso en lonchitas	1 kg	\$ 13.000	3	\$ 39.000	\$ 156.000	\$ 1.872.000
Coco azucarado	2,5 kg	\$ 28.000	1	\$ -	\$ 56.000	\$ 672.000
Fruta artificial	1 kg	\$ 8.000	1	\$ 8.000	\$ 32.000	\$ 384.000
Margarina Gourmet	500 gr	\$ 2.700	12	\$ 32.400	\$ 129.600	\$ 1.555.200
TOTAL					\$ 7.455.900	\$ 89.216.800

Inventario Productos terminados							
Producto	Cantidad	Costo de produccion diaria	Dias de produccion	Produccion semanal	Produccion mensual	Produccion anual	
Tostada	237	\$ 13.677	3	\$ 41.030	\$ 164.118	\$ 1.969.421	
Pan de queso	690	\$ 36.204,0	6	\$ 217.224	\$ 868.896	\$ 10.426.752	
Pan Tajado	18	\$ 12.443,1	5	\$ 62.215	\$ 248.861	\$ 2.986.336	
Bola aliñada	90	\$ 6.458,8	5	\$ 32.294	\$ 129.176	\$ 1.550.112	
Pan relleno	91	\$ 5.510,3	5	\$ 27.551	\$ 110.206	\$ 1.322.471	
Pan de mantequilla	91	\$ 5.377,1	5	\$ 26.886	\$ 107.542	\$ 1.290.504	
Donas	106	\$ 4.695,4	6	\$ 28.172	\$ 112.690	\$ 1.352.275	
Pan de cascarita	169	\$ 10.396,6	5	\$ 51.983	\$ 207.933	\$ 2.495.192	
Pan Integral	84	\$ 4.732,0	4	\$ 18.928	\$ 75.711	\$ 908.538	
Pastelitos	189	\$ 11.795,8	6	\$ 70.775	\$ 283.098	\$ 3.397.181	
Pan Ocañero	1828	\$ 150.348,3	6	\$ 902.090	\$ 3.608.360	\$ 43.300.320	
Galleta de patacon	115	\$ 9.832,6	2	\$ 19.665	\$ 78.661	\$ 943.934	
Cucas	176	\$ 14.847,9	2	\$ 29.696	\$ 118.783	\$ 1.425.398	
Galleta Triangulo	150	\$ 7.593,3	2	\$ 15.187	\$ 60.746	\$ 728.957	
Total Inventario					\$ 6.174.783	\$ 74.097.392	

Inventario de Mercancías no Fabricada por la Empresa

Producto	Cantidad	Precio total	Precio unitario	Compra mensual	Compra anual
Gatorade	12	\$ 27.000	\$ 2.250	\$ 27.000	\$ 324.000
Speed Max	24	\$ 20.000	\$ 833	\$ 40.000	\$ 480.000
Agua Cristal 600ml	24	\$ 16.800	\$ 700	\$ 16.800	\$ 201.600
Agua Cristal 300ml	24	\$ 11.500	\$ 479	\$ 11.500	\$ 138.000
Agua Cristal con gas 300ml	24	\$ 11.500	\$ 479	\$ 11.500	\$ 138.000
Gaseosa Postobón 250ml	30	\$ 21.000	\$ 700	\$ 21.000	\$ 252.000
Postobón Manzana 1.5 L	6	\$ 15.000	\$ 2.500	\$ 60.000	\$ 720.000
Postobón Pepsi 1.5 L	6	\$ 15.000	\$ 2.500	\$ 60.000	\$ 720.000
Postobón Hipinto 1.5 L	6	\$ 15.000	\$ 2.500	\$ 60.000	\$ 720.000
Gaseosa Postobón 2.5 L	10	\$ 30.000	\$ 3.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Pony Malta Mini 200ml	30	\$ 24.000	\$ 800	\$ 48.000	\$ 576.000
Pony Malta 1 L	15	\$ 32.000	\$ 2.133	\$ 64.000	\$ 768.000
Natumalta 200ml	30	\$ 20.000	\$ 667	\$ 40.000	\$ 480.000
Natumalta 1 L	15	\$ 28.000	\$ 1.867	\$ 56.000	\$ 672.000
Coca Cola 1.5 L	12	\$ 38.000	\$ 3.167	\$ 76.000	\$ 912.000
Coca Cola 192 ml	30	\$ 25.000	\$ 833	\$ 25.000	\$ 300.000
Big Cola 1.4 L	9	\$ 17.100	\$ 1.900	\$ 17.100	\$ 205.200
Big Cola 1.75 L	8	\$ 16.000	\$ 2.000	\$ 16.000	\$ 192.000
Big Cola 400 ml	12	\$ 10.000	\$ 833	\$ 40.000	\$ 480.000
Jugo Cifrut	15	\$ 8.650	\$ 577	\$ 17.300	\$ 207.600
Jugo California	12	\$ 15.000	\$ 1.250	\$ 15.000	\$ 180.000
Sporade	12	\$ 15.000	\$ 1.250	\$ 15.000	\$ 180.000
Bolis x 12	12	\$ 1.000	\$ 83	\$ 2.000	\$ 24.000
Bolis x 15	15	\$ 1.000	\$ 67	\$ 2.000	\$ 24.000
Freskaleche 400 ml	5	\$ 6.000	\$ 1.200	\$ 72.000	\$ 864.000
Freskaleche 900 ml	5	\$ 9.000	\$ 1.800	\$ 108.000	\$ 1.296.000
TOTALES				\$ 1.041.200	\$ 12.494.400

- Ingresos no operacionales

INGRESO NO OPERACIONAL	Precio unitario	Cantidad	Venta semanal	Venta mensual	Venta anual
Bolsa de harina	\$ 700	10	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 336.000
Sacos del Azúcar	\$ 500	3	\$ 1.500	\$ 6.000	\$ 72.000
Cartones de huevos	\$ 10	50	\$ 500	\$ 2.000	\$ 24.000
Total			\$ 9.000	\$ 36.000	\$ 432.000

Ingresos no operacionales									
Producto	Cantidad	Precio total	Precio unitario	Precio de venta	Ganancia	Venta semanal	Venta mensual	Venta anual	
Gatorade	12	\$ 27.000	\$ 2.250	\$ 2.700	\$ 450	\$ 8.100	\$ 32.400	\$ 388.800	
Speed Max	24	\$ 20.000	\$ 833	\$ 1.200	\$ 367	\$ 8.400	\$ 33.600	\$ 403.200	
Agua Cristal 600ml	24	\$ 16.800	\$ 700	\$ 1.000	\$ 300	\$ 6.000	\$ 24.000	\$ 288.000	
Agua Cristal 300ml	24	\$ 11.500	\$ 479	\$ 600	\$ 121	\$ 3.600	\$ 14.400	\$ 172.800	
Agua Cristal con gas 300ml	24	\$ 11.500	\$ 479	\$ 600	\$ 121	\$ 3.600	\$ 14.400	\$ 172.800	
Gaseosa Postobón 250ml	30	\$ 21.000	\$ 700	\$ 1.000	\$ 300	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 336.000	
Postobón Manzana 1.5 L	6	\$ 15.000	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 500	\$ 18.000	\$ 72.000	\$ 864.000	
Postobón Pepsi 1.5 L	6	\$ 15.000	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 500	\$ 18.000	\$ 72.000	\$ 864.000	
Postobón Hipinto 1.5 L	6	\$ 15.000	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 500	\$ 18.000	\$ 72.000	\$ 864.000	
Gaseosa Postobón 2.5 L	10	\$ 30.000	\$ 3.000	\$ 3.500	\$ 500	\$ 17.500	\$ 70.000	\$ 840.000	
Pony Malta Mini 200ml	30	\$ 24.000	\$ 800	\$ 1.000	\$ 200	\$ 12.000	\$ 48.000	\$ 576.000	
Pony Malta 1 L	15	\$ 32.000	\$ 2.133	\$ 2.600	\$ 467	\$ 15.600	\$ 62.400	\$ 748.800	
Natumalta 200ml	30	\$ 20.000	\$ 667	\$ 1.000	\$ 333	\$ 15.000	\$ 60.000	\$ 720.000	
Natumalta 1 L	15	\$ 28.000	\$ 1.867	\$ 2.500	\$ 633	\$ 17.500	\$ 70.000	\$ 840.000	
Coca Cola 1.5 L	12	\$ 38.000	\$ 3.167	\$ 3.800	\$ 633	\$ 22.800	\$ 91.200	\$ 1.094.400	
Coca Cola 192 ml	30	\$ 25.000	\$ 833	\$ 1.000	\$ 167	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 336.000	
Big Cola 1.4 L	9	\$ 17.100	\$ 1.900	\$ 2.200	\$ 300	\$ 4.400	\$ 17.600	\$ 211.200	
Big Cola 1.75 L	8	\$ 16.000	\$ 2.000	\$ 2.500	\$ 500	\$ 5.000	\$ 20.000	\$ 240.000	
Big Cola 400 ml	12	\$ 10.000	\$ 833	\$ 1.000	\$ 167	\$ 10.000	\$ 40.000	\$ 480.000	
Jugo Cifrut	15	\$ 8.650	\$ 577	\$ 800	\$ 223	\$ 5.600	\$ 22.400	\$ 268.800	
Jugo California	12	\$ 15.000	\$ 1.250	\$ 1.700	\$ 450	\$ 5.100	\$ 20.400	\$ 244.800	
Sporade	12	\$ 15.000	\$ 1.250	\$ 2.000	\$ 750	\$ 6.000	\$ 24.000	\$ 288.000	
Bolis x 12	12	\$ 1.000	\$ 83	\$ 100	\$ 17	\$ 600	\$ 2.400	\$ 28.800	
Bolis x 15	15	\$ 1.000	\$ 67	\$ 100	\$ 33	\$ 600	\$ 2.400	\$ 28.800	
Freskaleche 400 ml	5	\$ 6.000	\$ 1.200	\$ 1.400	\$ 200	\$ 14.000	\$ 56.000	\$ 672.000	
Freskaleche 900 ml	5	\$ 9.000	\$ 1.800	\$ 2.000	\$ 200	\$ 16.000	\$ 64.000	\$ 768.000	
TOTALES						\$ 265.400	\$ 1.061.600	\$ 12.739.200	

- Gastos

Gastos operacionales		
Gasto	Pago Mensual	Pago anual
Sueldos	\$ 3.240.000	\$ 38.880.000
Luz	\$ 100.500	\$ 1.206.000
Agua	\$ 14.500	\$ 174.000
Gas	\$ 596.000	\$ 7.152.000
Arriendo	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Fletes	\$ 168.000	\$ 2.016.000
Otros gastos	\$ 320.000	\$ 3.840.000
TOTAL	\$ 5.039.000	\$ 60.468.000

Gastos de personal				
Sueldos	Diario	Semanal	Mensual	Anual
Raúl Carreño	\$ 50.000	\$ 300.000	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Alfonso Jiménez	\$ 30.000	\$ 120.000	\$ 480.000	\$ 5.760.000
María Angelica Rangel	\$ 5.000	\$ 30.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Yesenia Carreño	\$ 30.000	\$ 180.000	\$ 720.000	\$ 8.640.000
Lina Carreño	\$ 30.000	\$ 180.000	\$ 720.000	\$ 8.640.000
TOTAL			\$ 3.240.000	\$ 38.880.000

Otros gastos	Mensual	Anual
Bolsas	\$ 301.000	\$ 3.612.000
Pitillos	\$ 3.000	\$ 36.000
Vasos	\$ 12.000	\$ 144.000
Servilletas	\$ 4.000	\$ 48.000
Total	\$ 320.000	\$ 3.840.000

- Costos

Tostada		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	6060 g	\$ 10.423
Azúcar	500 g	\$ 1.090
Sal	150 g	\$ 116,7
Levadura Ángel	60 g	\$ 1.080,0
Mantequilla	250 g	\$ 766,7
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Total		\$ 13.677

Pan Tajado		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	4680 g	\$ 8.049,6
Azúcar	360 g	\$ 784,8
Sal	105 g	\$ 81,7
Levadura Ángel	45 g	\$ 810,0
Mantequilla	360 g	\$ 1.632,0
Huevos	3	\$ 780,0
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Esencia Carolesen	7,5 ml	\$ 105,0
Total		\$ 12.443,1

Pan de queso		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	12500 g	\$ 21.500,0
Azúcar	2500 g	\$ 5.450,0
Sal	180 g	\$ 140,0
Levadura Levapan	360 g	\$ 2.664,0
Mantequilla tu pan	625 g	\$ 1.916,7
Mantequilla selecta	625 g	\$ 2.833,3
Huevos	5	\$ 1.300,0
Color amarillo	20 g	\$ 400,0
Total		\$ 36.204,0

Bola aliñada		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1560 g	\$ 2.683,2
Azúcar	420 g	\$ 915,6
Mantequilla Selecta	180 g	\$ 816,0
Huevos	1	\$ 260,0
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Queso	120 g	\$ 1.140,0
Levadura	60 g	\$ 444,0
Total		\$ 6.458,8

Pan de mantequilla		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1560 g	\$ 2.683,2
Azúcar	250 g	\$ 545,0
Sal	30 g	\$ 23,3
Mantequilla Selecta	250 g	\$ 1.133,3
Huevos	1	\$ 260,0
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Levadura Levapan	60 g	\$ 444,0
Esencia de mantequilla	7,5 ml	\$ 88,2
Total		\$ 5.377,1

Donas		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1560 g	\$ 2.683,2
Azúcar	270 g	\$ 588,6
Sal	30 g	\$ 23,3
Mantequilla Selecta	90 g	\$ 408,0
Huevos	1	\$ 260,0
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Levadura Levapan	60 g	\$ 444,0
Esencia de mantequilla	7,5 ml	\$ 88,2
Total		\$ 4.695,4

Pan de cascarita		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	3120 g	\$ 5.366,4
Azúcar	500 g	\$ 1.090,0
Sal	60 g	\$ 46,7
Mantequilla Selecta	370 g	\$ 1.677,3
Huevos	4	\$ 1.040,0
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Levadura Levapan	120 g	\$ 888,0
Esencia de mantequilla	7,5 ml	\$ 88,2
Total		\$ 10.396,6

Pan Integral		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1560 g	\$ 2.683,2
Azúcar	120 g	\$ 261,6
Sal	15 g	\$ 11,7
Mantequilla Tu pan	120 g	\$ 368,0
Huevos	1	\$ 260,0
Levadura Ángel	45 g	\$ 810,0
Esencia de Caramelo	11,25 ml	\$ 157,5
Salvado	120 g	\$ 180,0
Total		\$ 4.732,0

Pastelitos		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	3120 g	\$ 5.366,4
Azúcar	210 g	\$ 457,8
Sal	30 g	\$ 23,3
Mantequilla Tu pan	150 g	\$ 460,0
Mantequilla Gourmet	1000 g	\$ 5.400,0
Esencia Carolesen	7,5 ml	\$ 88,2
Total		\$ 11.795,8

Galleta de patacón		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1500 g	\$ 2.580,0
Azúcar	1000 g	\$ 2.180,0
Esencia Deliaromas	7,5 ml	\$ 110,3
Mantequilla Selecta	750 g	\$ 3.400,0
Esencia Prodia	7,5 ml	\$ 132,4
Huevos	3	\$ 780,0
Color amarillo	10 ml	\$ 200,0
Polvo de hornear	45 g	\$ 450
Total		\$ 9.832,6

Galleta Triangulo		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1620 g	\$ 2.786,4
Azúcar	1000 g	\$ 2.180,0
Mantequilla Selecta	560 g	\$ 2.538,7
Esencia Carolesen	7,5 ml	\$ 88,2
Total		\$ 7.593,3

Cucas		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	3120 g	\$ 5.366,4
Bicarbonato	75 g	\$ 187,5
Mantequilla Selecta	120 g	\$ 544,0
Panelas	5	\$ 8.750,0
Total		\$ 14.847,9

Pan relleno		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	1560 g	\$ 2.683,2
levadura Ángel	15 g	\$ 270,0
Azúcar	300 g	\$ 654,0
sal	10 g	\$ 7,8
Mantequilla Tu pan	150 g	\$ 460,0
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Azúcar	360 g	\$ 784,8
Harina	120 g	\$ 206,4
Color amarillo	10 g	\$ 200,0
Esencia de vainilla	3,75 ml	\$ 44,1
Total		\$ 5.510,3

Pan Ocañero		
Materia Prima	Cantidad	Costo
Harina	50000 g	\$ 86.000,0
Azúcar	14000 g	\$ 30.520,0
Sal	435 g	\$ 338,3
Mantequilla Selecta	3000 g	\$ 13.600,0
Mantequilla Tu pan	3000 g	\$ 9.200,0
Huevos	25	\$ 6.500,0
Levadura Ángel	40 g	\$ 720,0
Azúcar	1000 g	\$ 2.180,0
Harina	750 g	\$ 1.290,0
Total		\$ 150.348,3

Apéndice E. Determinación de saldos para las cuentas del modelo formal

- Costos de MP, MOD, CIF

MATERIA PRIMA UTILIZADA					
Producto	Costo diario	Producción semanal	Costo semanal	Costo mensual	Costo Anual
Tostada	\$ 13.677,0	3	\$ 41.031,0	\$ 164.124,0	\$ 1.969.488,0
Pan de queso	\$ 50.874,0	6	\$ 305.244,0	\$ 1.220.976,0	\$ 14.651.712,0
Pan Tajado	\$ 12.443,1	5	\$ 62.215,5	\$ 248.862,0	\$ 2.986.344,0
Bola aliñada	\$ 6.458,8	5	\$ 32.294,0	\$ 129.176,0	\$ 1.550.112,0
Pan relleno	\$ 5.560,7	5	\$ 27.803,5	\$ 111.214,0	\$ 1.334.568,0
Pan de mantequilla	\$ 8.498,1	5	\$ 42.490,5	\$ 169.962,0	\$ 2.039.544,0
Donas	\$ 10.447,4	6	\$ 62.684,4	\$ 250.737,6	\$ 3.008.851,2
Pan de cascarita	\$ 10.681,6	5	\$ 53.408,0	\$ 213.632,0	\$ 2.563.584,0
Pan Integral	\$ 4.732,0	4	\$ 18.928,0	\$ 75.712,0	\$ 908.544,0
Pastelitos	\$ 14.067,4	6	\$ 84.404,4	\$ 337.617,6	\$ 4.051.411,2
Pan Ocañero	\$ 150.549,9	6	\$ 903.299,4	\$ 3.613.197,6	\$ 43.358.371,2
Galleta de patacón	\$ 9.832,6	2	\$ 19.665,2	\$ 78.660,8	\$ 943.929,6
Cucas	\$ 14.847,9	2	\$ 29.695,8	\$ 118.783,2	\$ 1.425.398,4
Galleta Triangulo	\$ 7.593,3	2	\$ 15.186,6	\$ 60.746,4	\$ 728.956,8
Total	\$ 320.263,8		\$ 1.698.350,3	\$ 6.793.401,2	\$ 81.520.814,4

MOD UTILIZADA					
Producto	Costo diario	Producción semanal	Costo semanal	Costo mensual	Costo Anual
Tostada	\$ 14.723,6	3	\$ 44.170,8	\$ 176.683,2	\$ 2.120.198,2
Pan de queso	\$ 14.723,6	6	\$ 88.341,6	\$ 353.366,4	\$ 4.240.396,4
Pan Tajado	\$ 14.723,6	5	\$ 73.618,0	\$ 294.472,0	\$ 3.533.663,7
Bola aliñada	\$ 14.723,6	5	\$ 73.618,0	\$ 294.472,0	\$ 3.533.663,7
Pan relleno	\$ 14.723,6	5	\$ 73.618,0	\$ 294.472,0	\$ 3.533.663,7
Pan de mantequilla	\$ 14.723,6	5	\$ 73.618,0	\$ 294.472,0	\$ 3.533.663,7
Donas	\$ 14.723,6	6	\$ 88.341,6	\$ 353.366,4	\$ 4.240.396,4
Pan de cascarita	\$ 14.723,6	5	\$ 73.618,0	\$ 294.472,0	\$ 3.533.663,7
Pan Integral	\$ 14.723,6	4	\$ 58.894,4	\$ 235.577,6	\$ 2.826.931,0
Pastelitos	\$ 14.723,6	6	\$ 88.341,6	\$ 353.366,4	\$ 4.240.396,4
Pan Ocañero	\$ 14.723,6	6	\$ 88.341,6	\$ 353.366,4	\$ 4.240.396,4
Galleta de patacón	\$ 14.723,6	2	\$ 29.447,2	\$ 117.788,8	\$ 1.413.465,5
Cucas	\$ 14.723,6	2	\$ 29.447,2	\$ 117.788,8	\$ 1.413.465,5
Galleta Triangulo	\$ 14.723,6	2	\$ 29.447,2	\$ 117.788,8	\$ 1.413.465,5
Total	\$ 206.130,4		\$ 912.863,1	\$ 3.651.452,5	\$ 43.817.429,7

CIF UTILIZADOS					
Producto	Costo diario	Producción semanal	Costo semanal	Costo mensual	Costo Anual
Tostada	\$ 8.739,1	3	\$ 26.217,3	\$ 104.869,4	\$ 1.258.432,3
Pan de queso	\$ 8.739,1	6	\$ 52.434,7	\$ 209.738,7	\$ 2.516.864,7
Pan Tajado	\$ 8.739,1	5	\$ 43.695,6	\$ 174.782,3	\$ 2.097.387,2
Bola aliñada	\$ 8.739,1	5	\$ 43.695,6	\$ 174.782,3	\$ 2.097.387,2
Pan relleno	\$ 8.739,1	5	\$ 43.695,6	\$ 174.782,3	\$ 2.097.387,2
Pan de mantequilla	\$ 8.739,1	5	\$ 43.695,6	\$ 174.782,3	\$ 2.097.387,2
Donas	\$ 8.739,1	6	\$ 52.434,7	\$ 209.738,7	\$ 2.516.864,7
Pan de cascarita	\$ 8.739,1	5	\$ 43.695,6	\$ 174.782,3	\$ 2.097.387,2
Pan Integral	\$ 8.739,1	4	\$ 34.956,5	\$ 139.825,8	\$ 1.677.909,8
Pastelitos	\$ 8.739,1	6	\$ 52.434,7	\$ 209.738,7	\$ 2.516.864,7
Pan Ocañero	\$ 8.739,1	6	\$ 52.434,7	\$ 209.738,7	\$ 2.516.864,7
Galleta de patacon	\$ 8.739,1	2	\$ 17.478,2	\$ 69.912,9	\$ 838.954,9
Cucas	\$ 8.739,1	2	\$ 17.478,2	\$ 69.912,9	\$ 838.954,9
Galleta Triangulo	\$ 8.739,1	2	\$ 17.478,2	\$ 69.912,9	\$ 838.954,9
Total	\$ 122.347,6		\$ 541.825,0	\$ 2.167.300,1	\$ 26.007.601,7

- Activos

Saldo Caja		
Caja	Entrada	Salida
Ventas Operacionales	\$ 290.825.977	
Ventas no Operacionales	\$ 13.171.200	
(-Compras)		\$ 95.659.200
(-Gastos)		\$ 106.014.647
(-costos)		\$ 69.576.225
Subtotal	\$ 303.997.177	\$ 271.250.072
Total	\$ 32.747.105	

Saldo Inventarios			
Inventarios	Inicial	Utilizado	Final
Materia Prima	\$ 89.216.800	\$ 81.520.814	\$ 7.695.986
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 12.494.400	\$ 10.209.760	\$ 2.284.640
total	\$ 101.711.200	\$ 91.730.574	\$ 9.980.626

Saldo Propiedad, Planta y Equipo								
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	Cantidad	Costo unitario	Costo	Vida útil (Años)	Depreciación	Depreciación total	Depreciación mensual	Depreciación diaria
Horno de 12 puestos	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	25	\$ 44.000	\$ 44.000	\$ 3.667	\$ 122
Horno de 2 puestos	1	\$ 300.000	\$ 300.000	20	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 1.250	\$ 42
Sobadora	1	\$ 800.000	\$ 800.000	30	\$ 26.667	\$ 26.667	\$ 2.222	\$ 74
Picadora	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	20	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 5.833	\$ 194
Bongo	1	\$ 120.000	\$ 120.000	20	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 500	\$ 17
Estufa	1	\$ 50.000	\$ 50.000	10	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 417	\$ 14
Mesa de ángulo	1	\$ 300.000	\$ 300.000	30	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 833	\$ 28
Latero	1	\$ 100.000	\$ 100.000	20	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 417	\$ 14
Latas hierro	60	\$ 5.000	\$ 300.000	35	\$ 143	\$ 8.571	\$ 714	\$ 24
Latas aluminio	40	\$ 10.000	\$ 400.000	15	\$ 667	\$ 26.667	\$ 2.222	\$ 74
Moldes de pudín	100	\$ 500	\$ 50.000	20	\$ 25	\$ 2.500	\$ 208	\$ 7
Moldes tajado	54	\$ 7.000	\$ 378.000	20	\$ 350	\$ 18.900	\$ 1.575	\$ 53
Moldes de torta	6	\$ 10.000	\$ 60.000	20	\$ 500	\$ 3.000	\$ 250	\$ 8
Moldes Mantecada	64	\$ 469	\$ 30.016	20	\$ 23	\$ 1.501	\$ 125	\$ 4
Rodillo de madera	1	\$ 10.000	\$ 10.000	30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Canastas grandes	17	\$ 14.000	\$ 238.000	15	\$ 933	\$ 15.867	\$ 1.322	\$ 44
Canastas cuadradas	3	\$ 8.000	\$ 24.000	15	\$ 533	\$ 1.600	\$ 133	\$ 4
Espátula	1	\$ 10.000	\$ 10.000	15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuchillo Segueta	2	\$ 7.000	\$ 14.000	15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Hacha	1	\$ 7.000	\$ 7.000	15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Rodaja	1	\$ 10.000	\$ 10.000	15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Vitrina con 12 canastas	1	\$ 400.000	\$ 400.000	30	\$ 13.333	\$ 13.333	\$ 1.111	\$ 37
Vitrina con 8 canastas	1	\$ 500.000	\$ 500.000	30	\$ 16.667	\$ 16.667	\$ 1.389	\$ 46
Vitrina cruz 1	1	\$ 250.000	\$ 250.000	30	\$ 8.333	\$ 8.333	\$ 694	\$ 23
Vitrina cruz 2	1	\$ 300.000	\$ 300.000	30	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 833	\$ 28
Congelador	1	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	25	\$ 82.800	\$ 82.800	\$ 6.900	\$ 230
Rallador	1	\$ 5.000	\$ 5.000	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Molino	1	\$ 40.000	\$ 40.000	15	\$ 2.667	\$ 2.667	\$ 222	\$ 7
Cuchillo eléctrico Oster	1	\$ 60.000	\$ 60.000	10	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 500	\$ 17
Cucharon	1	\$ 10.000	\$ 10.000	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Peso	1	\$ 15.000	\$ 15.000	20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Juego de mesa con 4 sillas	1	\$ 120.000	\$ 120.000	10	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 1.000	\$ 33
Brochas	4	\$ 3.000	\$ 12.000	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bandejas metálicas	10	\$ 7.000	\$ 70.000	15	\$ 467	\$ 4.667	\$ 389	\$ 13
Bandejas de pasta	3	\$ 4.000	\$ 12.000	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Raspadoras de Hierro	2	\$ 4.500	\$ 9.000	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Raspadora de plástico	2	\$ 500	\$ 1.000	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Brillas de madera nuevas	3	\$ 500	\$ 1.500	20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Brillas de madera viejas	3	\$ 500	\$ 1.500	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Tenedor	1	\$ 500	\$ 500	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cajero	1	\$ 300.000	\$ 300.000	20	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 1.250	\$ 42
TOTAL PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			\$ 9.878.516			\$ 431.739	\$ 35.978	\$ 1.199

Depreciación calculada			
	Diaria	Mensual	Anual
Depreciación maquinaria de operación	\$ 691	\$ 20.734	\$ 248.806
Depreciación restante	\$ 508	\$ 15.244	\$ 182.933
Total			\$ 431.739

- Pasivos

Saldo Provisiones de Nómina		
Provisión Nómina	Mes	Año
Cesantías	\$ 1.005.457	\$ 12.065.479

- Patrimonio

Panadería Punto Pan Balance de Apertura A 1 de enero de 2019		
ACTIVO		
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		\$ -
Efectivo	\$ -	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 9.695.583
Propiedad planta y equipo	\$ 9.878.516	
Depreciacion	\$ 182.933	
TOTAL ACTIVO		\$ 9.695.583
PASIVO		
TOTAL PASIVO		\$ -
PATRIMONIO		
CAPITAL		\$ 9.695.583
Capital social	\$ 9.695.583	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 9.695.583
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 9.695.583

- Ingresos

Saldo Ventas						
Producto	Número de productos	Precio de venta	Venta diaria	Venta semanal	Venta mensual	Venta anual
Tostada	237	\$ 199,8	\$ 47.353	\$ 284.119	\$ 1.136.475	\$ 13.637.702
Pan de queso	690	\$ 200,4	\$ 138.266	\$ 829.598	\$ 3.318.391	\$ 39.820.690
Pan Tajado	18	\$ 2.204,2	\$ 39.676	\$ 238.056	\$ 952.222	\$ 11.426.666
Bola aliñada	90	\$ 400,6	\$ 36.055	\$ 216.333	\$ 865.330	\$ 10.383.962
Pan relleno	91	\$ 400,3	\$ 36.424	\$ 218.546	\$ 874.185	\$ 10.490.222
Pan de mantequilla	91	\$ 400,4	\$ 36.435	\$ 218.612	\$ 874.448	\$ 10.493.374
Donas	106	\$ 399,9	\$ 42.388	\$ 254.326	\$ 1.017.303	\$ 12.207.640
Pan de cascarita	169	\$ 300,0	\$ 50.704	\$ 304.226	\$ 1.216.903	\$ 14.602.839
Pan Integral	84	\$ 400,1	\$ 33.608	\$ 201.649	\$ 806.594	\$ 9.679.132
Pastelitos	189	\$ 299,8	\$ 56.670	\$ 340.023	\$ 1.360.091	\$ 16.321.095
Pan Ocañero	1828	\$ 199,9	\$ 365.426	\$ 2.192.559	\$ 8.770.236	\$ 105.242.828
Galleta de patacón	115	\$ 299,7	\$ 34.461	\$ 206.764	\$ 827.056	\$ 9.924.667
Cucas	176	\$ 300,4	\$ 52.869	\$ 317.212	\$ 1.268.847	\$ 15.226.170
Galleta Triangulo	150	\$ 300,2	\$ 45.031	\$ 270.187	\$ 1.080.749	\$ 12.968.991
Total						\$ 292.425.977

Saldo Ingresos no Operacionales			
INGRESOS NO OPERACIONAL	Entrada semanal	Entrada mensual	Entrada anual
Bolsas de harina	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 336.000
Sacos del Azúcar	\$ 1.500	\$ 6.000	\$ 72.000
Cartones de huevos	\$ 500	\$ 2.000	\$ 24.000
Bebidas	\$ 265.400	\$ 1.061.600	\$ 12.739.200
Total		\$ 1.097.600	\$ 13.171.200

- Gastos

Saldo de Gastos		
Gastos	Mes	Año
De personal administrativo	\$ 6.320.615	\$ 75.847.386
De personal de ventas	\$ 2.679.695	\$ 32.156.340
Servicios	\$ 51.700	\$ 620.400
Arriendo	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Diversos	\$ 488.000	\$ 5.856.000
Total		\$ 118.080.126

Gastos de Personal Administrativo			
Empleado	Total pagado	Provisiones	Prestaciones sociales
Gerente	\$ 1.840.000	\$ 500.400	\$ 436.600
Auxiliar contable	\$ 910.433	\$ 219.626	\$ 209.788
Jefe de Marketing	\$ 1.482.854	\$ 375.300	\$ 345.614
Total	\$ 4.233.287	\$ 1.095.326	\$ 992.002

Gastos de Personal de Ventas			
Empleado	Total pagado	Provisiones	Prestaciones sociales
Vendedor 1	\$ 910.433	\$ 219.626	\$ 209.788
Vendedor 2	\$ 910.433	\$ 219.626	\$ 209.788
Total	\$ 1.820.866	\$ 439.253	\$ 419.577