PLAN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA REFRIGERADA A BASE DE FRUTAS 100% NATURAL SIN CONSERVANTES EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI EN LA COMUNA NUMERO CINCO.

CHRISTIAN FERNANDO GALINDO VASQUEZ HANELLY ORTIZ BOLAÑOS

FUDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL SANTIAGO DE CALI

2015

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA REFRIGERADA A BASE DE FRUTAS 100% NATURAL SIN CONSERVANTES EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI EN LA COMUNA NUMERO 5.

CHRISTIAN FERNANDO GALINDO VASQUEZ

HANELLY ORTIZ BOLAÑOS

Proyecto de grado presentado para optar el título de Administración Empresarial

Asesor del proyecto

EDISON CORCINO B

FUDACION UNIVERSITARIA CÁTOLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

SANTIAGO DE CALI

2015

NOTA DE ACEPTACIÓN

Facultad de Ciencias Empresariales de la	Trabajo de grado aprobado por la
en Gentium, válido como requisito parcial	Fundación Universitaria Católica Lum
er el título de Administrador de Empresas.	para obtene
·	·
5	
Presidente del Jurado	
Jurado	
Jurado	
Julauo	

Santiago de Cali, mayo de 2015

DEDICATORIA

Los Autores expresan su agradecimiento a:

Agradecemos en primera instancia a Dios por ser el punto de fortaleza que nos guio durante todo el proceso de formación académica, brindándonos fortaleza y un camino de luz en aquellos momentos de debilidad, dándonos la oportunidad de tener una experiencia de aprendizaje única y fundamental para nuestra vida.

A nuestros docentes por habernos transmitido su conocimiento para aplicarlo en nuestra vida profesional, ofreciéndonos el apoyo necesario para adquirir sabiduría que enriquecieron nuestras capacidades intelectuales que dieron como resultado seres humanos más íntegros.

Agradecemos a nuestros padres por todo el esfuerzo y confianza que depositaron en nosotros que hoy se les es atribuido a ellos con la culminación exitosa de nuestro proceso de formación.

Al docente, EDINSON CORCINO, por haber acompañado una propuesta de trabajo que representa una meta personal y laboral, por todo el apoyo, su experiencia y conocimientos en la asesoría de este proyecto.

A la corporación universitaria católica lumen Gentium por habernos brindado sus instalaciones para desarrollar nuestras habilidades como profesionales brindándonos un aprendizaje constante con el que hoy esta meta se convierte en realidad, la cual nos abre grandes puertas al futuro laboral.

RESUMEN

La carrera de administración de empresas en la sede Meléndez es una carrera con el fin de impulsar emprendedores a llevar a cabo sus ideas de negocio, en la cual se estudió el plan para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de pulpa de fruta natural, enfocándose en la región vallecaucana, en sus comienzos teniendo su sede principal en la comuna cinco de Santiago de Cali enfatizada en la observación de los entornos de mercado que se ubican en este sector, teniendo en cuenta que es una zona de bastante comercio por lo cual se espera una rentabilidad muy oportuna.

Impulsados en ofrecer productos de gran jerarquía a un precio asequible se pone en marcha la idea de crear un producto natural que beneficie la salud de las personas, ofreciendo al público un producto rico en vitaminas y de gran calidad para el paladar de los consumidores

Pate ofrecerá al público 8 sabores: Guanábana, fresa, mora, mango, piña, lulo, maracuyá y tomate de árbol, en el cual su canal de distribución objetivo será TAT, contando con una inversión inicial para su constitución de (\$35.472.342) lo que la hace una idea muy atractiva para los inversionistas de acuerdo con la utilidad esperada.

Además, la innovación de pate con la pulpa de fruta está enfocada a la variedad de sabores que se darán en la elaboración del producto con la cual se busca crear distintas líneas de producto para estar al alcance de todas las personas.

ABSTRACT

The career of administration of companies in the headquarters Melendez is a career in order to stimulate entrepreneurs to carry out his ideas of business, in which the plan was studied for the creation of a distribution company and trading of flesh of natural fruit, focusing in the region vallecaucana, in his beginning having his principal headquarters in the commune five of Santiago of Cali emphasized the observation of the environments of market that are located in this sector, bearing in mind that is a zone of enough trade by which very opportune profitability is waited.

Stimulated in offering products of great hierarchy to an attainable price there is started the idea of creating a natural product that benefits the health of the persons, offering a rich product to the public in vitamins and of great quality for the palate of the consumers.

PATE will offer 8 flavors to the public: Guanábana, strawberry, default, handle, pineapple, lulo, maracuyá and tomato of tree, in which his channel of distribution I target will be TAT, possessing an initial investment for his constitution of (\$35.472.342) what does a very attractive idea for the investors of agreement with the awaited usefulness.

In addition, the innovation of pâté with the flesh of fruit is focused on the variety of flavors that will be given in the production of the product with which one seeks to create different lines of product to be within reach of all the persons.

TABLA DE CONTENIDO

1.	CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA	21
1.1	TITULO DEL PROYECTO	21
1.2	LINEA DE INVESTIGACION	21
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACION	21
1.3.1	Planteamiento del problema de Investigación	21
1.3.2	Formulación del problema	22
1.3.3	Sistematización del Problema	22
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	22
1.4.1	Objetivos Generales	22
1.4.2	Objetivos Específicos	23
1.5	JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	23
1.5.1	Metodología	24
1.5.2	Practica	25
1.6	MARCO DE REFENCIA	25
1.6.1	Referente Histórico	25
1.6.2	Referente Teórico	28
1.6.3	Referente Conceptual	29
1.6.4	Referente Contextual	31
1.6.5	Referente Legal	32
1.7	ASPECTOS METOLOGICOS	34
1.7.1	Tipo de Estudio	34
1.7.2	Método de investigación	34

1.7.3	Método de recolección de información	35
1.7.4	Fuentes de Información	35
1.7.5	Tratamiento de la información	36
1.7.6	Presentación de los resultados	36
2.	ANALISIS DEL MERCADO	37
2.1	ANALISIS DEL SECTOR	37
2.1.1	Análisis Del Sector En El Valle Del Cauca	38
2.2	ESTRUCTURA DEL MERCADO	40
2.2.1	Análisis de la demanda	40
2.2.2	Análisis de la oferta	45
2.3	CARACTERIZACION DEL PRODUCTO	59
2.3.1	Clientes	61
2.3.2	Competencia	61
2.3.3	Plan de Mercado	62
2.3.4	Estrategias de Precios	73
2.3.5	Estrategia de venta	73
2.3.6	Estrategia Promocional	74
2.3.7	Estrategia de Distribución	77
2.3.8	Políticas de Servicio	77
2.3.9	Tácticas de Venta	78
3.	ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL	79
3.1	INGENIERÍA DEL PROYECTO	79
3.2	PRODUCTO	82

3.2.1	Sabores	82
3.2.2	Metodología Para El Estudio de la Ingeniera del Proyecto	86
3.2.3	Diagramas Y Planes de Desarrollo	91
3.2.4	Tecnología	95
3.2.5	Selección del equipo	95
3.2.6	Calculo de Cantidades de Materias Primas e Insumos	96
3.3	Localización del Proyecto	96
3.4	Tamaño del Proyecto	99
4.	ORGANIZACIÓN LEGAL	100
4.1	DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO	100
4.1.1	Misión	100
4.1.2	Visión	100
4.1.3	Valores corporativos	100
4.1.4	Filosofía de trabajo	101
4.1.5	Competencias Organizacionales	101
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	103
4.2.1	Procesos Operativos	104
4.2.2	Descripción de Puesto	106
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	115
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL	116
4.4.1	Solicitud de Empleo	116
4.4.2	Entrevista	117
4.4.3	Exámenes	118

4.5	PROCESO DE CONTRATACION	121
4.5.1	Inducción Del Personal	123
4.6	PROCESO DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO	124
4.6.1	Capacitación	124
4.7	PROGRAMA DE INCENTIVOS	125
4.8	ASPECTOS LEGALES	125
4.8.1	Estudio Administrativo y Legal	125
4.8.2	Modelo de la Sociedad	127
4.8.3	Creación de la Empresa	128
4.8.4	Aspectos Laborales	141
5.	FINANCIERO	144
5.1	INVERSION INICIAL	144
5.2	DEPRECIACION	147
5.3	PORCENTANJE DE INVERSION A FINANCIAR	148
5.4	BALANCE INICIALES	149
5.4.1	Balance Inicial Sin Financiación	149
5.4.2	Balance Inicial Con Financiación	150
5.5	AMORTIZACION DEL PRESTAMO	152
5.6	LEASING FINANCIERO	153
5.7	PARAMETROS GENERALES	155
5.7.1	Parámetro Económico	155
5.7.2	Parámetro Laboral	156
5.7.3	Cargos y Salarios	156

5.7.4	Recaudos y Pagos	157
5.7.5	Registro Mercantil	158
5.7.6	Márgenes Brutos	158
5.7.7	Gastos Administrativos	159
5.8	GASTO DE ADMISTRACION Y VENTAS PROYECTADOS	160
5.9	COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION	161
5.10	IMPUESTOS, RECAUDO, PAGOS	166
5.11	ESTADO DE RESULTADOS	167
5.11.1	Estado de Resultado Sin Financiación	168
5.11.2	Estado de Resultado Con Financiación	169
5.12	FLUJO DE CAJA	170
5.12.1	Flujo de Caja Sin Financiación	170
5.13	BALANCE GENERAL	174
5.13.1	Balance General Sin Financiación	174
5.13.2	Balance General Con Financiación	174
5.14	ANALISIS VERTICAL	177
5.14.1	Análisis Vertical Con Financiación	177
5.14.2	Análisis Vertical Sin Financiación	179
5.15	RAZONES FINANCIERAS	180
5.16	PUNTO DE EQUILIBRIO	181
5.17	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	181
6.	BIBLIOGRAFÍA	182

CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 MODELO DE HAYNES	.28
ILUSTRACIÓN 2 AGREGADO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO	.38
ILUSTRACIÓN 3 PARTICIPACIÓN DEL INGRESO POR SECTOR AÑO 2013	.39
ILUSTRACIÓN 4 DEMANDA TOTAL, POTENCIAL, DISPONIBLE, EFECTIVA	.40
ILUSTRACIÓN 5 UBICACIÓN DE LA COMUNA NO. 5	.43
ILUSTRACIÓN 6 PIRAMIDE POBLACIONAL DE LA COMUNA 5	.44
ILUSTRACIÓN 7 PIRAMIDE POBLACIONAL DE LA COMUNA 5	.45
ILUSTRACIÓN 8 USO DEL SUELO	.47
ILUSTRACIÓN 9 USO DEL SUELO -VALLE CAUCA 2012 (MILES HAB)	.47
ILUSTRACIÓN 10 PRODUCCIÓN SEMANAL	.48
ILUSTRACIÓN 11 CULTIVAN LAS FRUTAS EN COLOMBIA	.48
ILUSTRACIÓN 12 DISTRIBUCCION PARTICIPACION MERCADO	.49
ILUSTRACIÓN 13 UNIDADES ECONÓMICO EN LA COMUNA 5	.50
ILUSTRACIÓN 14 TIPO DE EMPLAZAMIENTO EN LA COMUNA 5	.51
ILUSTRACIÓN 15 PRECIO	.52
ILUSTRACIÓN 16 RECAUDOS	.57
ILUSTRACIÓN 17 MODELO DE CANVAS 1	.59
ILUSTRACIÓN 18 MODELO CANVAS 2	.60
ILUSTRACIÓN 19 INFORMACION DETALLADA MERCADO OBJETIVO	.63
ILUSTRACIÓN 20 CALCULADORA DE TAMAÑO DE MUESTRA	.64
ILUSTRACIÓN 21 PROCESO DE ELABORACION PULPA DE FRUTA	.94
ILLISTRACIÓN 22 SELECCIÓN MAQUINARIA Y FOLIPOS	96

LUSTRACIÓN 23 PLAN DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES	96
LUSTRACIÓN 24 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	.102
LUSTRACIÓN 25 PROCESOS OPERACIONALES	.104
LUSTRACIÓN 26 OPERARIO	.110
LUSTRACIÓN 27 VENDEDOR	.111
LUSTRACIÓN 28 ADMINISTRADOR	.113
LUSTRACIÓN 29 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA	.115
LUSTRACIÓN 30 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL RECLUTAMIENTO	.116
LUSTRACIÓN 31 MATRIZ DE CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA	.126
LUSTRACIÓN 32 REGISTRO ÚNICO EMPRESARIA Y SOCIAL	.126
LUSTRACIÓN 33 REGISTRO SANITARIO	.138
LUSTRACIÓN 34 CERTIFICADO CALIDAD ALIMENTOS INVIMA	.138
LUSTRACIÓN 35 FORMATO DE GUÍA ATENCIÓN Y REQUISITOS INVIMA	.139

CONTENIDO DE GRAFICOS

GRÁFICO 1 TABULACIÓN PREGUNTA 1	65
GRÁFICO 2 PREGUNTA 1	65
GRÁFICO 3 PREGUNTA 2	66
GRÁFICO 4 PREGUNTA 2	66
GRÁFICO 5 TABULACION PREGUNTA 3	67
GRÁFICO 6 PREGUNTA 3	67
GRÁFICO 7 TABULACIÓN PREGUNTA 4	68
GRÁFICO 8 PREGUNTA 4	68
GRÁFICO 9 TABULACION PREGUNTA 5	69
GRÁFICO 10 PREGUNTA 5	69
GRÁFICO 11 TABULACIÓN PREGUNTA 6	70
GRÁFICO 12 PREGUNTA 6	70
GRÁFICO 13 TABULACIÓN PREGUNTA 7	71
GRÁFICO 14 PREGUNTA 7	71
GRÁFICO 15 TABULACIÓN PREGUNTA 8	72
GRÁFICO 16 PREGUNTA 8	72
GRÁFICO 17 ESTRATEGIA DE MERCADO	75
GRÁFICO 18 RECETA HELADO DE LULO	75
GRÁFICO 19 RECETA PASTEL DE MANGO	76
GRÁFICO 20 RECTA POSTRE DE PUPA DE GUANÁBANA	76
GRÁFICO 21 PRESENTACION DEL PRODUCTO PATE S.A.S	80
GRÁFICO 22 PRESENTACION DEL PRODUCTO PATE S.A.S	80

GRÁFICO 23 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTOS	81
GRÁFICO 24 COSECHA DE FRESA	82
GRÁFICO 25 COSECHA DE GUANABA	83
GRÁFICO 26 COSECHA DE MANGO	83
GRÁFICO 27 COSECHA DE MARACUYA	84
GRÁFICO 28 COSECHA DE MORA	84
GRÁFICO 29 COSECHA DE PIÑA	85
GRÁFICO 30 COSECHA TOMATE DE ARBOL	86
GRÁFICO 31 DISTRIBUCCION PATE SAS	87
GRÁFICO 32 DESPULPADORA DE FRUTAS COMEH REF.500	88
GRÁFICO 33 MARMITA DE ALTA EFICIENCIA SCM-100	89
GRÁFICO 34 TANQUE DE LAVADADO	90
GRÁFICO 35 MAPA DE LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMUNA	97
GRÁFICO 36 CAPACIDAD DE LA PLANTA	99

CONTENIDO DE TABLAS

TABLA 1 INVERSIÓN INICIAL EN PESOS	146
TABLA 2 DEPRECIACIÓN EN PESOS	147
TABLA 3 PORCENTAJE DE INVERSIÓN A FINANCIAR	148
TABLA 4 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	149
TABLA 5 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	151
TABLA 6 AMORTIZACIÓN EN PESOS	152
TABLA 7 AMORTIZACION EN PESOS	154
TABLA 8 AMORTIZACION EN PESOS	155
TABLA 9 PARAMETROS LABORALES	156
TABLA 10 PARAMETROS LABORALES	157
TABLA 11 RECAUDOS Y PAGO	157
TABLA 12 REGISTRO MERCANTIL	158
TABLA 13 MARGENES BRUTOS	159
TABLA 14 PARAMETROS GASTOS DE ADMINISTRACION	160
TABLA 15 GASTOS EN PESOS	161
TABLA 16 COSTO DE FABRICACION DE LA GUANABANA	161
TABLA 17 COSTO FABRICACION DE LA FRESA	162
TABLA 18 COSTO FABRICACION DE EL LULO	162
TABLA 19 COSTO DE FABRICACION DE LA MARACUYA	163
TABLA 20 COSTO DE FABRICACION DEL MANGO	163
TABLA 21 COSTO FABRICACION DE LA MORA	164
TABLA 22 COSTO DE FABRICACION DE LA PIÑA	165

TABLA 23 COSTO DE FABRICACION DEL TOMATE DE ARBOL	166
TABLA 24 IVA	167
TABLA 25 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS	168
TABLA 26 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS:	169
TABLA 27 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS	172
TABLA 28 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS	173
TABLA 29 BALANCE PROYETADO SIN FINANCIACION EN PESOS	175
TABLA 30 BALANCE PROYETADO CON FINANCIACION EN PESOS	176
TABLA 31 ANA. VERT BAL GEN SIN FINANCIACION \$	178
TABLA 32 ANA VERT BAL GENL CON FINANCIACION \$	179
TABLA 33 RAZONES FINANCIERAS CON FINANCIACION	180
Tabla 34 RAZONES FINACIERAS CON FINACIACION	180
TABLA 35 PUNTO DE EQUULIBRIO	181
Tabla 36 ANALISIS DE SENSIBILIDAD	181

INTRODUCCIÓN

El consumo de frutas se ha convertido en un aporte de gran contribución a la salud de las personas, su diversidad en colores y sabores da un panorama amplio de los nutrientes que las frutas brindan para mejorar la calidad alimenticia que la gente necesita.

Tomando como referencia a Comek (2005) El mercado de las frutas es de bajo consumo debido en parte a factores como la baja producción de frutas en el país, las altas pérdidas post cosecha, que se acercan al 30%, el bajo poder adquisitivo de la mayoría de la población, el atraso tecnológico del sector y la deficiente formación nutricional de la mayoría de la población, además de estos factores se considerar que las familias por sus múltiples ocupaciones no tiene el tiempo suficiente para una buena alimentación sana. (párr. 1)

Por tal motivo se realizara el estudio a la viabilidad de la creación de una empresa de productora y comercializadora de pulpa refrigerada a base de frutas 100% natural, que lanzara al mercado un producto basado en la extracción de pulpas de frutas tropicales para el consumo humano.

Actualmente, se está comercializando en el mercado productos con las características de un néctar que se compone normalmente de jugo o pulpa, o ambas cosas, con endulzante y agua, por lo general con un contenido mínimo de jugo, por tal motivo se piensa lanzar un producto de pulpa de fruta fresca y no contendrá aditivos ni conservantes, por lo que el sabor y contenido natural del producto, será su principal ventaja frente a sus competidores, que en sus ingredientes contiene acidulantes, estabilizantes, conservantes, sabor y color artificial.

Las frutas que utilizaremos en nuestros productos serán cosechadas con una adecuada calidad, tanto para consumo en fresco como para su transformación. Esta será una posibilidad para aumentar su consumo persona año en Colombia.

No es una coincidencia que las especies de frutas actualmente consumidas en mayor cantidad como jugos, sean algunas de las especies de mayor producción en el país

Según la Universidad Nacional de Colombia (2005) Respecto a la producción de frutas, se puede afirmar que hay prácticamente 8 especies que corresponden al 77% del total de la producción, con información emitida por la Oficina de Información y Estadística del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Nacional. Allí se observa que hubo un incremento en la producción de guayaba, piña, mango, tomate de árbol y patilla con respecto a la producción de 2012. (párr. 16)

Esta idea surge de la necesidad de consolidar una cultura, en nuestro país basada en la sana alimentación para el cuidado del cuerpo y la preservación del medio ambiente.

El desarrollo del trabajo planteado inicialmente fue tomado con gran interés, no solo por la investigación de los temas propuestos establecidos por la materia, si no por el aprendizaje a través de la lectura y recolección de los datos, estadísticas e ideologías, con lo cual se pudo complementar concepciones que se tienen sobre la iniciativa y emprendimiento de un negocio.

Emprender negocio es una aventura en muchas facetas. Encontrar que satisfaga a una mayoría, como llegar a ellos, integrar la idea con la realidad, mejorarla, encontrar los recursos económicos suficientes no solo para ese primer empujón si no para mantener una estabilidad en el transcurso de sus primeros meses, y buscar una fidelización óptima para poder perdurar en el tiempo. Por estas conjeturas se puede decir que no cualquiera llega a su meta, ya que las

cualidades de un emprendedor aunque no son mágicas si muestran un marcado proceso de audacia, riesgo y capacidad de lucha. El planear ayuda a tener control sobre el desarrollo de actividades, y deben dejar la enseñanza y el análisis de lo trabajado, también que los costos estén acorde a presupuestos pactados.

1. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA

1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa refrigerada a base de frutas 100% natural sin conservantes en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna Numero 5.

1.2 LINEA DE INVESTIGACION

Emprendimiento

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.3.1 Planteamiento del problema de investigación

Este trabajo busca ampliar los conocimientos profesionales adquiridos en la carrera de Administración de Empresas con el objetivo de determinar y analizar la viabilidad de crear una empresa dedicada a la Producción y comercialización de pulpa refrigerada a base de frutas 100% naturales sin conservantes en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna Numero 5, en el desarrollo de este trabajo se tendrá en cuenta aspectos desarrollados en el marco teórico, tales como la investigación de mercados, comportamiento del consumidor, comunicación y metodología, financieros, costos y tributaria.

1.3.2 Formulación del problema

¿Es viable la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa refrigerada a base de frutas 100% naturales sin conservantes en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna Número cinco?

1.3.3 Sistematización del problema

¿Cómo realizar un estudio de mercado en la comuna 5 de Santiago de Cali, identificando las características de los productos, usos y hábitos de los consumidores con respecto al consumo de fruta?

¿Cómo determinar la estructura logística, organizacional y administrativa necesaria para la creación de una empresa productora y comercializadora de un producto de pulpa refrigerada a base de frutas 100% naturales sin conservantes en la comuna 5 de la Ciudad de Santiago de Cali?

¿Cómo estructurar y determinar un estudio financiero, logrando identificar los procesos legales y permisos necesarios en la ciudad de Santiago de Cali, para la apertura de una empresa productora y comercializadora de alimentos?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 Objetivos generales

Estudiar la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la Producción y comercialización de pulpa refrigerada a base de frutas 100% naturales sin conservantes en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna Numero 5.

1.4.2 Objetivos específicos

- Evaluar el estudio de mercado del producto en la ciudad de Cali basados en la necesidad de la empresa y sus posibles clientes.
- Describir la estructura organizacional y operativa para la empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta 100% natural.
- Describir los procesos legales establecidos por la ley colombiana para el buen funcionamiento de la empresa.
- Determinar la evaluación financiera de la empresa.

1.5 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Una vida saludable es fundamentada en las costumbres alimenticias que una persona realice, las frutas por su variedad en proteínas contribuyen en gran porcentaje a mejorar este factor, no solo ofreciendo diversidad sino logrando cumplir con las necesidades requeridas en los gustos de las personas.

Comek (2005) "En Colombia el consumo de frutas promedio por persona es de aproximadamente 40 kg. Al año, siendo el recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) de 120 kg. Para lograr una dieta adecuada". (párr.1)

Universidad nacional de Colombia (2005) Las mayores empresas de gaseosas y cervezas del país abrieron las líneas de producción de jugos a fin de atender esta demanda que se ha desarrollado a nivel mundial y por reflejo en Colombia.

Este aumento en el consumo de jugos ha generado una necesidad de desarrollo en el sector agroindustrial y está ligado con el aumento de los cultivos tecnificados

de aquellas especies de frutas con amplias posibilidades de ser comercializadas tanto para consumo en fresco como en la elaboración de productos derivados que tengan un mayor tiempo de conservación. (párr.7)

Mirando desde un nivel interno la empresa, permite conocer en detalle cual va a ser su función en pro de la comunidad consumidora del producto a nivel municipal y nacional.

De igual forma los colaboradores de la compañía tendrán la conciencia de que su conocimiento y realización de sus funciones en esta empresa en pro del beneficio de la comunidad, obteniendo así gran reconocimiento como marca posicionada en el mercado, generando utilidad en la compañía permitiendo así su crecimiento y desarrollo dando así una visión integrada con el concepto y el modelo de empresa que se utilizara y con la visión propia del grupo empresarial.

Este proyecto de empresa ayuda a consolidarnos como proveedores de tipo A de las grandes superficies y para los diferentes estratos socio económicos que divide la sociedad, sacando al mercado una variedad de productos donde se utilizaran diferentes canales de distribución tales como: Tienda a Tienda, e-commerce y un un punto de venta ubicado estratégicamente, brindando mayor accesibilidad a los hogares vallecaucanos buscando lograr un reconocimiento como marca en todas las líneas y estratos.

1.5.1 Metodología

El presente trabajo de investigación beneficia la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de pulpa refrigerada a base de frutas 100% naturales sin conservantes en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna Número 5.

1.5.2 Practica

El presente trabajo de investigación beneficia la creación de una empresa dedicada a la comercialización y distribución de pulpa refrigerada a base de frutas 100% naturales sin conservantes en la ciudad de Santiago de Cali en la comuna Numero 5, evaluando la demanda y oferta de la pulpa de fruta en la comuna No. 5 de Cali, determinando las estrategias técnicas organizacionales y logísticas de la empresa, realizando un estudio financiero para definir la viabilidad del negocio, Identificando las normas legales que deben establecer y cumplir en esta compañía. El emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

1.6 MARCO DE REFENCIA

1.6.1 Referente histórico

López (2012). Afirma que la agricultura en la prehistoria se practicaba de manera artesanal en la cual su enfoque principal era la recolección de frutas, la pesca y la caza de animales, Los alimentos más comunes eran los vegetales y frutas (recolección) y la carne (caza o carroñeo). En un principio los únicos pueblos que existían, a duras penas, eran pequeños grupos nómadas que vivían de la caza de animales, de la pesca, de la recolección de frutos, semillas y setas (extracción de raíces y tubérculos), y de la recogida de miel, actividades que rara vez aportan más del 50% de su dieta alimenticia. (p. 36)

1.6.1.1 Evolución histórica del emprendimiento

Najar & Quintero (2011) "Las Buenas Prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humanos, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación". (párr. 7)

ICONTEC (2014) cambio en las tendencias y los procesos de agricultura en el mundo ha evolucionado hacia procesos más eficientes y sólidos, donde cada vez es más importante la calidad en los sistemas productivos, de este análisis surge la necesidad de las buenas prácticas agrícolas, las cuales tienen como fin garantizar la calidad de los producto, la protección del ambiente, la seguridad y el bienestar de los trabajadores, y la sanidad agropecuaria, con el fin de mejorar los métodos convencionales de producción y reducir el uso de agroquímicos. (párr. 2)

Los equipos elementales para las empresas del sector son:

- Refrigeradores
- Pre cámaras
- Selladoras al Vacío
- Utensilios especializados (cuchillos, guantes de acero)
- Marmita

Adicionalmente es necesario contar con medios de transporte para la comercialización de los productos, financiación para la adquisición de insumos que sostengan la operación de la empresa durante el periodo de recaudo, inversión para dar a conocer los productos a través del impulso.

1.6.1.2 Evolución del producto

Para la elaboración de pulpa ,las frutas deben cumplir con ciertos requisitos en el protocolo de selección, antes de ser llevada a producción están bajo normatividades de higiene las cuales permiten la conservación ideal que se solicita en el producto, aumentando el nivel de satisfacción con el mercado actual, al dar un diferencial de cumplir con todo lo requerido sin usar aditivos ni sustancias químicas, logrando veracidad de la calidad del producto y garantizando un proceso 100% natural para su elaboración.

1.6.1.3 Estado del arte

Para el desarrollo del proyecto PATE SAS pulpa de fruta natural, fue necesario hacer un análisis sectorial basándose en una investigación de mercados en la que se pudiera observar las preferencias de posibles clientes potenciales, dando un panorama más amplio de como ejecutar la idea y de qué manera se podrían abarcar todas esas preferencias implementadas al producto, fomentando el portafolio de la empresa donde se muestra la diversificación que el cliente requiere, cumpliendo con el objetivo principal de la organización que es generar un producto con características naturales sin conservantes que contribuyan a la salud del consumidor, aportando grandes nutrientes y mejorando su calidad alimenticia logrando brindar facilidad de uso, precios asequibles y que esté al alcance de todos.

Las tendencias por el consumo de pulpas se ha centrado en frutas exóticas no solo a nivel nacional sino en países europeos en los cuales se muestra la prioridad a cubrir y la demanda pertinente en el mercado dando un índice de las frutas que son pioneras en el gusto de los consumidores.

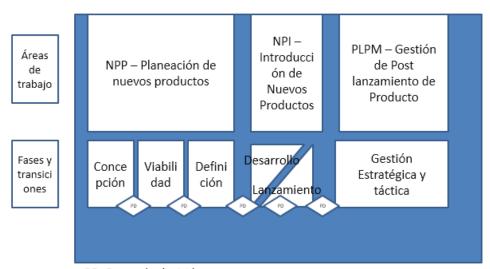
1.6.2 Referente teórico

Es de gran importancia desarrollar una investigación para la implementación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta natural refrigerada sin conservantes ni adictivos, buscando un impacto positivo en la salud de los consumidores del valle del cauca, generando un cambio en el modo alimenticio en el que prime los productos naturales con el menor porcentaje de químicos.

Por esto la necesidad de organizar de forma teórica algunos conceptos, logrando adaptar una serie de conocimientos y de modelos administrativos en la fundamentación de la investigación, haciendo énfasis en puntos de referencia relacionados con la producción y comercialización de la pulpa de fruta natural.

Se utilizó teorías administrativas basadas en estudios de planeación, financieros, sociales y de mercados que prueban la veracidad del proyecto. Se trazó un marco legal en el que se involucraran todos los elementos necesarios para la estructura funcional de la empresa.

ILUSTRACIÓN 1 MODELO DE HAYNES



PD: Punto de decisión

FUENTE: Gestión de productos- (CEAI) Sena Sofía

Se tomara el modelo de HAYNES, el cual se ha empleado como mecanismo de información para el desarrollo de productos basados en la innovación, herramienta en la que se plantea un inicio, un punto de crecimiento y una etapa de gestión estratégica en la que depende directamente de quien implemente una idea que se mantenga en el mercado, medido en la capacidad de innovación y adaptación al cambio constante en tendencias del mundo exterior, lo que permitirá que una idea se conserve con parámetros de viabilidad y sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Taylor (1891) La principal preocupación fue aumentar la eficiencia en la producción no solo para disminuir costos, sino para hacer más alta la remuneración para su mayor productividad. Sus principios promulgaban el uso de la ciencia, la creación de armonía y cooperación y el logro de la producción máxima y el desarrollo de los trabajadores (p. 45)

Kotler (1998), entre los principios señalados hace referencia al marketing como herramienta indispensable para llegar al cliente, como llegar a suplir las necesidades existentes. Al cliente hay que presentarle diferentes opciones de compra a fin de que pueda seleccionar su objeto de compra y quede satisfecho. No conformarse con que el cliente compre el producto sino seguir haciendo un seguimiento minucioso al comportamiento que presenta desde el momento que llega al establecimiento, mantener un trato amable y cordial a fin de mantener un cliente potencial. (p. 3).

1.6.3 Referente conceptual

Fruver: La revista Portafolio (2005) la señala como la sección dentro del almacén destinado al manejo de las frutas, verduras y hortalizas, por lo general está a cargo del supervisor de Fruver, quien se encarga de asignar los espacios para los productos, de realizar la orden de compra al proveedor y de recibir el producto. (párr. 4)

Agroindustria: la Universidad de Tolima (2009) El concepto de Agroindustria implica el manejo de producción, transformación y comercialización de las materias primas provenientes de la agricultura, ganadería y recursos pesqueros; involucrando una gama completa de alimentos procesados, producción de textiles, fibras naturales, aceites industriales y productos no alimentarios. Además, toda actividad que se genera y alimenta de materias primas originarias del sector primario. (p. 4)

Producción limpia: Quintero & Salichs (2007) Es definida como una estrategia de gestión empresarial preventiva aplicada a productos, procesos y organización del trabajo, cuyo objetivo es minimizar emisiones y/o descargas en la fuente, reduciendo riesgos para la salud humana y ambiental, y elevando simultáneamente la competitividad. (p. 80)

Tecnologías de pos cosecha: Rosero (2011) Es el conjunto de prácticas postproducción que incluyen limpieza, lavado, selección, clasificación, desinfección, secado, empaque y almacenamiento, que se aplican para eliminar elementos no deseados, mejorar la presentación del producto. Y cumplir con normas de calidad establecidas, tanto para productos frescos, como para procesados. (párr. 1)

Competitividad: Wilsoft (2011) Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijado un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijado a una cierta calidad. (párr. 1)

Productos perecederos: según Quiminet (2005) son aquellos que pueden sufrir ciertas alteraciones al no conservar la temperatura idónea, pueden llegar en malas condiciones, cambiando tanto su estructura física como su estructura orgánica. (párr. 1)

Distribución: sistema utilizado por la compañía para repartir el producto en cada punto de venta.

Embalaje: La Enciclopedia libre universal en español (2008) es el recipiente o

envoltura que sirve para agrupar y transportar productos. Otras funciones propias

del embalaje son las de proteger el contenido, informar sobre sus condiciones de

manejo, requisitos legales, composición, ingredientes, etc. y promocionar el

producto por medio de grafismos. (párr. 1)

Características Organolépticas: según Jiménez, B, (2014) son todas aquellas

descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según

las pueden percibir los sentidos, por ejemplo su sabor, textura, olor, color. (p. 1)

Benchmarking: teniendo en cuenta el concepto de Aguirre (2005) Consiste en

tomar comparadores o benchmarks a aquellos productos, servicios y procesos de

trabajo que pertenezcan a organizaciones que evidencien las mejores prácticas

sobre el área de interés, con el propósito de transferir el conocimiento de las

mejores prácticas y su aplicación. (párr. 2)

1.6.4 Referente contextual

El proyecto será desarrollado en el contexto del Valle del Cauca, el cual presenta

las siguientes características:

Localización Geográfica: Ciudad de Santiago de Cali.

Población: 5.119 habitantes según la información del DANE año 2012.

Sector: Comuna 5

• Extensión: área es de 564 km² y una longitud de 17 km de Sur a Norte y 12

km de Oriente a Occidente.

Temperatura: La temperatura media Santiago de Cali es de 25º C.

31

Santiago de Cali cuenta con una de las economías de mayor crecimiento e infraestructura en el país debido a su ubicación geográfica, la ciudad se encuentra a 115 km de Buenaventura, el principal puerto marítimo de Colombia en el océano Pacífico. ONER, 2015).

1.6.5 Referente legal

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tendrá en cuenta la normatividad existente en cuanto a la fabricación y comercialización de pulpa de fruta en Colombia.

Confía (2014) propone que los jugos, concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos de frutas que se produzcan, importen, exporten, transporten, envasen y comercialicen en el territorio nacional deberán cumplir con las reglamentaciones y las disposiciones que en desarrollo de la ley o con fundamento en la misma dicte el Ministerio de Salud. (párr. 2)

El Artículo 50 del Decreto 3075 de 1997 establece que se deben amparar los alimentos bajo un mismo registro sanitario en los casos expresamente allí enumerados.

Para el desarrollo e implementación del proyecto es necesario cumplir con los requisitos establecidos en el anterior artículo con los cuales se garantizara al consumidor que se está ofreciendo un producto de calidad.

Según Burbano & Diosa (2012) La constitución legal que se elige para la empresa, será una Sociedad por acciones simplificada SAS, representa la innovación jurídica en materia societaria más importante de los últimos años). Establece una regulación flexible que permite a los asociados estipular condiciones bajo las cuales se regirán sus relaciones, para lo cual se requiere

responsabilidad en la adopción de las clausulas por parte de los contratantes. (p.72)

Parámetros para su constitución y legalización:

- Elaborar la minuta de la constitución de la empresa.
- Tramitar el Certificado de Homonimia en la cámara de Comercio.
- Elaboración de Escritura Pública de Constitución en Notaría Pública. Según el artículo 5 de la ley 1258 de 2008, las sociedades por acciones simplificadas se podrán constituir mediante documento privado, es decir, no se requiere de escritura pública. Sin embargo, el parágrafo segundo del artículo en referencia, contempla que cuando los activos aportados a la sociedad requieran para su transferencia de escritura pública, la sociedad deberá constituirse de igual manera, se crea la obligación de constituirse también mediante escritura pública
- Expedición del NIT y el RUT.
- Información acerca de Industria y Comercio, Avisos y Tableros, Uso de Suelo, en las respectivas dependencias de la Alcaldía.
- Tramitar la expedición del Certificado de Seguridad.
- Certificado de no usuario de Música en la Oficina SAYCO y ACINPRO.
- Visita de Control Sanitario por parte de SALUD PÚBLICA MUNICIPAL.
- Inscripción ante el Seguro Social y la EPS escogida.

- Afiliación a Caja de Compensación Familiar para cumplir con la obligación de los Aportes Parafiscales.
- Afiliación a la Administradora de Riesgos Profesionales. ARP.
- Crear cuenta corriente de la Empresa.

1.7 ASPECTOS METOLOGICOS

1.7.1 Tipo de estudio

De acuerdo a los objetivos planteados, los métodos que se prevé a utilizar es el explorativo, ya que no se intenta llegar a confirmar una hipótesis, por el contrario se busca estudiar técnicas, procesos y la logística de una empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta natural en la comuna número cinco de la ciudad de Santiago de Cali.

1.7.2 Método de investigación

Se realizara una investigación a través de métodos cuantitativo y cualitativo

Cuantitativo: Como la encuesta que permite obtener información, que sirve para tomar decisiones de una manera más objetiva buscando analizar los hallazgos de este estudio y las posibles consecuencias que puede llegar a tener en el desarrollo de este proyecto.

Cualitativo: Se tomó información con referencias a los gustos de los consumidores como, diseño de empaque, sabores precios y facilidades de uso.

1.7.3 Método de recolección de información

Se planea identificar las principales necesidades técnicas de los clientes, para esto se realiza una investigación a la población objeto de estudio estuvo conformada por una muestra de 100 familias que se les aplica una encuesta, con el fin de determinar los gustos, sabores, precio y expectativas que ellos perciben del producto.

1.7.4 Fuentes de información

1.7.4.1 Fuentes primarias

Para esta investigación realizaremos dos tipos de encuestas, la primera será dirigida a nuestros futuros clientes con el fin de percibir la aceptación de nuestro producto como las políticas de servicio.

La segunda es una encuesta enfocada a los competidores, con el fin de determinar las ventajas competitivas y estrategias de mercado que han implementado a lo largo de sus experiencias.

1.7.4.2 Fuentes secundarias

La fuente principal que tendrá la técnica, es la Fuente Secundaria que nos brinda información que ya existe y es menos costosa que la Primaria, dándonos paso a trabajar con encuestas, sondeos y cuestionarios. La red de internet es otra herramienta muy práctica para adquirir la información, accediendo a ella recogemos datos que nos aportan ideas y permite ensanchar la visión que se tiene en cuanto el producto.

1.7.5 Tratamiento de la información

Una vez realizado el análisis de la información recogida, se realiza la evaluación del número de clientes potenciales sobre su zona de operación, con el fin de medir el volumen de consumo para fijar hipótesis de volumen de negocios provisional, esto por medio de tabulaciones y cuadros que nos muestren cifras sobre las cuales trabajar.

1.7.6 Presentación de los resultados

La información será tabulada inicialmente de acuerdo a los datos primarios que se recopilen, luego se utilizaran técnicas de estadísticas para tablas y graficas los cuales mostraran los resultados cuantitativos de la investigación, de allí la interpretación y análisis de dicha información para identificar las amenazas, debilidades, oportunidades y fortalezas que tiene el sector de producción y comercialización de pulpa de frutas naturales.

2. ANALISIS DEL MERCADO

2.1 ANALISIS DEL SECTOR

Los cuidados de la salud dependen de una alimentación rica en nutrientes que contribuya al bienestar de las personas a realizar actividades de la vida cotidiana, alcanzando con esto la generación de vitaminas y proteínas que requieren los seres humanos para tener una calidad de vida digna y con la cual se pueden prevenir diversos tipos de enfermedades.

"En relación con la producción de frutas en Colombia, ésta aunque baja ha ido en aumento. Es así que la evolución ha cambiado de 1.521.000 toneladas en 1993 a 2.002.878 toneladas en 1997 y alcanzó el año anterior un valor de 2.147.135 toneladas, este aumento puede atribuirse en parte al mayor consumo de jugos de frutas en el último trienio a nivel masivo.

Es importante anotar que recientemente ha habido un mayor interés de la población, reforzado por la publicidad, por reemplazar en su dieta el consumo de gaseosas por el de bebidas a base de pulpas de frutas como los jugos o néctares.

La Universidad Nacional de Colombia (2005) Este aumento en el consumo de jugos ha generado una necesidad de desarrollo en el sector agroindustrial. Este desarrollo está ligado con el aumento de los cultivos tecnificados de aquellas especies de frutas con amplias posibilidades de ser comercializadas tanto para el consumo como la fresca la elaboración de productos derivados que tengan un mayor tiempo de conservación". (párr.8).

Por consiguiente se ha decidido por generar una empresa productora y comercializadora de pulpa refrigerad a base de frutas 100% naturales sin conservantes, que consiste en la parte comestible de las frutas o el producto

obtenido de la separación de las partes comestibles carnosas de éstas, mediante procesos tecnológicos adecuados y su posterior refrigeración. La pulpa se diferencia del jugo solamente en su consistencia; son las más espesas, se desechan la cáscara, las semillas y el bagazo.

2.1.1 Análisis del sector en el Valle del Cauca

Para analizar este campo validaremos los datos del DANE, como medio de información verídica y real del valle del Cauca.



ILUSTRACIÓN 2 AGREGADO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO

Fuente: DANE Elaboración Grupo de Estudios Económicos y Financieros.

Según los datos obtenido por el DANE año 2013 se puede observar el crecimiento de los sectores de la agricultura con referencia al año anterior de 5.2%, lo cual es muy importante ya que es nuestro centro de abastecimiento y del sector comercial la actividad que pertenece la compañía.



ILUSTRACIÓN 3 PARTICIPACIÓN DEL INGRESO POR SECTOR AÑO 2013

Fuente: Superintendencias y CGN. Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros

En el Valle del Cauca según la información de Superentendía, tomando referencia a la participación por sector tuvo una participación del 27%, superando a sectores como el minero, la manufactura, construcción y agropecuario.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

ILUSTRACIÓN 4 DEMANDA TOTAL, POTENCIAL, DISPONIBLE, EFECTIVA

		2012			2013			2014			2015			2016	
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres												
Cali															
Total	2.294.653	1.097.219	1.197.434	2.319.684	1.109.106	1.210.578	2.344.734	1.120.994	1.223.740	2.369.821	1.132.918	1.236.903	2.394.925	1.144.848	1.250.077
0-4	176.625	90.512	86.113	176.573	90.495	86.078	176.530	90.428	86.102	176.532	90.358	86.174	176,727	90.385	86.342
5-9	178.066	90.158	87.908	177.655	90.138	87.517	177,637	90.305	87.332	177.831	90.523	87.308	178.068	90.703	87,365
10-14	190.686	96.418	94.268	188.345	95.130	93.215	186.312	94.052	92.260	184.786	93.305	91.481	184.490	93.223	91.267
15-19	202.169	102.780	99.389	201.670	102.464	99.206	200,711	101.887	98.824	199.451	101,125	98.326	198.029	100.271	97.758
20-24	201.482	101.684	99.798	203.093	102.716	100.377	204.535	103.595	100.940	205.577	104.221	101.356	205.990	104.490	101.500
25-29	196.610	96.335	100.275	197.628	97.469	100.159	198,581	98.563	100.018	199.752	99.701	100.051	201.089	100.839	100.250
30-34	181.998	87.179	94.819	185.608	89.026	96.582	188.809	90.778	98.031	191,446	92.398	99.048	193.358	93.813	99.545
35-39	160.250	76.210	84.040	163.724	77.857	85.867	167.585	79.681	87.904	171.541	81.568	89.973	175.349	83.422	91.927
40-44	153.729	71.605	82.124	152.862	71.452	81.410	152.569	71.549	81.020	153.213	72.034	81,179	154.782	72.893	81.889
45-49	153.611	70.239	83.372	154.090	70.451	83.639	153.943	70.409	83.534	153.332	70.217	83.115	152.289	69.909	82.380
50-54	134.913	60.259	74.654	139.784	62.628	77,156	143.947	64.662	79.285	147.157	66.214	80.943	149.246	67.210	82.036
55-59	107.033	46.889	60.144	111.537	48.728	62.809	116.233	50.708	65.525	121.125	52.856	68.269	126.048	55.106	70.942
60-64	82.290	35.885	46.405	86.008	37.363	48.645	89.839	38.868	50.971	93.807	40.415	53.392	97.843	41.977	55.866
65-69	60.280	26.057	34.223	63.239	27.191	36.048	66.389	28.387	38.002	69.655	29.626	40.029	72.962	30.880	42.082
70-74	45.364	18.702	26.662	46,177	19.122	27.055	47.457	19.692	27.765	49.211	20.396	28.815	51.323	21.193	30.130
75-79	34.606	13.267	21.339	35.758	13.591	22.167	36.698	13.896	22.802	37.369	14.171	23.198	38.168	14.476	23.692
80 Y MÁS	34.941	13.040	21.901	35.933	13.285	22.648	36.959	13.534	23.425	38.036	13.790	24.246	39.164	14.058	25.106

Fuente: DANE 2014

De acuerdo a lo establecido por el cuadro de estimaciones de población por edades simples 2005-2020 elaborado por el DANE, para el 2014 se cuenta con un total de personas en un rango de 5 a 34 años de edad 31.741.185, siendo el mercado objetivo hombres y mujeres, pero el presente proyecto se tomara con referencia la comuna No. 5.

2.2.1 Análisis de la demanda

El informe elaborado por Asofrucol sobre lo preocupante el consumo de Frutas y Hortalizas (2008) muestra la posición que asumen los colombianos "frente a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud, OMS, la alimentación en el país se caracteriza por ser muy alta en harinas, grasas y azucares, baja en leguminosas y muy baja en frutas y hortalizas. En efecto, arroz, azúcar, papa, plátano, panela, chocolate, gaseosa y yuca son los alimentos de mayor consumo en nuestro medio, donde la tendencia de la población en general es a consumir más calorías de las que puede quemar. (párr. 6)

Lo anterior está consignado en una investigación del Departamento Técnico de Asohofrucol, según el cual es grande el trabajo que tienen ante sí el gremio hortofrutícola y el gobierno nacional para mejorar, con frutas y hortalizas, la situación nutricional de los colombianos, lo cual implica grandes acciones para facilitar el desarrollo de esta rama de la economía. (p. 8)

A pesar de la diversidad de frutas producidas en el país, su consumo promedio per cápita es de apenas 40 kilogramos al año, cuando la OMC recomienda 120.

El hecho se atribuye, básicamente, a cinco razones:

- · Baja producción,
- Altas pérdidas pos cosecha, estimadas en 30%,
- Atraso tecnológico en el sector,
- Bajo poder adquisitivo
- Deficiente formación nutricional de la mayor parte de la población.

El incremento en la producción de frutas en los últimos años puede atribuirse, en parte, al mayor consumo de jugos de frutas, gracias a que ha habido un mayor interés de la población por bebidas a base de pulpas de frutas, como los jugos o néctares. Es de anotar que las mayores empresas de gaseosas y cervezas del país, abrieron las líneas de producción de jugos, con el fin de atender esta creciente demanda.

El consumo de frutas procesadas va en rápido aumento, pues hace quince años no llegaba al litro por persona, y hoy supera los diez. Esto ha llevado a estimular el desarrollo en el sector agroindustrial, lo cual se traduce en el aumento de cultivos tecnificados de aquellas especies de frutas con mayores posibilidades de ser comercializadas tanto para la elaboración de productos derivados como para consumo en fresco.

Para el 2005, el promedio per cápita de consumo de hortalizas de hoja en Colombia fue de 37 kilogramos (unos 100 gramos diarios), en contraste con Perú, Estados Unidos e Italia, donde se superan los 200 kilogramos.

El informe elaborado por Asofrucol sobre lo preocupante el consumo de Frutas y Hortalizas (2008) que realizó en el 2005 el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, ICBF, 28% de las personas no consume hortalizas diariamente y 35% no consume frutas diariamente. Esto muestra que casi uno de cada tres colombianos no consume frutas ni hortalizas al día. En el país se consumen más hortalizas que frutas. (párr. 8)

Para el análisis de la demanda también se investigará aspectos importantes de la Comuna No. 5 de la ciudad de Santiago de Cali, que se tendrán en cuenta para estrategias que se tomaran.

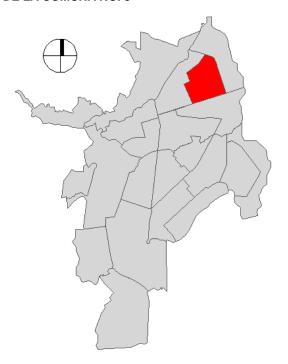
2.2.1.1 Aspecto Demográfico Comuna Nº. 5

Esta Comuna está ubicada en la parte nororiental de la ciudad, entre la Carrera 1, la Avenida Simón Bolívar, la carrera 7 y la calle 46B. Limita al nororiente y al oriente con la Comuna 6, al sur con la Comuna 7 y al occidente con la Comuna 4.

En la página cali.go (1997) La comuna se encuentra en una posición que puede considerarse como estratégica dada su cercanía y equidistancia al Centro tradicional, a los terminales de transporte (buses, tren), a las salidas a los vecinos municipios de Yumbo, Palmira (Aeropuerto) y Candelaria, además de estar claramente bordeada por 3 Corredores Urbanos Principales, como la Autopista Oriental, la Carrera 1a y la vía férrea a Palmira, tal vez el más importante dado su

potencial como solución al transporte masivo. Referencias como el cementerio Metropolitano, el Instituto Sena y la Sede del Tránsito Municipal permiten ubicar rápidamente la comuna. (párr. 1)

ILUSTRACIÓN 5 UBICACIÓN DE LA COMUNA NO. 5



Fuente: www.wikipedia.com

2.2.1.2 Aspecto económico de la comuna 5

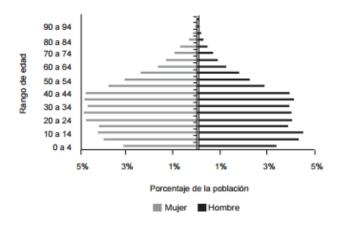
En la página cali.go (1997) El perfil socioeconómico de esta comuna permite calificarla de muy homogénea, sin desbalances muy marcados, teniendo en cuenta los estratos socioeconómicos de sus residentes, los niveles de dotación en la infraestructura de servicios públicos, vías, zonas verdes y las coberturas de salud, transporte urbano, seguridad ciudadana y recreación. Con excepción de la oferta educativa aún muy deficitaria, presentando indicadores relativamente

positivos como el de ser la comuna "más segura" de la ciudad, generadora de una oferta de empleo considerable (párr. 2).

2.2.1.3 Aspecto del Perfil de la Población de la Comuna 5

Según el informe de la Alcaldía de Santiago de Cali plan de Desarrollo de la Comuna 5 (2008) En esta comuna habita el 4,9% de la población total de la ciudad, es decir 100.358 habitantes, de los cuales el 45,9% son hombres (46.090) y el 54,1% restante mujeres (54.268). El número de habitantes por hectárea – densidad bruta— es de 70,8.6 Por otro lado, en esta comuna, el 21% de sus habitantes se reconoce como afrocolombiano o afro descendiente, mientras en la ciudad este porcentaje alcanza el 26,2%. Se encuentra también que la participación de la población indígena es del 0,4% de la población total, porcentaje muy parecido al del total de la ciudad (0,5%). Al considerar la distribución de la población por edades, se encuentra una gran similitud entre hombres y mujeres. (p. 30)

ILUSTRACIÓN 6 PIRAMIDE POBLACIONAL DE LA COMUNA 5.

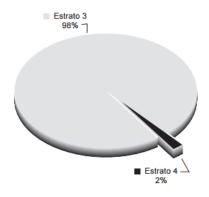


Fuente: DANE. Censo de Población de 2005.

Así mismo, es interesante observar que la pirámide poblacional ha comenzado a invertir su forma, al contraerse su base. En otras palabras, la proporción de personas en edades menores a 15 años es relativamente menor que la población.

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, tenemos que el estrato más común es el 3 (estrato moda), este también es el estrato moda para toda la ciudad.

ILUSTRACIÓN 7 PIRAMIDE POBLACIONAL DE LA COMUNA 5.



Fuente: DAPM.

Como se puede observar en el Gráfico anterior el estrato 3 es aquel que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna, representando el 98,1% del total, esta comuna concentra el 4,9% de la población total de Cali en un área que corresponde al 3,5% de la ciudad, lo cual implica una alta densidad".

2.2.2 Análisis de la oferta

El comercio de frutas y hortalizas a nivel mundial ha crecido positivamente en los últimos años, en gran parte, por el cambio en los hábitos de consumo de las personas, cuyas tendencias son cada vez más saludables. No obstante, el mercado crece a un ritmo superior al de la producción. Sin duda, esto ha motivado

un cambio sustancial en la concepción de los modelos de negocios hortofrutícolas. Países como Chile, Perú, España, entre otros, se han preocupado por apostarle al cultivo de frutas y hortalizas, y al desarrollo de programas que potencien su productividad y competitividad para abastecer la creciente demanda de alimentos a nivel mundial.

No podemos desconocer que Colombia, a pesar de las adversidades, tiene un gran potencial para el desarrollo agrícola: cuenta con cerca de 14 millones de hectáreas aptas para la agricultura, condiciones edafoclimáticas envidiables para la producción de alimentos y capital humano para trabajar la tierra.

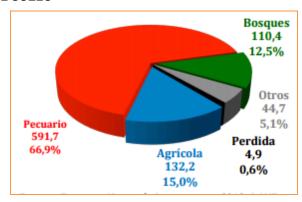
Desde 2012, este gremio ha visto la necesidad de cambiar la visión productiva, comercial y exportadora del sector hortifrutícola del país. Con recursos del fondo parafiscal de los productores –Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola-, hemos impulsado el Plan Nacional de Fomento Hortifrutícola (PNFH) 2012-2022, con el objetivo de potenciar la cultura productiva y empresarial de nuestros hortifruticultores.

Durante los dos primeros años en ejecución de esta iniciativa, le apostamos al estudio de las regiones productoras, al análisis de las condiciones agroecológicas de 22 departamentos del país y a la capacitación de los agricultores en asistencia técnica, transferencia de tecnología y asesoría socio empresarial para afrontar la dinámica productiva y comercial. Como parte de la reconversión que hemos anunciado, para 2014 se ha propuesto cambiar el modelo productivo de los agricultores a partir de las Escuelas de Campo para Agricultores (ECA) en el marco del PNFH.

El Valle del Cauca cuenta con un total de uso del suelo de 884.168 hectáreas, de las cuales el 15,0%, es decir 132.284 hectáreas, tienen uso agrícola. Este porcentaje es superior al registro nacional, donde el 7,9% del uso total del suelo

corresponde a actividades agrícolas. Con relación a la superficie en uso agrícola en el Departamento, el 77,2% corresponde a los cultivos permanentes y 11,3% a transitorios. A nivel nacional, estos porcentajes son 60,7% y 24,6%, respectivamente. (Frutas y hortalizas, 2014, p. 4)

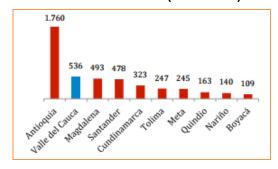
ILUSTRACIÓN 8 USO DEL SUELO



Fuente: Encuesta Nacional Agropecuaria 2012 DANE - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Tomando de referencia el informe de la Cámara de comercio, enfoque competitivo (2014) La producción de frutas del Valle del Cauca en 2012 fue 535.989 ton, lo que lo ubicó como el segundo departamento productor de frutas en Colombia, con una participación de 10,0% en el total de la producción nacional. El principal departamento productor de frutas es Antioquia, región que representa el 32,8% (1.760.461 ton) de la producción nacional. (p.2)

ILUSTRACIÓN 9 USO DEL SUELO -VALLE CAUCA 2012 (MILES HAB)



Fuente: Ministerio de Agricultura - Elaboración Cámara de Comercio de Cali

2.2.2.1 Volumen Producido

En este caso, la población objetivo de la empresa será de 512 de personas de la comuna No. 5 de la ciudad de Santiago de Cali, la producción se realizará diariamente, distribuidos de la siguiente forma.

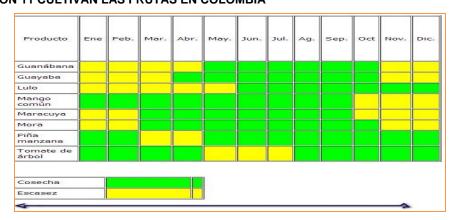
ILUSTRACIÓN 10 PRODUCCIÓN SEMANAL

		PRODUCION SEMANAL				DETE Ulpa de Fruta Natural	
DETALLE	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Total
Fruta Guanábana	83	0	0	0	0	0	83
Fruta Fresa	0	108	0	0	0	0	108
Fruta Lulo	0	0	90	0	0	0	90
Fruta Maracuyá	0	0	0	46	0	0	46
Fruta Mango	0	0	0	0	65	0	65
Fruta Mora	0	0	0	0	0	115	115
Fruta Piña	0	0	0	77	0	0	77
Fruta Tomate de Árbol	0	0	0	0	90	0	90
Total de Produccion	83	108	90	123	154	115	672

Fuentes: Elaboración propia

Para una producción de 2.400 por cada uno de los 8 sabores y un total de producción de 1.600 al año, teniendo en cuenta las épocas de cosecha y los meses donde la producción es baja o escasa.

ILUSTRACIÓN 11 CULTIVAN LAS FRUTAS EN COLOMBIA



Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

2.2.2.2 Participación en el Mercado

Con el fin de determinar el volumen de ventas, se tuvieron en cuenta los resultados de la investigación de mercados. En esta investigación se concluyó que el mercado potencial era igual 5.119 habitantes, según la información del DANE año 2005; los cuales corresponderán año tras año a la base de la población objeto del Mercado.

Otro supuesto comercial es el de empezar con una cuota de mercado del 10% para el primer año, 13% para el segundo 15% para el tercero, 13% el cuarto y 9% para el quinto año del mercado potencial como mercado.

Se estipula las ventas mensuales distribuidas en los 8 sabores de 1.600 unidades, estará definida por el número de habitantes, tiendas de barrio y canales de grandes superficie.

ILUSTRACIÓN 12 DISTRIBUCCION PARTICIPACION MERCADO

PARTICIPACION EN I	Dote Vulpa de Fruta Natural	
UNIDADES		2.689
DETALLE	CANTIDAD	%
Punto de Venta	540	20%
Internet	400	15%
Tiendas de Barrio	600	22%
Restaurantes	449	17%
Canales de Grandes Superficies (5)	700	26%
TOTAL	2.689	100%

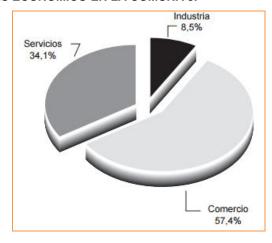
Fuentes: Elaboración propia

2.2.2.3 Localización con respecto al área de Consumo

Del informe publicado por la universidad ICESI en el año 2007 se hace clara referencia a la caracterización económica de la ciudad, a saber:

El Censo Económico de 2005 nos permite caracterizar económicamente esta comuna. En 2005, el 1,9% de las unidades económicas de la ciudad se encontraba en esta comuna, de las cuales 57,4% pertenecen al sector comercio, 34,1%, al sector servicios y 8,5% a industria.

ILUSTRACIÓN 13 UNIDADES ECONÓMICO EN LA COMUNA 5.



Fuente: DANE. Censo Económico de 2005

Esta composición no es muy diferente al total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas de la ciudad

Al analizar el trabajo generado por esas unidades económicas para esta comuna encontramos que el 34% corresponde al sector industria, el 33,4% al sector servicios y el 32,1% a comercio.

De esas unidades económicas, el 96% corresponde a microempresas, el 0,6% a pequeñas, el 0, 8% a medianas y tan solo el 0,3% son empresas grandes (las empresas fueron clasificadas según el número de empleados). Por otro lado, si se emplea el pago de parafiscales como una medida de la formalidad de la unidad económica, encontramos que en esta comuna el 8,2% de las unidades económicas son informales, el tercer porcentaje más bajo en toda la ciudad. Por

otro lado, el 68,3% de las unidades económicas de esta comuna corresponden a locales, oficina, fábricas y puestos fijos y el 30% a viviendas con actividad económica. Al comparar estos porcentajes con lo observado para el total de Cali, sobresale el hecho que en esta comuna se presenta un porcentaje mayor de vivienda con actividad económica que en el total de la ciudad (23,7%).

ILUSTRACIÓN 14 TIPO DE EMPLAZAMIENTO EN LA COMUNA 5

Tipo de emplazamiento	Comuna 5	Total Cali
Local, oficina, fábrica, puesto fijo	68,3%	70,7%
Vivienda con actividad económica	30,0%	23,7%
Puesto móvil	1,8%	5,6%

Fuente: DANE. Censo Económico de 2005.

Finalmente, si bien la comuna se caracteriza por su vocación de comercio las unidades económicas que pertenecen a ella no tienen una importancia relativa con respecto al total de la ciudad. (Icesi, 2007, p. 31-32)

2.2.2.4 Precio

Se manejara el mismo precio para los diferentes sabores, pero el margen de ganancia será diferente, según el cuadro.

ILUSTRACIÓN 15 PRECIO

	UTO D	te Fruta Natural	
DETALLE	COSTO SIN IVA	MARGEN	P/ VENT SIN IVA
Fruta Guanábana	2.157	72%	3.701
Fruta Fresa	2.004	85%	3.701
Fruta Lulo	1.860	99%	3.700
Fruta Maracuyá	1.988	86%	3.700
Fruta Mango	2.000	85%	3.700
Fruta Mora	2.338	58%	3.701
Fruta Piña	1.669	122%	3.701
Fruta Tomate de Árbol	1.632	127%	3.700

Fuente: Elaboración Propia

2.2.2.5 Calidad y presentación de los productos

Tomando como referencia el modelo de informe de la organización de las naciones unidas para la alimentación y agricultura FAO (2008) El programa integral de control de calidad incluye 4 procesos claves de operaciones (párr. 12):

Descritos como sigue:

- Inspección de entrada de insumos para prevenir que materias primas o envases defectuosos lleguen al área de procesamiento.
- Control del proceso.
- Inspección del producto final.
- Vigilancia del producto durante su almacenamiento y distribución. Esta es un área que normalmente se descuida y que puede anular todo el trabajo anterior de control de calidad.

Es importante señalar que para obtener un producto de buena calidad se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones.

Instrucciones de elaboración para cada producto:

- Equipo de procesamiento específico.
- Temperaturas y tiempos de procesamiento.
- Materiales de envasado.
- Límites de peso o volúmenes para envasado.
- Etiquetado de productos.

Especificaciones para cada ingrediente y producto final que incluyan mediciones de características químicas:

- PH: indica que en nutrición, el valor de pH es utilizado como indicador del contenido ácido que existe en un determinado alimento o bebida, el cual varía entre 0 y 14. De esta manera, cuando un alimento o bebida presenta un valor de pH menor a 7 se considera ácido, lo que se traduce en que alimentos o bebidas con niveles por debajo de 5,3 podrían –entre otros aspectos- poner en riesgo el esmalte de los dientes. (Procemiento de Frutas y Hortalizas 2008 párr. 12, 13)
- Sólidos solubles: Gonzáles (2012) Los Sólidos Solubles constituyen un parámetro empleado comúnmente en el análisis de alimentos y bebidas, en especial en las áreas de frutas y vinos. Se definen como todas aquellas sustancias que normalmente se presentan en estado sólido bajo condiciones ambientales pero que en ciertas circunstancias pasan a formar

parte de una solución. Son ejemplos de ellos los azúcares y las sales. Por lo tanto, siempre que se hace referencia a los Sólidos Solubles, inevitablemente estará implicada la presencia de una solución. (párr. 1)

 Normas de muestreo y análisis para asegurar que los estándares se satisfagan.

La planta de producción será inspeccionada a intervalos regulares para:

- Asegurar las buenas prácticas de elaboración y de sanidad.
- Dar cumplimiento a las normas de la industria.
- Garantizar seguridad.
- Mantener el control ambiental.
- Promover la conservación de energía.

Control de Calidad Para la Elaboración de Pulpas de Frutas: se toma lo indicado por el departamento de agricultura Informe en su informe de procesamiento de frutas y hortalizas mediante métodos artesanales (1993).

Selección e inspección: Uno de los factores más importantes en la obtención del producto final es la selección de materia prima, en el caso de las frutas deberán estar firmes y maduras, libres de picaduras de insectos o mordidas de roedores y sin podredumbre.

Lavado: Se realizará con abundante agua para eliminar la tierra o cualquier otra contaminación. El agua debe ser de calidad potable y contener algún tipo de desinfectante como cloro en bajos concentraciones.

Extracción de la pulpa: En este proceso se debe controlar el tamaño del tamiz que se coloca en la despulpadora, ya que dependerá de éste la calidad de pulpa que se obtenga, vale decir, un tamiz demasiado fino retendrá mucha fibra y esto disminuirá el rendimiento del producto final.

Sólidos solubles: La concentración de sólidos solubles se determinará mediante un refractómetro y será de no más de 18° Brix.

Rotulado o etiquetado: La información requerida irá impresa en el envase. No se superpondrán etiquetas sobre las ya existentes, salvo en aquellos casos en que complementen la información ya existente. (Onu, 1993, párr. 7)

La etiqueta contendrá la siguiente información:

Nombre del producto en letras destacadas.

- Tipo, clase y grado.
- Zona de producción.
- Contenido neto.
- Indicación del origen del producto.
- Nombre o razón social y dirección del fabricante o distribuidor.
- Marca de conformidad con norma, si procede.
- Aditivos usados.
- Autorización sanitaria.

2.2.2.6 Sistema de Comercialización

Está dirigido a los consumidores de la comuna No. 5 de la Ciudad de Santiago de Cali, niños, jóvenes y adultos en cualquier rango de edad, inclinados por consumir productos naturales. Estas personas vendrían siendo los clientes directos del producto.

Así mismo, se encuentran otro tipo de compradores potenciales dedicados a actividades comerciales, sociales y educativas, como lo son: las tiendas de barrio, los supermercados, almacenes de cadena, clubes sociales e instituciones educativas, los cuales deben contar con refrigeradores en capacidad de almacenar el producto. Estos establecimientos vendrían siendo los clientes mayoristas.

Los clientes están localizados a diferentes lugares:

- Tiendas de barrios
- Supermercados,
- Hogares
- Personas

2.2.2.7 Crédito y asistencia al usuario.

Los créditos de realizaran a 30 días para los canales de grandes de grandes superficies, que equivale al 38% y el 62% estará entre representando para los otros canales discriminados con anterioridad.

ILUSTRACIÓN 16 RECAUDOS

REC	AUDOS	Date Fruta Natural
Contado (%)		57%
Crédito (%)		43%
Plazo (Días)		30

Fuente: Elaboración Propia

2.2.2.8 Descuentos.

Los descuentos se realizaran para el sistema de T A T, para que ellos puedan obtener en su tienda y den a conocer el producto los 8 diferentes sabores.

Estos serán manejados con los tenderos que sean clientes de la compañía.

2.2.2.9 Red de Distribución y Publicidad

La red de distribución que utilizara la compañía está basado en su fuerza de ventas

2.2.2.10 Existencia o de Regímenes especiales de protección

En este punto de definirá los puntos Críticos, tomando en cuenta el informe de la organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (1993).

Selección de la fruta recibida: La fruta destinada a la elaboración de pulpas no debe estar demasiado madura, sino firme, ya que de lo contrario no resistiría las temperaturas de esterilización, dando un mal aspecto a las pulpas.

Pelado de la fruta: El pelado debe realizarse de tal modo de no perder demasiada pulpa, ya que esto influiría significativamente en el rendimiento del producto final.

Envasado: Se realizará dejando un espacio libre mínimo para producir vacío y permitir la dilatación del producto a las diferentes temperaturas a que es sometido durante el proceso.

Sellado: Este es uno de los puntos críticos y de mayor importancia, de él depende en gran parte que se obtenga un producto final de buena calidad.

Rendimiento del producto final. Para estimar el rendimiento del producto se procederá de la siguiente manera:

- Pesar la materia prima.
- Pesar la fruta eliminada en la etapa de selección.
- Pesar desechos como cáscaras, semillas y fibra obtenido en los procesos de pelado y trozado.
- Obtener la suma total de los pesos anteriores.
- Obtener el peso de la fruta trozada lista para ser procesada.
- Pesar la pulpa obtenida y el bagazo resultante de la despulpadora.

Con estas estimaciones podemos obtener el rendimiento calculando el porcentaje de producto final obtenido y el porcentaje de desecho con relación a la materia prima procesada, considerando la materia prima a procesar como el 100%. (ONU párr. 14, 15)

Pruebas de Control de Calidad a Realizar En El Laboratorio

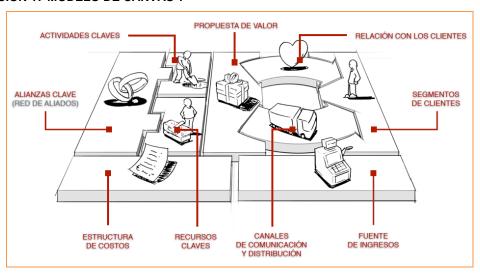
Se contratará la realización de las siguientes pruebas a un laboratorio capacitado:

- Determinación de pH.
- Determinación de acidez.
- Determinación de sólidos solubles

2.3 CARACTERIZACION DEL PRODUCTO

Para este punto se utilizara el modelo de Canvas, que constituye los bloques constructivos 9 temas a desarrollar.

ILUSTRACIÓN 17 MODELO DE CANVAS 1



AUTOR: Alexander Osterwalder

ILUSTRACIÓN 18 MODELO CANVAS 2



Fuentes: Elaboración propia

Descripción detallada del producto o servicio que se va a vender

- Aplicaciones del producto o servicio
- Elementos especiales del producto o servicio
- Productos competidores
- Fortalezas y debilidades de su producto frente a los productos competidores
- Patentes o condiciones de secreto industrial referente a su producto o servicio
- Productos o servicio posibles como complementos o derivados del actual
- Factores a destacar del producto
- Cuidados especiales con el producto/servicio

2.3.1 Clientes

2.3.1.1 Necesidades Del cliente y Expectativas

"Esta es la parte más importante de una empresa es la razón de ser y lo que da sentido a la Misión y a la Visión de la compañía.

Se apunta a satisfacer las necesidades y gustos de personas de todas las edades y estratos sociales, porque va enfocado a brindarle al consumidor un producto natural de sabor real, para el cuidado de su salud.

Debido a que actualmente está creciendo la tendencia light, en donde las personas se muestran más interesadas por el cuidado de su cuerpo y su salud y cada vez más; prefieren consumir bebidas o productos naturales, como los jugos y comida frente a la infinidad de alternativas que ofrece el mercado tanto a nivel mundial como nacional: como lo son gaseosas; bebidas artificiales, comida rápida y chatarra.

2.3.2 Competencia

Según la información en el valle del cauca, se encuentran varias compañías que se dedican a comercializadora de pulpa de fruta pero congelada.

- La Berraquera
- Frupock
- Naturals Fruit's
- Valfruth

Esto nos trae un gran ventaja en sector comercial por el sector donde nos encontramos ubicados cercas a los diferentes compradores brindándoles un producto diferente he innovador.

2.3.3 Plan de mercado

- Objetivos de la Investigación Cualitativa
- Identificar las características psicológicas de los habitantes que influyan en el proceso de compra de pulpa de fruta natural.
- Identificar los factores relevantes durante el proceso de compra de jugos de fruta.
- Presentación de los participantes: Nombre, a que se dedican y cuantos, años tienen.
- Explicación breve del producto.
- ¿Qué es lo que primero que se les viene a la mente cuando les hablo de una pulpa de fruta natural?
- ¿Por qué compraría este producto?
- ¿Estaría dispuesto a comprar PATE en vez de otra marca?
- ¿Cuándo y en qué circunstancias compraría el producto?
- ¿En dónde preferirían comprar el producto

Para la encuesta se utilizaron preguntas cerradas y en otros casos abiertos para así conocer la información como los sabores que más les gustas consumir a los consumidores.

2.3.3.1 Formula calculo muestreo

ILUSTRACIÓN 19 INFORMACION DETALLADA MERCADO OBJETIVO

Población	total	hombres	у	31.741.1
Hombres co	muna 5 Ba	arrio Salomia		2.263
Mujeres comuna 5 Barrio Salomia				2.856
Mercado obj	etivo			5.119

Fuente: Elaboración propia

INFORMACION DETALLADA DEL MERCADO OBJETIVO

Población total hombres y mujeres (CALI) 31.741.185

Hombres comuna 5 Barrio Salomia 2.263

Mujeres comuna 5 Barrio Salomia 2.856

Mercado objetivo 5.119

Para el cálculo del se utilizara el Muestreo Aleatorio Simple:

N = 5.119

Z= 95% Factor del nivel de confianza

E= 6 Margen de error

ILUSTRACIÓN 20 CALCULADORA DE TAMAÑO DE MUESTRA

Nivel de confianz	a: @	95%	9	9%
Intervalo de confi	anza: 6			
Población:	5	119		
(deje en blanco s		o es de	emasi	iado alto
o si lo desconoce)			
o si lo desconoce		Borra	ir	

Autor: Soluciones: Recursos/ Calculadora de tamaño de la muestras

2.3.3.2 Técnicas De La Encuesta

El objeto de la sesión de grupo fue obtener información al escuchar, en un grupo de personas pertenecientes a la población objeto de estudio que en este caso es la comuna No. 5, hablar sobre temas de interés acerca de las características de la empresa, en cuanto a su sabor, diseño, precio y contenido.

Esta información se recolectara en el campo por medio de una encuesta formal, con preguntas se realizará en un orden predeterminado, se realizaran 7 preguntas cerradas y con un nivel de tabulación de 1 a 6, dependiendo del resultado que se obtenga se establearan diferentes estrategias de mercado.

2.3.3.3 Resultados De La Encuesta

Una vez realizada la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:

PRIMERA PREGUNTA.

¿Qué tan interesante es para usted poder tener la facilidad de adquirir pulpa de

Fruta natural?

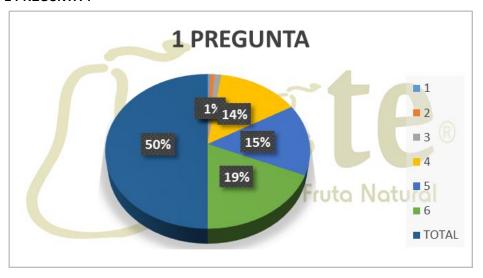
En una escala del 1 al 6 donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante"

GRÁFICO 1 TABULACIÓN PREGUNTA 1

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1	2	1%
2	4	2%
3	6	2%
4	72	28%
5	76	30%
6	94	37%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 2 PREGUNTA 1



De la pregunta No. 1 se demuestra que el 67% de la muestra está muy interesada que la facilidad de la adquisición de pulpa de fruta natural, esto nos indica que entre más tengan cerca el producto para la compra; con mayor frecuencia lo adquirirían y también se deben buscar medios de distribución como tiendas de barrio, supermercados y autoservicios.

SEGUNDA PREGUNTA

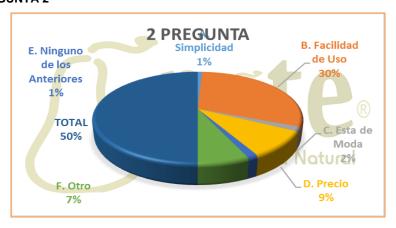
¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen de un producto de pulpa de fruta Natural?

GRÁFICO 3 PREGUNTA 2

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. Simplicidad	4	2%
B. Facilidad de Uso	154	61%
C. Esta de Moda	8	3%
D. Precio	47	19%
E. Ninguno de los Anteriores	7	3%
F. Otro	34	13%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 4 PREGUNTA 2



Se puede concluir de la muestra en la pregunta No. 2, que el 61% le atrae el fácil uso de la pulpa de fruta natural para la preparación de los diferentes tipos de alimentos, y como en segundo lugar es muy importante el precio con un 19% de la muestra total, esto se muestra como una mejor alternativa de vida saludable en menor tiempo.

TERCERA PREGUNTA

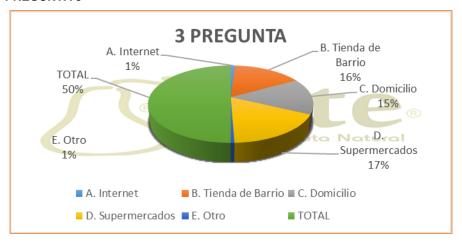
¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar un producto de pulpa de fruta?

GRÁFICO 5 TABULACION PREGUNTA 3

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. Internet	5	2%
B. Tienda de Barrio	81	32%
C. Domicilio	77	30%
D. Supermercados	88	35%
E. Otro	3	1%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 6 PREGUNTA 3



En la tercera pregunta se puede determinar que el 35% de la muestra de la encuestada prefieren comprar sus productos en el supermercado, el 32% en tiendas de barrio y el 30% en tiendas de barrio, son los canales de distribución donde se debe atacar.

CUARTA PREGUNTA

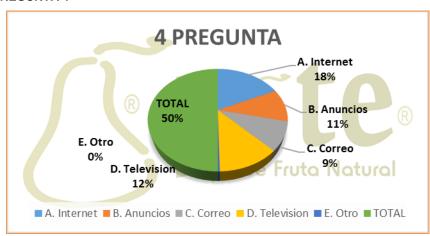
¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre un producto de pulpa de fruta?

GRÁFICO 7 TABULACIÓN PREGUNTA 4

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. Internet	92	36%
B. Anuncios	53	21%
C. Correo	46	18%
D. Televisión	61	24%
E. Otro	2	1%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 8 PREGUNTA 4



Se puede observar que en la cuarta pregunta que el 36% de la muestra prefieren recibir información de productos de pulpa de fruta atreves de internet, el 24% televisión y el 21% con anuncios; sirve como información para saber en qué medio de comunicación se debía invertí más para hacer conocer el producto

QUINTA PREGUNTA

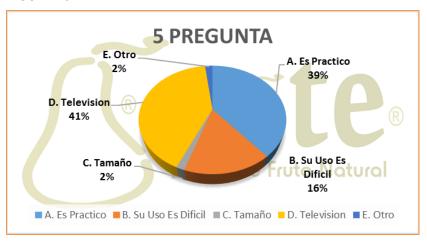
¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del producto de pulpa de fruta?

GRÁFICO 9 TABULACION PREGUNTA 5

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. Es Practico	99	39%
B. Su Uso Es Dificil	41	16%
C. Tamaño	4	2%
D. Facil y Rapido	105	41%
E. Otro	5	2%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 10 PREGUNTA 5



De la quinta pregunta se concluyo es que el 41% de la muestra prefieren productos de que sean fáciles y rápidos en el momento de usarlos y el 39% prefieren que sean prácticos estos nos da una gran alternativa ara el nuestro producto ya que es práctico para su utilización.

SEXTA PREGUNTA

Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable ¿qué probabilidad hay de que lo comprase?

GRÁFICO 11 TABULACIÓN PREGUNTA 6

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. Lo Compraría Inmediatamente	132	52%
B. Lo Compraría en un Mes	79	31%
C. Lo Compraría en 3 Meses	29	11%
D. Puede que lo compre en un		
Año	4	2%
E. No Creo que lo Compre	7	3%
F. No lo Compraría	3	1%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 12 PREGUNTA 6



Se evidencio en la sexta pregunta que el 52% de la muestra llegarían a comprar el producto en un futuro, y el 31% lo comprarían inmediatamente, lo cual brinda un gran posibilidad de aceptación del producto de pulpa de fruta natural.

SÉPTIMA PREGUNTA

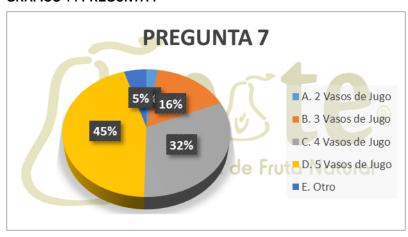
¿Qué tipo de Tamaño le gustaría comprar para su hogar del producto de pulpa de fruta?

GRÁFICO 13 TABULACIÓN PREGUNTA 7

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. 2 Vasos de Jugo	6	2%
B. 3 Vasos de Jugo	41	16%
C. 4 Vasos de Jugo	81	32%
D. 5 Vasos de Jugo	114	45%
E. Otro	12	5%
TOTAL	254	100%

Fuente:Elaboración propia

GRÁFICO 14 PREGUNTA 7



Podemos observar de la muestra que el 45% prefieren tamaños de 5 vasos ya que rinden para toda la familia y varias ocasiones y como se puede conservan por varios días.

OCTAVA PREGUNTA

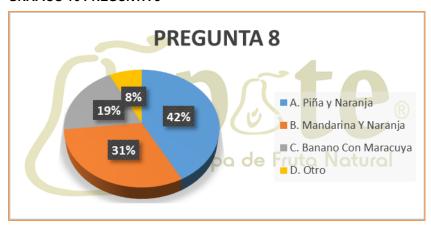
¿Qué tipo de combinaciones de sabores le gustaría encontrar en un producto pulpa de Fruta?

GRÁFICO 15 TABULACIÓN PREGUNTA 8

NO	TOTAL ENCUESTADOS	PORCENTAJE
A. Piña y Naranja	107	42%
B. Mandarina Y Naranja	79	31%
C. Banano Con Maracuyá	49	19%
D. Otro	19	7%
TOTAL	254	100%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 16 PREGUNTA 8



Se pudo determinar octava pregunta que el 42% de la muestra prefieren las combinaciones acidas lo cual es una gran alternativa para una posible producción ya que es un campo que no se ha desarrollado.

2.3.4 Estrategias de precios

Lanzar al mercado un producto con un precio adecuado, es una de las características primordiales de la empresa en el desarrollo del ciclo de vida de un producto. En el cual genera un gran margen de oportunidad para que de este modo, se pueda lograr una rápida penetración, una rápida acogida y ser reconocidos rápidamente en el mercado colombiano.

Con referencia a los precios será de \$ 3.700 iguales para los 8 diferentes tipos de sabores que tiene la compañía para su presentación de 1 libra y se tendrá diferentes márgenes de ganancia por cada uno de ellos, con referencia al precio de introducción en el mercado será menor que sus competidores en un 5.7% menor que a los de los competidores que oscila en \$ 3.800 y \$ 3.900.

2.3.5 Estrategia de venta

La diversificación en el modelo de ventas es uno de los objetivos a cubrir por la empresa, buscando ofrecer los productos por distintos tipos de distribución que sean de fácil acceso para los clientes, desde el presencial, hasta ventas por internet por medio de páginas web, con los cuales se motiva a los clientes en la compra de los productos elaborados por la empresa, dando como resultado un mayor número de ingresos para la organización.

Los clientes iniciales serán, las cadenas de grandes superficies, en la comuna número 5 se encuentran 4 las cuales son:

- Supermercado Olímpica (2)
- Mercado Supapa (1)
- SuperInter (1)

También se dedicaran a las tiendas de barrio que están en todo el sector, en restaurantes, para que así el producto sea conocido y tener mayor cobertura.

2.3.5.1 Nivel de aceptable de ventas

El nivel aceptable de las ventas será el punto de equilibrio donde la compañía logre vender las unidades necesarias para cubrir sus gastos y sus costos.

2.3.6 Estrategia promocional

Mantener una constante comunicación con el cliente es de vital importancia para cualquier empresa es por tal motivo que se busca el mejoramiento constante en sus procesos basándose en la comunicación obtenida con sus clientes por medio de la publicidad, en la cual no solo se mantiene en contacto mostrando las mejoras en los productos desarrollados por la compañía, sino buscar motivarlos y crear la necesidad a los usuarios para que compren nuestros productos, desarrollando ofertas y distintos tipos de ventas, dando como resultado un aumento en el nivel de satisfacción de los clientes.

Se manejara una página de Internet, donde los consumidores finales podrán realizar compras, sugerencias al producto y nuevos sabores.

Igualmente podrán encontrar diferentes recetas muy fáciles de preparar con los productos y todo tipo de ofertas acerca del producto.

GRÁFICO 17 ESTRATEGIA DE MERCADO



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 18 RECETA HELADO DE LULO



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 19 RECETA PASTEL DE MANGO



Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO 20 RECTA POSTRE DE PUPA DE GUANÁBANA



Fuente: Elaboración Propia

2.3.7 Estrategia de distribución

La empresa buscara como estrategia centrar principalmente sus canales de distribución en supermercados y tiendas de barrio, debido a que son las zonas de mayor afluencia preferidas por la población en la compra de productos de la canasta familiar, contando con una planta principal para la elaboración de pulpa natural, donde no solo se dispondrá a la venta la pulpa de fruta para los hogares, también se centrara una línea de ventas para empresas mayoristas que requieran de los productos.

También se ampliara líneas de productos, buscando desarrollar la oferta de sabores innovadores, en el catálogo de productos, donde por medio de la comunicación con los clientes sean ellos los pioneros de incentivar la elaboración de dichos productos con el fin de ofrecer una gama de valor agregado a los hogares colombianos donde se puedan complacer las necesidades de los clientes.

2.3.8 Políticas de servicio

Se está comprometido con el mejoramiento continuo de nuestros procesos mediante la satisfacción de las necesidades, expectativas de nuestros clientes en marcados en nuestro código de ética, responsabilidad social, la vida y el medio ambiente.

Se busca satisfacer las necesidades de la sociedad por medio de la generación de valor agregado en el servicio a precios competitivos garantizando la satisfacción del cliente, para ello cuenta con un equipo de trabajo idóneo que busca el mejoramiento continuo de nuestros procesos, la rentabilidad y liquidez de las operaciones.

2.3.9 Tácticas de venta

Se contara con un vendedor un vendedor con moto el cual se pagara un salario y un auxilio de rodamiento, este atenderá las ventas con el sistema T&T, en la comuna y los pedidos que se realizarán en la página de internet y vía telefónica.

Las ventas grandes de los supermercados y demás serán atendidos por el administrador que dará apoyo consiguen negocios de mayor escala.

3. ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL

En el proceso investigativo se determinó la localización del proyecto, tamaño de la organización y su capacidad de producción y almacenamiento.

Identificando los recursos requeridos para que fuera desarrollado en su totalidad se tuvieron en cuenta todos los factores económicos, humanos y físicos que el proyecto necesitara, logrando así definir la estructura de la organización en la que se establecen los parámetros del cómo se va a llevar acabo el funcionamiento de la empresa y el cómo las personas vinculadas deben cumplir sus tareas laborales con el fin de buscar aumentar la viabilidad del proyecto.

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La función de la empresa, es la comercialización y producción de pulpas de fruta 100% naturales, los procesos para la obtención de la pulpa se realizan en varios segmentos que describen las operaciones para obtener el producto final que es llevado al consumidor.

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

Según las necesidades de los consumidores Pate tendrá varias presentaciones y sabores:

GRÁFICO 21 PRESENTACION DEL PRODUCTO PATE S.A.S



Fuente: Elaboración propia

Tamaño familiar para 10 a 12 vasos de Jugos recomendados para familiar numerosas.

GRÁFICO 22 PRESENTACION DEL PRODUCTO PATE S.A.S



Fuente: Elaboración propia

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

GRÁFICO 23 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTOS

Descripción del producto	PATE es pulpa de fruta y azúcar 100% natural. Se va a ofrecer en ocho sabores diferentes en un principio: Piña, Mango, Lulo, Mora, Maracuyá, Guanábana, Fresa Pera. Se presentará en un empaque plástico, en gran parte transparente con el fin de que el consumidor note el color natural de la fruta. Su logo va a ser alegre y llamativo, junto a su slogan, ya que se pretende lograr un fuerte vínculo emocional que genere recordación en los consumidores.			
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en las instalaciones de Pate SAS, ubicado en el barrio Salomia de la comuna 5 en Santiago de Cali.			
Imagen del producto	General Control of the Control of th			
Composición Nutricional	Carbohidratos	6.3 g		
	Proteína	0.6 g		
	Lípidos-Grasa	0.1 g		
	Agua	92 g		
	Lulo, Fresa, Maracuyá, Guanábana, Mora, Piña, Mango, Tómate de Árbol. Estará elaborado en plástico, polipropileno			
Sabores	Lulo, Fresa, Maracuy Mora, Piña, Mango, Estará elaborado en	vá, Guanábana, Fómate de Árbol. plástico, polipropileno		
Sabores Empaque	Lulo, Fresa, Maracuy Mora, Piña, Mango,	vá, Guanábana, Tómate de Árbol. plástico, polipropileno cual va a permitir su		
	Lulo, Fresa, Maracuy Mora, Piña, Mango, Estará elaborado en de baja densidad, lo fácil refrigeración y res	vá, Guanábana, Tómate de Árbol. plástico, polipropileno cual va a permitir su		
Empaque	Lulo, Fresa, Maracuy Mora, Piña, Mango, Estará elaborado en de baja densidad, lo fácil refrigeración y res del jugo de fruta.	vá, Guanábana, Tómate de Árbol. plástico, polipropileno cual va a permitir su saltará el color natural		

3.2 PRODUCTO

Ballesteros & Ruiz (2013) explican que la pulpa es la parte comestible de las frutas o el producto obtenido de la separación de las partes comestibles carnosas de estas mediante procesos tecnológicos adecuados. Además, es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.(p. 21)

3.2.1 Sabores

Fresa: Una de las frutas más apreciadas ya que desde la antigüedad la fresa, pequeña delicia que destaca por su intenso sabor y sus excelentes propiedades nutritivas. A la hora de elegir las fresas hay que asegurarse de que sean frutas gruesas, brillantes y de apariencia fresca, ya que son alimentos muy delicados y perecederos.

GRÁFICO 24 COSECHA DE FRESA

▲ Oferta Alta	Oferta	Media	▼ Oferta Baja
JUL-AGO-SEP-OCT-N	IOV ENE-FEB-MAR-	ABR-JUN-DIC	MAY
Procedencia	Periodo vegetativo – días	Altura	Temperatura
Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima, Valle	Permanente	1.400- 3.200	11– 21

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

Guanábana: En el libro publicado por el Instituto de Ecología y Sistemática (1999) "La guanábana, también conocida popularmente como graviola o chirimoya brasileña, es considerada uno de los más poderosos anticancerígenos que existen. Esto se debería a la alta concentración de acetogeninas que tiene este fruto muy popular en Sur América". (párr. 1)

GRÁFICO 25 COSECHA DE GUANABA

▲ Oferta Alta		Oferta	a Media	▼ Oferta Baja
ABR-MAY-JUN-JUL-AGO-SEP ENE-FEI			B-MAR	OCT-NOV-DIC
Procedencia	Perio	do vegetativo – días	Altura	Temperatura
Antioquia, Caldas, Córdoba, Huila, Santander, Risaralda, Tolima, Valle	Permanente		500 - 2.000	17 – 25

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

Mango: En Colombia el mango se encuentra en todas las regiones cálidas y templadas

GRÁFICO 26 COSECHA DE MANGO

▲ Oferta Alta	Oferta	▼ Oferta Baja			
Procedencia	Periodo vegetativo – días	Altura	Temperatura		
Antioquia, Atlántico, Bolivar, Cesar, Cundinamarca, Córdoba, Magdalena, Santander, Sucre, Tolima, Meta	Permanente	700 - 2.000	17– 24		

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

Maracuyá: Casa luker (2010) "Esta especie representa la mayor cantidad de cultivos comerciales. Generalmente, los frutos tienen cáscara amarilla cuando maduran, se comercializa en el mercado fresco y en la industria de jugos es el preferido por su acidez". (p.8)

GRÁFICO 27 COSECHA DE MARACUYA

▲ Oferta Alta	▶ Oferta I	Media	▼ Oferta Baja
JUN-JUL-AGO-SEP-OC	T-DIC ENE-FEB-MA	AY-NOV	MAR-ABR
Procedencia	Periodo vegetativo – días	Altura	Temperatura
Cundinamarca, Cauca, Cordoba, Guajira, Huila, Magdalena, Meta, Santander, Valle	Permanente	1.000 - 2.000	17 – 22

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

Mora: Ruiz & Ureña (2009) La mora es una fruta silvestre de la familia de las bayas que se consume principalmente preparada o procesada ya que casi no se ingiere directamente como fruta de mesa por su bajo registro en grados brix que le determina un sabor ácido. En Colombia, aproximadamente el 55% de la producción se ofrece en fresco en supermercados y plazas de mercado para el consumo de los hogares en donde se utiliza para preparar bebidas y dulces, mientras que cerca del 10% se vende a la agroindustria para la preparación de jugos, pulpas, mermeladas, conservas, confites y colorantes. (párr. 2)

GRÁFICO 28 COSECHA DE MORA

▲ Oferta Alta		Poferta Media			▼ Oferta Baja	
JUL-AGO-SEP-OCT-N	JUL-AGO-SEP-OCT-NOV ENE-FEB-MAR-		-ABR-JUN-DIC		MAY	
Procedencia	Periodo vegetativo – días		Altura		Temperatura	
Antioquia, Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Quindio, Risaralda, Santander, Tolima, Valle	P	ermanente	1.400- 3.200		11– 21	

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

Piña: Basándonos en Hernández & Barrera (2004) El fruto de piña alcanzó su madurez de consumo alrededor de los días 72 a 79 (10-11 semanas o 2.5-2.75 meses) después del estado de fruto cuajado; no obstante, la temperatura acelera o retrasa significativamente el desarrollo del fruto (Nakasone y Paull, 1998). Paull (1997) señala que el fruto de la variedad Cayena Lisa toma alrededor 4 meses desde el fin de la última flor abierta a fruto maduro, lo cual sugiere que el ciclo de desarrollo de la piña nativa es más corto con relación a otras variedades. (p. 60)

GRÁFICO 29 COSECHA DE PIÑA

▲ Oferta Alta		Oferta	a Media	▼ Oferta Baja
MAY-JUN-JUL-AGO-SE	P-DIC	ENE-ABR-	OCT-NOV	FEB-MAR
Procedencia	Perio	do vegetativo – días	Altura	Temperatura
Meta, Risaralda, Santander, Valle	P	ermanente	500 - 2.000	17 – 25

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

Tomate De Árbol: El consejo nutricional (2012) Procede de Sudamérica, concretamente de los Andes peruanos. Se cultiva en zonas tropicales altas: Brasil, Colombia y Sudáfrica. Hoy día son países productores Colombia, Brasil, Nueva Zelanda, Kenia, Sudáfrica, California, India y Sri Lanka. Existen tres variedades que se diferencian por el color de su piel: rojo, naranja (más dulces y con semillas tiernas y de menor tamaño que el resto) y amarillo. (párr. 1)

GRÁFICO 30 COSECHA TOMATE DE ARBOL

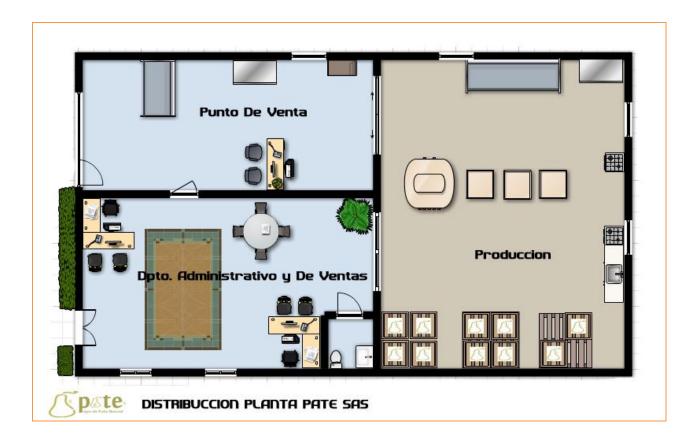
▲ Oferta Alta		Oferta	a Media	▼ Oferta Baja
JUL-AGO-SEP-OCT-NOV-DIC ENE-FEB-N			MAR-JUN	ABR-MAY
Procedencia	Perio	do vegetativo – días	Altura	Temperatura
Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Cauca, Huila, Nariño, Quindío, Tolima	Po	ermanente	1.800 - 3.30	00 10 – 18

Fuente: Cuadro Alimenta. Bogota.gov.co

3.2.2 Metodología para el estudio de la iingeniera del proyecto

La ingeniería para el prototipo de distribución planta, se realizó teniendo en cuenta la localización sectorial y la capacidad de planta necesaria para cubrir los requerimientos de producción que la empresa necesita, optimizando los espacios y teniendo en cuenta el tamaño requerido para maquinaria, circulación de personal y visita de clientes, dividiendo la planta en tres sectores, un departamento administrativo, zona de Producción y comercialización y un punto de venta, cumpliendo con todo lo necesario para la producción y de pulpa de fruta natural.

GRÁFICO 31 DISTRIBUCCION PATE SAS



FUENTE: Elaboración Propia

Después de tener el espacio de operaciones, se realiza un esquema de la distribución de la planta, con el propósito de que todas las áreas del proyecto estés ubicadas estratégicamente con la finalidad de tener un óptimo aprovechamiento de los espacios para un mejor funcionamiento de las operaciones.

Selección de la maquinaria y equipo

Para el funcionamiento y producción de pulpa de fruta natural, se requiere de la siguiente maquinaria y equipo:

GRÁFICO 32 DESPULPADORA DE FRUTAS COMEH REF.500



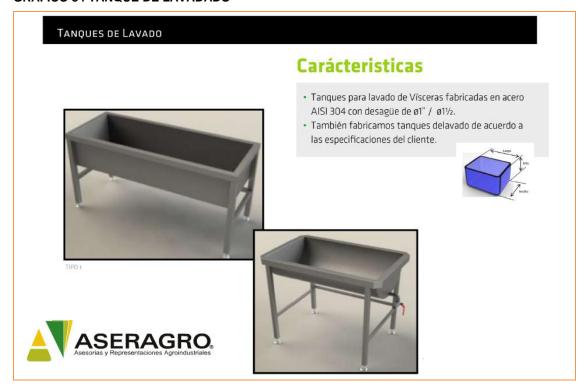
FUENTE: http://www.comek.com.co/productos.htm

GRÁFICO 33 MARMITA DE ALTA EFICIENCIA SCM-100



Fuente: http://www.citalsa.com/files/MARMITA_DE_ALTA_EFICIENCIA_SCM-100_23701013.pdf

GRÁFICO 34 TANQUE DE LAVADADO



FUENTE: http://www.aseragro.com/sitio/productodetalle_aseragro.php?id=81

Para la producción de pulpa de fruta natural es necesaria la compra de la maquinaria mencionada, con el fin de garantizar los procedimientos de manera adecuada para la fabricación de productos con calidad. Los precios fueron investigados con fabricantes nacionales buscando realizar una inversión factible en la que sea posible la adquisición de maquinaria en óptimo estado.

Edificios y estructuras: El espacio destinado para el funcionamiento del proyecto tiene un área aproximada de 175 metros cuadrados, distribuidos de la siguiente manera:

Área administrativa: En esta área se ubicará al personal con las labores administrativas del proyecto, (Gerente).

Área de Ventas: Zona en la que se realiza un contacto directo con el cliente buscando cumplir con las necesidades requeridas y aumentar el nivel de satisfacción de los mismos, que beneficien la economía y los procesos productivos de la empresa.

Área de Producción: Destinado a la fabricación de pulpa de fruta, desde su llegada a la planta en canastillas hasta el almacenamiento y distribución del producto hacia los puntos de venta.

Sala de ventas: Área más importante de la organización, donde se presenta la imagen corporativa, se hacen negociaciones directas con clientes y proveedores al igual que toma de decisiones por parte de los accionistas en pro del mejoramiento continuo de la empresa.

Baño: Área para el personal de la empresa y clientes.

3.2.3 Diagramas y planes de desarrollo.

La investigación diagrama de procesos para la elaboración de la pulpa de fruta congelada (2013), concluye:

En el diagrama de flujo, se describe el paso a paso, desde el inicio hasta la elaboración de pulpa de fruta natural sin conservantes ni adictivos.

Recepción de materia prima: Se pesa la cantidad requerida y se verifica el grado de maduración y estado de la fruta, la cual debe encontrarse sana y sin algún tipo de contaminación.

Prelavado: La fruta deberá ser introducida en el tanque de prelavado previamente al nivel exigido, donde el contacto con el agua y el desinfectante ayudan a remover la mugre para facilitar los procesos siguientes de selección y lavado.

Selección: Eliminar la fruta sobre madura, magullada, con hongos (manchas lamosas, blancas, negras, verdes o cafés) aporreadas y heridas por donde hayan podido entrar microorganismos, ya que esto incide en el deterioro de la pulpa.

Lavado: La fruta deberá ser lavada con detergente neutro, después sumergida en agua limpia y potable.

Escaldado: Tratamiento térmico cortó que se puede aplicar a las frutas con el fin de ablandar los tejidos y aumentar los rendimientos durante la obtención de pulpas; además disminuye la contaminación superficial de las frutas que pueden afectar las características de color, sabor, aroma y apariencia de la pulpa durante la congelación y la descongelación.

Este paso aplica sólo a cierta clase de frutas; se sumerge la fruta, una vez lavada, en agua hirviendo para lograr un ablandamiento que facilita los siguientes pasos.

Despulpado: Operación de separación en la que entra al equipo la fruta entera (mora, fresa, guayaba) en trozos o la masa pulpa semilla separada de la cascara para separar la pulpa de las partes no comestibles.

Se extrae la parte comestible de la fruta, se presenta una separación de la pulpa de aquellos residuos sólidos como cáscaras y semillas.

Refinado: Esta actividad aplica a cierta clase de frutas, para las cuales se requiere hacer más pura la pulpa, es decir eliminar pequeños residuos de cascara y semilla.

Inspección y ensayo: Se le realiza a la pulpa un análisis organoléptico, donde se evalúan características como sabor, olor, color y textura y, análisis fisicoquímicos de acidez, pH y ⁰Brix, para determinar la conformidad de la pulpa de acuerdo a unos parámetros establecidos.

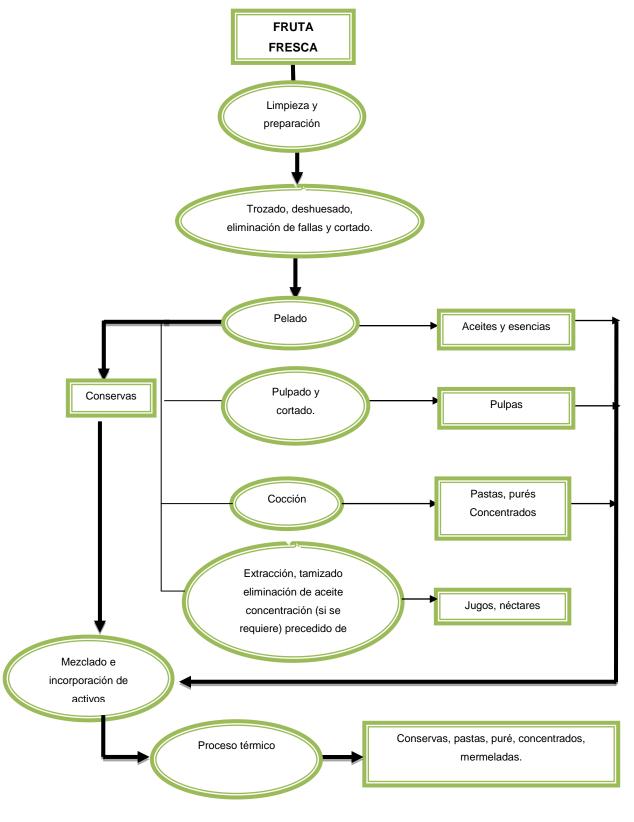
Empaque y embalaje: El producto es vertido a un tanque, el cual tiene una válvula manual que permite la dosificación de la pulpa. El producto es empacado en bolsas de polietileno, selladas correctamente sin exceso de aire; las cuales estarán impresas con el sabor y la fecha de vencimiento indicadas.

El producto es embalado en canastillas plásticas para su almacenamiento, 30 Kg máximo por canastilla.

Empacado: Se empaca en bolsa plástica de alta densidad, opaca, con capacidad de 100 gramos para el empaque individual o de un kilo para el empaque institucional. Al llenar se debe evacuar el aire al máximo y sellar herméticamente, para luego almacenar a una temperatura de -18oC. (Párr. 1)

Almacenamiento: Según la investigación realizada en la visita a la empresa FRUTIDELICIAS Y CIA SAS ubicada en Santiago de Cali Arroyohondo, se recibió información por parte del departamento de calidad, en el cual fue explicado el proceso de almacenamiento en esta empresa dando datos puntuales de los diferentes tipos de almacenamiento que se pueden emplear en el proceso de pulpa de frutas, las cuales pueden conservarse sin necesidad de refrigeración a temperaturas del medio ambiente.

ILUSTRACIÓN 21 PROCESO DE ELABORACION PULPA DE FRUTA



3.2.4 Tecnología

La empresa, brinda a sus clientes pulpa de fruta 100% natural libre de conservantes y adictivos, logrando fortalecer la alimentación sana en los hogares vallecaucanos, centrándose en la tendencia del mundo actual hacia las comidas naturales, por eso la apuesta a la creación no solo de productos que no posean químicos sino a la apuesta por la diversificación de sabores y productos que el mercado requiere mostrando variedad en sus procesos y ofreciendo productos altamente confiables para el consumo humano.

Apuesta en inversión de maquinaria de alta tecnología con el fin de agilizar los tiempos en producción, optimizando tiempos de entrega y logrando con esto aumentar la capacidad de producción estando a nivel de la competencia para alcanzar un posicionamiento con el que se pueda respaldar la demanda del mercado incurrente.

3.2.5 Selección del equipo

La maquinaria para producción de pulpa de fruta se realizara por medio de leasing financiero con opción de compra

- Despulpadora
- Refinadora
- Picadora
- Marmita
- Tanque industrial acero inoxidable

ILUSTRACIÓN 22 SELECCIÓN MAQUINARIA Y EQUIPOS

MAQUÍNARIA Y EQUIPO						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL			
Despulpadora, Refinadora y picadora 3 en 1	1	\$ 4.600.000	\$ 4.600.000			
Marmita	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000			
Tanque industrial acero inoxidable	3	\$ 8.400.000				
Refrigerador Industrial	5	\$ 800.000	\$ 4.000.000			
COSTO TOTAL MAQUÍNAR	RIA Y EQUIPO		\$ 12.600.000			

Fuente: Elaboración Propia

3.2.6 Calculo de cantidades de materias primas e insumos

ILUSTRACIÓN 23 PLAN DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES

MAQUINA 500 Kilos * Hora

DETALLE	PRODUCCION MP		PRODUCCION	PRODUCCION
DLIALL	KL	PRODUCTIVA	KL	LB
Fruta Guanábana	500	65%	325	163
Fruta Fresa	500	85%	425	213
Fruta Lulo	500	70%	350	175
Fruta Maracuyá	500	35%	175	88
Fruta Mango	500	50%	250	125
Fruta Mora	500	90%	450	225
Fruta Piña	500	60%	300	150
Fruta Tomate de Árbol	500	70%	350	175
Total de Produccion	4.000		2.625	1.313

Fuente: Elaboración Propia

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La empresa se localizara principalmente en la comuna 5 de Santiago de Cali, debido al perfil socioeconómico de esta comuna permite calificarla de muy

96

homogénea, sin desbalances muy marcados, teniendo en cuenta los estratos socioeconómicos de sus residentes, los niveles de dotación en la infraestructura de servicios públicos, vías, zonas verdes y las coberturas de salud, transporte urbano, seguridad ciudadana y recreación. Con excepción de la oferta educativa aún muy deficitaria, presentando indicadores relativamente positivos como el de ser la comuna "más segura" de la ciudad, generadora de una oferta de empleo considerable.

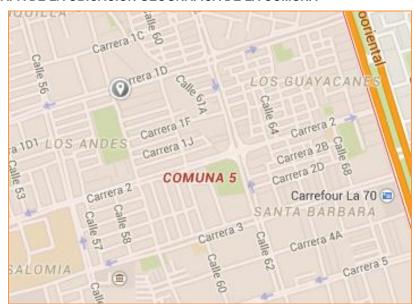


GRÁFICO 35 MAPA DE LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMUNA

Fuente: https://maps.google.es/

Distribución y Rutas De Abastecimiento: La comuna se encuentra comprendida entre la carrera 1a y la cra 79 y entre la calle 46C y calle 70 (Autopista), y cuenta con una extensión de 419,26 Hectáreas.

La localización de la comuna 5 al nororiente de la ciudad de Cali presenta como características relevantes su cercanía al centro de la ciudad (3.5 km), al terminal de transporte (2 km) y a los municipios de Palmira (aeropuerto), Yumbo y

Candelaria, lugares a los cuales puede llegarse fácilmente desde dos vías que delimitan la comuna (cra 1a, Autopista Oriental).

Esta delimitación posee tres bordes bien definidos que delimitan la comuna:

La vía férrea al Norte que la separa claramente de la comuna 7 y dos corredores urbanos caracterizados por sus altos flujos vehiculares como son: la Autopista oriental y la Cra 1a.

Metropolitano, el Instituto Sena y la Sede del Tránsito Municipal permiten ubicar rápidamente la comuna

Factores Ambientales: La parte oriental de la ciudad donde se ubica la Comuna 5 corresponde a la llanura del Río Cauca. En términos generales, la composición de suelos del Valle del Cauca está determinada por depósitos aluviales del Río Cauca y sus tributarios.

El clima de la comuna puede caracterizarse según los valores aplicables para la porción oriental del área urbana de la ciudad de Cali. Según la clasificación de zonas de vida y variación con la precipitación, la zona de la Comuna 5 corresponde a Bosque Seco Tropical.

Cuenta con una vegetación que nos oxigena y refresca, debido a la mayoría de las especies arbóreas y arbustivas de esta comuna se encuentran distribuidas en los espacios públicos, principalmente en las zonas blandas de los ejes urbanos principales (andenes y separadores), y en los parques de los barrios tradicionales.

Por lo cual este clima es muy favorable para producción de nuestros productos.

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para cubrir la Oferta del 10% de la totalidad de la población de 5.119 de la comuna No. 5, se distribuye de la siguiente forma: donde el color rojo son los meses donde la demanda es baja, los cuadros amarillos corresponde a la media y los azules representaran las más altas.

Capacidad Utilizada: La planta producirá 5% más de las ventas pronosticadas.

GRÁFICO 36 CAPACIDAD DE LA PLANTA

DEMANDA								Pulpa de F	teo ruta Natural				
DETALLE ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGO SEP OCT NOV DI									DIC	TOTAL			
Fruta Guanábana	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	333	3.996
Fruta Fresa	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	433	5.196
Fruta Lulo	358	358	358	358	358	358	358	358	358	358	358	358	4.296
Fruta Maracuyá	183	183	183	183	183	183	183	183	183	183	183	183	2.196
Fruta Mango	258	258	258	258	258	258	258	258	258	258	258	258	3.096
Fruta Mora	458	458	458	458	458	458	458	458	458	458	458	458	5.496
Fruta Piña	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	308	3.696
Fruta Tomate de Árbol	358	358	358	358	358	358	358	358	358	358	358	358	4.296
Total de Produccion	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	2.689	32.268

Fuentes: Elaboración Propia

El tamaño del proyecto indica la capacidad de diseño y producción de la marca, este a su vez se relaciona a la capacidad instalada y la demanda del producto determinado por el estudio de mercados elaborado para la implementación del proyecto el cual nos indica el comportamiento del consumidor y del mercado.

Capacidad Utilizada: En cuanto al aprovechamiento de producción en la instalación de la planta se tendrá un 100%, pues se trabajara de domingo a domingo con servicio al cliente en horario de 8:00 am a 8:00 pm.

4. ORGANIZACIÓN LEGAL

4.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

La creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa refrigerada a base de frutas 100% natural, por eso lanzara al mercado un producto basado en la extracción de pulpas de frutas naturales para el consumo humano.

Con el talento de sus empleados, logrará llevar a la compañía a convertirse en una organización rentable, solida, independiente y de trayectoria.

4.1.1 Misión

PATE SAS, es una empresa dedica a la producción y comercialización de pulpa de frutas, 100% naturales, basándonos en los mejores estándares de calidad, con el fin de ofrecer productos a más bajos costos y de ágil preparación para el cuidado de toda la familia.

4.1.2 Visión

Ser una compañía confiable y solidad, reconocida en la producción y comercialización de pulpas de frutas naturales, comprometida en mantener altos índices de eficiencia y calidad en los productos y servicios ofreciendo un amplio portafolio.

4.1.3 Valores corporativos

Confianza: Es la credibilidad que se debe inspirar a los clientes, con una excelente conducta y comportamiento que vallan ligado con lo que se ofrece.

Respeto: Es una de los principales valores ya que con este debemos reconocer al otro como un ser humano integral y distinto, valorando y aceptando sus pensamientos.

Lealtad: Son las acciones de fidelidad y de compromiso que deben tanto en el interior de la compañía sino también a nuestros clientes y proveedores.

Honestidad: Debe ser la razón de nuestros actos y un principio importante a la hora de desarrollar cualquier actividad.

Integridad: Es la actuación correcta, congruente y consistente a la luz de los propósitos y fundamentos de la Organización.

4.1.4 Filosofía de trabajo

Estar comprometidos con el mejoramiento continuo de los procesos mediante la satisfacción de las necesidades, expectativas de nuestros clientes en marcados en nuestro código de ética, responsabilidad social, la vida y el medio ambiente.

Busca satisfacer las necesidades de la sociedad por medio de la generación de valor agregado en el servicio a precios competitivos garantizando la satisfacción del cliente, para ello cuenta con un equipo de trabajo idóneo que busca el mejoramiento continuo de nuestros procesos, la rentabilidad y liquidez de las operaciones.

4.1.5 Competencias organizacionales

Las competencias dentro de la compañía son los ciencias a la cual llamaremos conocimientos, conductas y destrezas que debe manifestar todo trabajador, para así poder lograr tener un ambiente sano donde los empleados se sienta

seguros y libres para expresar sus opiniones a la alta gerencia, ya que ellos son los que están al frente y con la cara al cliente.

La empresa se guiara en 3 competencias claves:

Clientes Fieles: la compañía buscara estrategias, por las cuales busque la fidelización de sus clientes, cuando el cliente ingrese a la compañía se llenara una base de datos con toda la información necesaria, llevando un control de sus compras y en que fechas las realizo, para así poder conocer con antelación sus necesidades, la forma de medición se realizaron encuestas de satisfacción en la página web, para medir la calidad del producto y el servicio, para este la compañía deber tener una calificación mayor o igual a 4.

ILUSTRACIÓN 24 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

NOMBRE: FECHA DE ELABORACION:	pote Fruta Natural
Califique de 1 a 5 donde 5 es máximo y 1 es mínimo	
1. Califique de 1 a 5 la calidad del producto 1	
2. Califique de 1 a 5 el servicios prestado por la compañía 1	•
3. Califique de 1 a 5 el tiempo y la oportunidad de entreg. 1	a de su pedido
Gracias por su colaboracion	

Fuente: Elaboración Propia

Dependiendo de los resultados se tomaran las estrategias correspondientes, cuando un cliente se retire se debe investigar el motivo de su retiro y para este indicador debe der de 0% por motivos de servicio o calidad del producto

Talento Humano Competente y Feliz: la compañía contara con personal altamente competentes en cada uno de sus funciones y se tratado en la organización como un miembro de una familia, para este se medirá con un indicador de 0% de retiros voluntarios.

Rentabilidad y Liquidez: La compañía contara con recursos propios para operación normal de la actividad y esta a su vez crecerá de una forma uniforme al final del año fiscal, El indicadores se medirán:

Cartera: Mayor 90% de la totalidad de las ventas.

Endeudamiento Financiero: Menor al 3% de la ventas Mensuales

Crecimiento Sostenible: Se espera tener Utilidades después de impuestos: Mayor 2%

Los indicadores serán medidos mensualmente y serán entregados al are Administrativa para que estos sean unificados y mostrados a la compañía.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Todas las personas que participan en una empresa deben tener una o varias funciones específicas que cumplir y, en conjunto, sus actividades han de lograrse con armonía, con gusto por lo que se hace, de lo contrario la misión de la empresa no podrá alcanzarse.

Saber cómo está organizada la empresa y cuál es el papel a desempeñar por cada uno de los integrantes permite llegar con éxito a las metas propuestas, por ello, la organización de la estructura de la empresa, al igual que la descripción de las funciones de cada puesto son dos elementos indispensables para coordinar todo el proyecto.

4.2.1 Procesos operativos

Los procesos administrativos implican las cuatro funciones básicas que se muestran en la figura No. 1, y que la empresa deberá tener en cuenta al momento de establecer sus actividades productivas, comerciales y financieras.

ILUSTRACIÓN 25 PROCESOS OPERACIONALES



Fuente: Elaboración propia

En la etapa de planeación, establecerá que quiere lograr y cuál será la mejor forma de hacerlo, es decir, aquí se determinan los objetivos y metas deseadas por la empresa, para cada una de sus áreas.

Para el Departamento Comercial y Ventas, los objetivos son:

• Alcanzar en el primer año, una cuota de mercado del 8%.

- Vender productos con un 0% de error, para satisfacer las necesidades del cliente cada vez que lo compre.
- Lograr el 100% de puntualidad en la entrega de los pedidos.
- Iniciar diálogos de negociación con todos los posibles establecimientos comerciales, sociales y educativos que venderían el producto.

Para el Departamento de Producción, los objetivos serán:

- Terminar la producción diaria en el tiempo establecido.
- Evaluar semanalmente las aptitudes de los operarios en la planta.
- Realizar los mantenimientos correctivos y preventivos por lo menos una vez al año, o como lo haya sugerido el vendedor de la maquinaria.
- Capacitar al personal, por lo menos, una vez cada 6 mes, para que efectúe sus trabajos según los requerimientos técnicos.
- Mejorar el tiempo en los procesos productivos con el fin minimizar los tiempos no productivos.
- Almacenar el producto, una vez esté terminado, teniendo en cuenta los Estándares para el cuidado de este.

Para el Departamento Administrativo, los objetivos serán:

 Obtener los insumos a los mejores precios del mercado sin desmejorar la calidad de los productos.

- Elaborar informes mensuales sobre la situación financiera de la empresa, según los reportes dados por el contador contratado.
- Diseñar estrategias para la disminución en los costos de producción.
- Organizar actividades periódicas que fortalezcan la seguridad física dentro de la planta de producción.
- Programar capacitaciones, periódicamente, para el personal sobre las actividades propias de la empresa.
- Evaluar las utilidades netas mensualmente para analizar las variaciones entre un periodo y otro.

4.2.2 Descripción de puesto

Gerente General: El objetivo del cargo es realizar toda la parte administrativa de la compañía, la búsqueda de recursos financieros que permitan el normal funcionamiento.

Sus funciones son:

- Presentación de estados financieros.
- Presentación de proyectos y evaluación de viabilidad económica de los mismos.
- Relaciones con entidades financieras y proveedores.
- Coordinación de pagos y la coordinación de los demás departamentos.

- Dirigir el equipo comercial y generar las estrategias y políticas de venta para la promoción.
- Venta y distribución de los productos.
- Estar pendiente del inventario de los productos para así poder producirlos.

Secretaria General: El objetivo general del cargo es la atención de los clientes internos y externos de la compañía dando soluciones precisas y acertadas sus funciones son:

- Atención al Público y contestar el teléfono
- Mantener actualizado y organizado el archivo
- Llevar control de los materiales de oficina, prever necesidades y hacer la solicitud correspondiente
- Contabilidad Alimentar el sistema contable que permita tener la información al día.
- Liquidar la nómina y todo lo referente con estas.
- Digitar y tener al día la contabilidad
- Pagar los servicios públicos
- Registrar los movimientos de la caja menor.
- Mantener al día los documentos contables con los proveedores.

Facturación

Operario: El objetivo del cargo es llevar a cabo en los tiempos y calidades establecidas las actividades asignadas en el proceso de producción de la planta. Su responsabilidad principal será por mantener los tiempos de su fase productiva y funciones: mantener los estándares de calidad, así como velar por no romper la cadena de valor del producto.

Sus funciones son:

- Almacenar materias primas y productos transformados, llevando a cabo la recepción, clasificación y control de existencias.
- Efectuar las operaciones del proceso de obtención y conservación de jugos extractos de jugos, llevando a cabo las comprobaciones de calidad establecidas y registrando los datos de la producción.
- Realizar las operaciones de envasado para obtener productos que reúnan los de higiene requerida, en general, por la industria alimentaria.
- Realizar las actividades laborales aplicando las medidas que el problema tenga consecuencias tecno-económicas importantes, dichas decisiones deberán ser consultadas y limpiar maquinarias y puesto de trabajo una vez se haya terminado la labor productiva.

Vendedor: Cubrimiento personalizado de la zona establecida, es decir de la comuna No. 5, con el fin de obtener nuevos clientes aptos, según las políticas comerciales establecidas por la organización y la Documentación de cada uno de los clientes de la zona asignada, el cual permita analizar y verificar la veracidad y soporte financiero que respalden las ventas del producto.

Sus funciones son:

- Mantenimiento de los clientes, debe estar atento a las necesidades de los clientes tanto en lo que respecta al producto como al soporte
- Atención de quejas y reclamos, será la primera instancia a quien recurrirá el cliente para presentar su inconformidad frente al producto entregado
- Cumplimiento de presupuesto de ventas; la organización basada en estudio de mercado y en su experiencia comercial establecerá el presupuesto de ventas de la zona el cual se comprometerá a cumplirlo.
- Evaluar a los competidores en lo que respecta a factores tales como precio, desarrollo de nuevos productos, ventajas y beneficios adicionales en el cual la organización pueda fortalecerse y mejorar su posicionamiento en el mercado.
- Deberá presentar informes al administrador: Semanalmente presentará el mercado potencial y porcentaje de mercado capturado. Y mensualmente presentará los porcentajes de avance en el cumplimiento de las metas propuestas por la organización e indicadores de gestión.

Manual de Funciones

A continuación se va a especificar los cargos de cada empleado, por medio de una plantilla, en la que se establece el departamento al cual pertenece, el lugar en que se va a desarrollar la actividad, el puesto o cargo que se requiere en la empresa, la dependencia con las funciones, la periodicidad de la ejecución, la descripción general del cargo, los requisitos de experiencia laboral y los requisitos académicos necesarios.

ILUSTRACIÓN 26 OPERARIO

Departamento:	Producción		
Lugar:	Cali - Valle		
Puesto:	Operario		
Número requerido:_	2		
Depende Jef	fe de operacion	nes	evento
Nivel/Grado		Tipo de puesto:	Horas48 / semana
		Jornada completa	□ Exento
		Media jornada	No exento
		Contrata	
		☐ Interno	

Fuente: Elaboración propia

El objetivo del cargo es llevar a cabo en los tiempos y calidades establecidas las actividades asignadas en el proceso de producción de la planta. Su responsabilidad principal será por mantener los tiempos de su fase productiva y mantener los estándares de calidad, así como velar por no romper la cadena de valor del producto y sus funciones:

Funciones del cargo: Almacenar materias primas y productos transformados, llevando a cabo la recepción, clasificación y control de existencias. Efectuar las operaciones del proceso de obtención y conservación de jugos extractos de jugos, llevando a cabo las comprobaciones de calidad establecidas y registrando los datos de la producción. Realizar las operaciones de envasado para obtener productos que reúnan los requerimientos establecidos. Realizar las actividades laborales aplicando las medidas de higiene requeridas, en general, por la industria alimentaria. Resolver problemas y tomar decisiones individuales siguiendo normas establecidas, en caso de que el problema tenga consecuencias tecno-económicas importantes, dichas decisiones deberán ser consultadas y limpiar maquinarias y puesto de trabajo una vez se haya terminado la labor productiva.

Requisitos de experiencia laboral: Un año de experiencia como operador de planta.

Requisitos académicos: Haber cursado secundaria y preferiblemente con formación técnica en el área.

Tipo de contrato: Sera contrato a 3 meses.

Salario: \$546.000 con todas sus prestaciones sociales y afiliaciones correspondientes.

ILUSTRACIÓN 27 VENDEDOR

Departamento	Comercialy	ventas	
Lugar	Cali - Valle		
Puesto	Vendedor		
Numero requerido:	2		
Depende de	Administrador	-	evento
Departamento	Comercial	y ventas	
Lugar	Cali - valle		
Puesto	Vendedor		
Numero requerido:	2		
Depende de	Administrado	or	evento
Nivel/Grado		Tipo de puesto: Jornada completa Media jornada Contrata Interno	Horas48 / semana Exento No exento

Fuente: Elaboración propia.

Descripción General: Responsable de dirigir el equipo comercial. Además es el encargado de generar las estrategias y políticas de venta para la promoción, venta y distribución de los productos.

Funciones del cargo: Cubrimiento personalizado de la zona establecida, es decir de Valle del Cauca, con el fin de obtener nuevos clientes aptos, según las políticas comerciales establecidas por la organización. Documentación de los clientes, debe

mantener actualizados los documentos establecidos por la organización de cada uno de los clientes de la zona asignada, el cual permita analizar y verificar la veracidad y soporte financiero que respalden las ventas del producto.

Mantenimiento de los clientes, debe estar atento a las necesidades de los clientes tanto en lo que respecta al producto como al soporte administrativo (seguimiento de tiempo de entrega, documentación y cartera), en procura de la fidelización del cliente y mejoramiento de la posición en el mercado de nuestros productos.

Atención de quejas y reclamos, será la primera instancia a quien recurrirá el cliente para presentar su inconformidad frente al producto entregado, responsabilizándose de transmitirla ante su superior y realizar la retroalimentación correspondiente; con el ánimo de mantener la equidad entre la satisfacción del cliente y la empresa.

Cumplimiento de presupuesto de ventas; la organización basada en estudio de mercado y en su experiencia comercial establecerá el presupuesto de ventas de la zona el cual se comprometerá a cumplirlo, estando dispuesto a superar las metas establecidas.

Evaluar a los competidores en lo que respecta a factores tales como precio, desarrollo de nuevos productos, ventajas y beneficios adicionales en el cual la organización pueda fortalecerse y mejorar su posicionamiento en el mercado.

Deberá presentar informes al administrador: Semanalmente presentará el mercado potencial y porcentaje de mercado capturado. Y mensualmente presentará los porcentajes de avance en el cumplimiento de las metas propuestas por la organización e indicadores de gestión.

Requisitos De Experiencia Laboral: Conocimientos en temas comerciales, canales de distribución, atención al cliente y técnicas de venta. Es indispensable que tenga

una amplia experiencia en este cargo, manejando personal y controlando la gestión comercial por medio del cumplimiento de metas y presupuestos mensuales.

Requisitos Académicos: Se requiere tecnólogo en adelante con experiencia en el área de ventas mínimo 2 años.

Tipo de contrato: Sera contrato a 3 meses.

Salario: \$800.000 con todas sus prestaciones sociales y afiliaciones correspondientes.

ILUSTRACIÓN 28 ADMINISTRADOR

Departamento	Administra	tivo	
Lugar	Cali - Valle		
Puesto	Administrad	lor	
Número requerido	1		
Depende de	Junta de socio	os	evento
Nivel/Grado		Tipo de puesto:	Horas48 / semana
		Jornada completa	☐ Exento
		☐ Media jornada	No exento
		Contrata	
		☐ Interno	

Fuentes: Elaboración propia

Descripción General: El objetivo del Cargo es velar por la correcta coordinación de todas las fases de la empresa, tanto de demanda como de producción, manejar de manera transparente y eficiente los recursos de la empresa, presentar informes

a la asamblea nacional de accionistas sobre la situación real de la empresa,

plantear alternativas y planes estratégicos para la consecución de los objetivos.

Funciones Del Cargo: Administración y control de los recursos financieros,

búsqueda de recursos financieros que permitan el normal funcionamiento de la

compañía, presentación de estados financieros, presentación de proyectos y

evaluación de viabilidad económica de los mismos, relaciones Con entidades

financieras y proveedores, coordinación de pagos y la coordinación de los demás

departamentos.

Requisitos de experiencia laboral: Un año con experiencia en cargos similares y

con a cargo y manejo de microsoft office.

Requisitos académicos: Profesional en administrador de empresas.

Tipo de contrato: Sera contrato a 3 meses.

Salario: \$1.000.000 con todas sus prestaciones sociales y afiliaciones

correspondientes.

114

Organigrama de la Empresa

ILUSTRACIÓN 29 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA



Fuente: Elaboración propia

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

El modelo de reclutamiento del personal se realizara por medio de las redes sociales, se matricula a la organización a páginas como Computrabajo, el Empleo.com ya que son las más utilizadas en la ciudad, brindando información confiable, si la vacante es para un cargo nuevo primero se tendrá en cuenta el personal que ya este laborando y que cumplan ciertas condiciones.

- Transferencia de personal.
- Ascensos de personal.
- Transferencias con ascensos de personal

- Programas de desarrollo de personal.
- Planes de carreras de personal.

ILUSTRACIÓN 30 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL RECLUTAMIENTO

Ventajas del reclutamiento interno	Desventajas del Reclutamiento Interno
Es más económico para la organización, evita gastos de anuncios de prensa, costos de recepción de candidatos, costos de admisión, costos de integración del nuevo empleado, etc.	Puede generar conflicto de intereses, y generar una actitud negativa en los funcionarios al no lograr esas oportunidades de crecimiento.
Es más rápido, evita las frecuentes demoras del reclutamiento externo, la espera de los candidatos, la posibilidad de que el candidato escogido deba trabajar durante el periodo de preaviso en su actual empleo, la demora natural del propio proceso de admisión, etc.	Cuando se efectúa continuamente, puede llevar a los funcionarios a limitar la política y las directrices de la organización, ya que, al convivir sólo con los problemas y las situaciones de su organización, se adaptan a ellos y pierden la creatividad y la actitud de innovación.
Presenta mayor índice de validez y seguridad, puesto que ya se conoce al candidato, se le evaluó durante cierto periodo y fue sometido al concepto de sus jefes y no necesita periodo experimental —El margen de error se reduce bastante, gracias al volumen de información que, por lo general, reúne la organización de sus funcionarios.	

Fuente: Psicología organizacional

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

4.4.1 Solicitud de empleo

Para el proceso de selección de los empleados se efectuarán las siguientes actividades:

Entrevista preliminar: Es un filtro inicial de solicitantes, para eliminar aquellos que no satisfacen los requerimientos del puesto. Este da otros beneficios a los empleados potenciales que no se dirigen a la vacante que se solicitan Revisión de solicitudes: En esta etapa se visualiza un posible acoplamiento entre el individuo y

el puesto. Para esto se tiene que efectuar el análisis del candidato y el perfil del cargo que se requiere.

Pruebas de selección: Es un método que se utiliza para ayudar a la evaluación de las aptitudes y el potencial de éxito que pueda tener un solicitante. Diseñadas de maneras estandarizadas, objetivas, sólidas y confiables y que sean válidas, obviamente con un método objetivo de acuerdo al cargo de la persona y el nivel requerido.

4.4.2 Entrevista

En el momento que se hayan seleccionado los candidatos para los diferentes puestos se tendrá la siguiente para la entrevista:

- Analizar las actitudes preferibles para el cargo.
- Revisar y estudiar previamente a la entrevista la hoja de vida del personaje a entrevistar.
- Presentación del Entrevistador al entrevistado.
- Presentación breve del Entrevistado al Entrevistador (Nombre).
- Tratar de establecer una coherencia y secuencia lógica de su nivel de estudios y realizar preguntas sobre temas afines a su carrera de una forma muy general.
- Conversar temas sobre la vida en general y aspectos de actualidad nacional.
- Tratar de establecer un vínculo de su vida social familiar.

- Establecer para el entrevistado cuales son los logros más importantes
- Definir las competencias descritas por el entrevistado y por qué
- Plantear un caso sencillo que involucre las competencias requeridas.
- Preguntar al Entrevistado si conoce o sabe el objeto social de la empresa.
- Preguntar experiencias anteriores y qué cambiaría de ello.
- Establecer preguntas afines a comportamiento con los valores en que se enmarca la organización

4.4.3 Exámenes

La práctica del examen médico ingreso y de retiro, tenía como fundamento el que, para la época en que fue creada la normatividad laboral, los servicios de salud de los trabajadores estaba a cargo del empleador, razón por la cual, al encontrarse alguna patología en el examen médico de ingreso, el trabajador debía renunciar a las prestaciones medico asistenciales y económicas que se pudieran derivar de la misma, es decir, se exoneraba al empleador de costar los gastos que implicaran su atención.

La compañía contratará a un agente externo donde realizará este tipo de exámenes, como Extras S.A. La cual enviara un informe detallado de cada una de estará pruebas a los candidatos

cc de los clientes, al mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores y al fortalecimiento de las relaciones con proveedores y aliados estratégicos.

Psicométricos: Hurtado (2015), Las 7 pruebas psicométricas para el reclutamiento y selección de personal, "La Psicometría se ocupa de los problemas de medición en Psicología, utilizando la Estadística como pilar básico para la elaboración de teorías y para el desarrollo de métodos y técnicas específicas de medición. Usualmente, suelen diferenciarse varios núcleos temáticos diferentes propios de la Psicometría. Las pruebas psicométricas son uno de los 6 elementos indispensables para la selección de personal, aunque son una herramienta muy útil, por si sola es incompleta, sin embargo como elemento de medición y complementado con otras técnicas como la entrevista por competencias y la entrevista técnica es muy poderosa (párr. 1)

Físicos: Según lo exigido por la Ley Nº 19587, al momento de incorporar personal toda empresa debe realizar un examen pre-ocupacional que asegure que el postulante reúne las condiciones psicofísicas que su trabajo requerirá.

La Superintendencia de Riesgos del Trabajo (1997) promulgó la Resolución Nro. 43/97, exámenes médicos en salud, preocupacionales, periódicos, previos a la transferencia de actividad, posteriores a ausencias prolongadas, previos a la terminación de la relación laboral. Obligatoriedad para el trabajador. Profesionales y Centros Habilitados. Incumplimiento. Otras obligaciones. Disposición transitoria. Vigencia y plazos dando marco a la obligatoriedad y a las exigencias sobre los Exámenes Médicos de salud y actualizando lo versado en la Ley de 19.587 de Higiene y Seguridad en el Trabajo, el examen pre-ocupacional permite determinar con precisión el estado de salud del trabajador, pudiendo así orientarlo hacia tareas que no le sean perjudiciales, de acuerdo a sus aptitudes. (párr. 1)

El examen pre-ocupacional básico por ley consta de:

Laboratorio:

- Citológico, glucemia, uremia, orina, eritrosedimentación.
- Electrocardiograma.
- Radiografía de Tórax.
- Examen clínico completo con declaración jurada de salud.

De conocimiento: Las pruebas competitivas o de conocimiento son ejercicios que evalúan los conocimientos y habilidades que son necesarios para desarrollar una labor concreta. Donde se Intentan obtener información sobre la formación, experiencia y conocimientos de la persona que está aspirando a la vacante.

Esta prueba puede realizarse oralmente o por escrito, y, según el puesto de trabajo al que aspiras, puede consistir en:

- Test de dominio de herramientas informáticas
- Elaboración de un informe a partir de una información dada
- Conocimiento en la producción de pulpa de frutas
- Buscar una solución a un problema concreto

Investigación de Candidatos: Con esta investigación permite a la compañía de investigar diferentes escenarios anteriores tales como:

- Investigación de antecedentes de trabajo
- Investigación de antecedentes penales

- Investigación de cartas de recomendación
- Investigación en el domicilio

4.5 PROCESO DE CONTRATACION

Un contrato según el artículo 22 del código sustantivo de trabajo es "aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración. Quien presta el servicio se denomina trabajador, quien lo recibe y remunera, empleador, y la remuneración cualquiera que sea su forma, salario. El contrato puede hacerse de dos formas: de forma verbal y de forma escrita. Cuando se hace de forma verbal, se debe tener en cuenta el mutuo acuerdo, es decir, el empleador y el trabajador deben estar de acuerdo con temas como el objeto del trabajo que se va a realizar, el sitio donde debe realizarse, la forma de remuneración y la duración. Al ser un contrato verbal, no se exige ningún documento que lo atestigüe. Mientras que si se hace de forma escrita, el procedimiento es más detallado. Primero se debe realizar un documento especificando las funciones de cada uno de los interesados que se va a contratar, después se debe establecer las cláusulas que las partes especifiquen, y los siguientes datos, nombre del empleador y del trabajador, dirección de ambos, lugar de nacimiento y nacionalidad del que se va a contratar, cargo u oficio que va a desempeñar, salario acordado, periodos de pago, fecha de iniciación de labores, fecha de finalización de labores, lugar en donde se va a desempeñar las labores y la ciudad donde se ha contratado al trabajador. Y finalmente deben quedar consignadas en el documento las dos firmas tanto del trabajador como del empleador y de un testigo. Asimismo, es importante mencionar que los contratos según su duración pueden celebrarse por un tiempo termino fijo, labor contratada o por término indefinido. "El contrato a término fijo debe hacerse por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero si es renovable indefinidamente: Si antes de la fecha de vencimiento del término estipulado ninguna de las partes avisará por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a 30 días, este se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado y así sucesivamente. No obstante, si el término fijo es inferior a un año, únicamente se podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres periodos iguales o inferiores a un año y así sucesivamente. El contrato de labor contratada se realiza cuando se decide contratar a una persona para que ejerza una determinada labor hasta que esta finalice. Este contrato es muy usado en el sector la construcción y fuera de que debe hacerse por escrito, debe especificarse el objeto que se persigue. El contrato de trabajo no estipulado a término fijo o cuya duración no esté determinada por labor contratada, será contrato a término indefinido. Este contrato tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo.

Se dará por terminado mediante aviso escrito por antelación no inferior a 30 días, para que el empleador lo reemplace. Después de hacerse una explicación de cada una de las formas de contratación según el código del trabajo, se puede establecer cuál es el que se va a seleccionar en el proyecto. En el caso la empresa., se seleccionó hacer la contratación del personal a través del contrato a término fijo, ya que este contrato según la duración se ajusta a las necesidades de la empresa, en cuanto a que se van a contratar personas que realicen una labor determinada por un periodo de 1 año. Además, es importante mencionar que para realizar la contratación la empresa la va a realizar por medio de la forma minerva, debido a que es una forma sencilla de realizar una contratación sin necesidad de un abogado, con las actualizaciones especificadas por la ley y con la descripción de las clausulas requeridas. Por ello, al final del trabajo se anexará la forma minerva para que se modifique según los cargos de cada trabajador y la información necesaria"

Relaciones Sindicales: Según el Club de ensayos (2012), p.1 El mundo sindical es un contexto clave en la Unidad de Diálogo Social de la Subsecretaría del Trabajo, principalmente considerando los importantes roles que deben cumplir y cumplen los sindicatos. Entre ellos, su participación central en la negociación contractual con sus empleadores, la interlocución permanente con las autoridades del Estado y su preocupación por el progreso global de la sociedad. En esto último, resultan actores importantes a considerar en el proceso de modernización que se encuentra empeñado el actual Gobierno. Un sindicato democrático, tecnificado, autónomo y altamente representativo es garantía plena para la defensa de los intereses comunes de sus afiliados, además de interlocutor válido fundamental para el desarrollo integral de toda empresa, La Unidad de Diálogo Social está orientada a generar lazos sólidos entre los empleadores, las autoridades y las distintas organizaciones sindicales que permitan conocer las prioridades de las instituciones, la calidad de sus dirigentes y su estilo de liderazgo; con la finalidad de fortalecer los canales de comunicación que permitan su participación responsable en los procesos de reformas impulsados por el Gobierno, incorporando las propuestas planteadas en las distintas instancias de decisiones del Estado. (párr. 4)

4.5.1 Inducción del personal

En esta etapa, se despertará el entusiasmo de cada uno de los empleados. Para que así, ellos trabajen motivados y se puedan alcanzar los objetivos establecidos, por el administrador, para cada área. El administrador trabajará bajo un estilo de liderazgo directivo, en donde, le hará saber al supervisor de operaciones y al asesor comercial, las instrucciones de qué deben hacer y que espera de ellos, a la vez, elaborará un calendario de trabajo donde se especificarán las metas que se deben cumplir. Así mismo, en esta etapa se llevarán a cabo las actividades de motivación, con base a la jerarquía de las necesidades humanas de Maslow.

Todas las necesidades de los trabajadores se tendrán en cuenta, y se verá la manera de satisfacerlas en la medida en que se vayan presentando, con el fin de motivarlos constantemente a seguir adelante en su trabajo, ya que una necesidad insatisfecha, afecta su desempeño en el trabajo, y por lo tanto afecta a la empresa en general.

4.6 PROCESO DE CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO

4.6.1 Capacitación

En esta etapa se evaluará el desempeño de todas las áreas que conforman Luego de cumplir con una meta establecida, ya sea para el departamento Comercial y ventas o para el departamento productivo, se llevará a cabo un control de retroalimentación, con el fin de evaluar qué tan bien se realizó la tarea asignada, y a la vez, qué se puede mejorar para el futuro. Dicho control se hará mediante reuniones con los jefes de cada departamento, y se utilizarán indicadores financieros de liquidez, de apalancamiento, de inventarios y de utilidad, de modo que se obtengan comparaciones entre un periodo y otro, y de ahí se puedan formular las nuevas metas y objetivos, como también las estrategias para ambas áreas. A medida que se van desarrollando las actividades establecidas, constantemente se llevará a cabo un control concurrente, donde el administrador estará supervisando el trabajo que se esté realizando en los dos departamentos que tiene bajo su mando: productivo, comercial y ventas. Así mismo, el supervisor de operaciones, estará monitoreando los procesos en curso, para asegurar que el producto final, esté en condiciones óptimas para el consumo. De igual forma, se evaluarán periódicamente a todos los empleados.

4.7 PROGRAMA DE INCENTIVOS

Desacuerdo a la evaluación del desempeño del personal y a la medida que la compañía valla creciendo, se debe tener en cuenta primero al personal que llevo con la compañía 2 años para que cumplan los nuevos cargos.

4.8 ASPECTOS LEGALES

4.8.1 Estudio administrativo y legal

- Tramitar el Certificado de Homonimia en la cámara de Comercio.
- Elaboración de Escritura Pública de Constitución en Notaría Pública. Según el artículo 5 de la ley 1258 de 2008, las sociedades por acciones simplificadas se podrán constituir mediante documento privado, es decir, no se requiere de escritura pública. Sin embargo, el parágrafo segundo del artículo en referencia, contempla que cuando los activos aportados a la sociedad requieran para su transferencia de escritura pública, la sociedad deberá constituirse de igual manera, se crea la obligación de constituirse también mediante escritura pública
- Expedición del NIT y el RUT.
- Tramitar la expedición del Certificado de Seguridad.
- Certificado de no usuario de Música en la Oficina SAYCO y ACINPRO.
- Visita de Control Sanitario por parte de SALUD PÚBLICA MUNICIPAL.
- Inscripción ante el Seguro Social y la EPS escogida.

- Afiliación a Caja de Compensación Familiar para cumplir con la obligación de los Aportes Parafiscales.
- Afiliación a la Administradora de Riesgos Profesionales. ARP.
- Crear cuenta corriente de la Empresa.

Matriz de clasificación sección D

- Elaboración de productos alimenticios y Bebidas
- División 15, Elaboración de Pulpas de Fruta
- Grupo 152

ILUSTRACIÓN 31 MATRIZ DE CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Código de Actividad	Establecimiento / Tipo de Actividad
152105	Elaboración Pulpa de Frutas

Fuente: Cámara de Comercio

Observaciones Generales: Se debe dirigir y verificar vía internet en www.rues.org.co o en la Cámara de Comercio, si existe otra sociedad matriculada con el mismo nombre.

ILUSTRACIÓN 32 REGISTRO ÚNICO EMPRESARIA Y SOCIAL



4.8.2 Modelo de la sociedad

La ley 1258 de Superentendía De Sociedades,; "La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad"

- Personalidad jurídica. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el
- Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza: La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Imposibilidad de negociar valores en el mercado público. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

Generalidades SAS: La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Personalidad jurídica. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el

Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Naturaleza. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Imposibilidad de negociar valores en el mercado público. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa"

4.8.3 Creación de la empresa

Para creación de una empresa en Santiago de Cali se deben seguir los siguientes pasos:

Contenido del documento de constitución. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el 'cual se expresará cuando menos lo siguiente:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y

Facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes

Control al acto constitutivo y a sus reformas. Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se

omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley. Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

Sociedad de hecho. Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para Todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los Asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por Las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

Prueba de existencia de la sociedad. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

Constitución y Prueba de la sociedad: Contenido del documento de constitución. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el 'cual se expresará cuando menos lo siguiente:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas;

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras: "sociedad por acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Control al acto constitutivo y a sus reformas. Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

Sociedad de hecho. Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para Todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los Asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por Las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

Prueba de existencia de la sociedad. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

Adquirir el Formulario de Matrícula Mercantil: En la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil "Sociedades Comerciales", el cual tiene un costo de \$2.000, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de "consulta de nombres" aprobado. Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva y revisor fiscal cuando sea el caso. Documento de identificación del representante legal. Permiso de funcionamiento de la sociedad, en caso de hallarse sujeta a vigilancia estatal. En caso de aporte de inmuebles al capital social, acreditar el pago del impuesto de anotación y registro (boleta de rentas). Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el

valor de la liquidación de los derechos de matrícula. Cancelar los derechos de matrícula. Al momento del pago entregarán un recibo con el cual se podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación. Según el ejemplo de este caso para un capital de \$24.000.000 se debe cancelar \$309.400.

Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad. Luego de haber realizado la inscripción, se podrá solicitar a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación, es un documento que le permite al comerciante o sociedad realizar algunos trámites (inscripción ante la administración de impuestos, industria y comercio, etc.) o simplemente acreditar su matrícula en el registro mercantil. Esta matricula mercantil se debe renovar los primeros tres meses de cada año.

Registro de Libros de Comercio: Están compuestos por los libros de contabilidad, libros de actas, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones.

Una vez matriculada la sociedad o empresa, el propietario de esta o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. Los libros son los siguientes:

Libro auxiliar: se lleva para registrar detalladamente en orden cronológico las cuentas principales, totalizando débitos, créditos y saldo que pasa al final de cada período al libro diario y al libro mayor, este libro no requiere ser registrado en la Cámara de Comercio.

Libro caja – diario: en este libro se pasan las operaciones contables en orden cronológico, en forma individual o por resúmenes que no excedan de un mes.

Libro mayor: en este libro se pasan las operaciones por cuentas utilizando el sistema de partida doble; permitiendo establecer el resumen mensual de todas las operaciones para cada cuenta.

Libro inventario y balance: se debe hacer un inventario y un balance general al iniciar sus actividades y por lo menos una vez cada año para conocer en forma clara y completa la situación del patrimonio.

Libro de accionistas: En él se escriben las acciones, anotando el título, el número y la fecha de inscripción, al igual que los cambios de propietario.

Libro de actas: los libros de actas pueden ser de dos clases: libros de actas de asamblea de socios y libro de acta de junta directiva. El primero lo deben llevar todas las sociedades, el segundo solo en las que posean junta directiva. En los libros de actas, deben anotarse en orden cronológico las actas de las reuniones, las cuales deberán ser firmadas por el secretario y presidente de la reunión.

La primera hoja de cada libro debe presentarse rotulados (marcados) a lápiz en la parte superior con el nombre de la sociedad y la destinación que se dará a cada libro, así como numerarse consecutivamente y no tener ningún registro contable.

Los pasos a seguir en la Cámara de Comercio:

Llevar el formato, la carta y los libros en cualquier taquilla de la Cámara de Comercio.

Pagar los derechos de inscripción de los libros. Al momento de cancelar entregarán el recibo de pago con el cual podrán ser reclamados los libros registrados, en la fecha que allí se indica. Actualmente cada libro tiene un costo de \$15.000.

Cuando entreguen los libros, verifique que la primera página de cada libro registrado este sellado por la Cámara de Comercio y rubricadas todas las demás.

Inscripción En la DIAN: Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, el cual es expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite correspondiente en la DIAN, que se encuentre en el municipio donde se está domiciliado. Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, se dirige a la DIAN y se solicita el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:

- Asignación de NIT
- Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:
- Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
- Copia de la escritura pública de constitución.
- Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen

obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, se puede solicitar el formulario para que la DIAN autorice la numeración para las facturas que se usará en el negocio.

Certificado de Existencia y Representación Legal: Es un documento expedido por la Cámara de Comercio que certifica la existencia del negocio. Consta de:

Número de escritura pública con fecha de expedición

- Tipo de sociedad.
- Razón social... Domicilio principal
- Duración de la sociedad
- Objeto social
- Capital y Aportes
- Nombre de los socios.
- Administración.
- Gerente
- Matrícula de Registro Mercantil

Este certificado debe ser renovado cada tres (3) meses, y en algunos casos hasta en 60 días.

Cuando se va a solicitar por primera vez, la empresa debe estar inscrita en la Cámara de Comercio y así su entrega será inmediata con un cargo actual de \$ 1.600.

Control sanitario: Se lleva una carta para solicitar la visita ante la Secretaria de Salud Pública Municipal. El inspector o funcionario va al establecimiento y hace la inspección para verificar que la empresa cumpla con los requisitos de sanidad. Una vez realizada la visita el funcionario deja un acta de visita, si la empresa cumple con las condiciones sanitarias, este valor de este pasó es gratuito, la vigencia: el ente encargado hace las visitas que estime conveniente.

Uso de suelo: Este trámite se realiza ante el Departamento Administrativo de Planeación Municipal, en la ventanilla del piso 11 de la torre Alcaldía, donde se solicita un formato el cual se diligencia con los datos del predio y datos personales, se anexa recibo Predial en original o copia, Valor: \$1.500 que se cancelan en la Tesorería Plazoleta del CAM. Vigencia: un año

Invima: El Invima cobra por el registro sanitario de este proyecto 196 salarios mínimos diarios legales vigentes que ascienden a \$3.702.440, Y por un certificado de calidad de este proyecto 70 salarios mínimos diarios legales vigentes que ascienden a \$1.322.300

ILUSTRACIÓN 33 REGISTRO SANITARIO

REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y/O RENOVACIÓN REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Código	Concepto	SMLDV
2001	Alimentos adicionados y/o enriquecidos y/o fortificados y/o con vitaminas, minerales, aminoácidos, proteínas, oligoelementos, ácidos grasos y otros.	216
2002	Leche líquida entera, leche líquida semidescremada, leche líquida descremada, leche en polvo entera, leche en polvo semidescremada, leche en polvo descremada, alimentos sustitutos y complementarios de la leche materna, alimentos infantiles, mezcla láctea en polvo.	
2003	Derivados cárnicos: conservas, semiconservas, preparados, subproductos cárnicos, colado de carne.	
2004	Derivados de las frutas: refrescos de frutas, néctares, jugos concentrados, pulpas adicionadas de vitamina C, concentrados, pulpas, pulpas azucaradas, mezclas líquidas a base de frutas, mezclas en polvo a base de frutas, mezclas en gel a base de frutas, frutas deshidratadas, pulpas deshidratadas, helados de frutas, dulces de fruta, postres de frutas, compotas y/o colado de frutas, agua de coco.	
2005	Derivados Lácteos: Bebidas fermentadas, crema de leche, mantequilla, aceite o grasa de mantequilla, quesos, suero, arequipe, manjar blanco, dulce de leche, postres de leche, leche condensada azucarada, leche en polvo saborizada, leche líquida saborizada, leche en polvo azucarada, helados de leche, helado de crema, helado de leche con grasa vegetal.	
2006	Derivados de la Pesca: conservas, semiconservas y preparados, preparados con	131

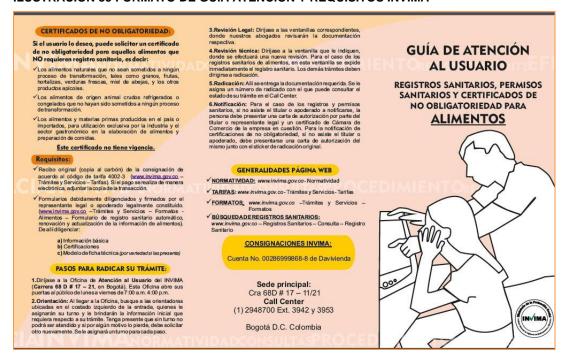
Fuente: INVIMA

ILUSTRACIÓN 34 CERTIFICADO CALIDAD ALIMENTOS INVIMA

Código	Concepto	SMLDV
2030	Alimentos adicionados y/o enriquecidos y/o fortificados con vitaminas, minerales, aminoácidos, proteínas, oligoelementos, ácidos grasos y otros; complementos alimenticios en presentaciones farmacéuticas.	132
2031	Leche en polvo: entera, semidescremada y descremada, y/o adicionada y/o fortificada con vitaminas y/o minerales y/u otros.	
2032	Carne y derivados cárnicos	
2033	Derivados de Frutas: jugos, concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos, y/o adicionados y/o fortificados con vitaminas y minerales, pulpa y fruta deshidratada.	
2034	Derivados Lácteos	
2035	Derivados de la pesca (conservas, semiconservas y preparados)	
2036	Frutas y hortalizas: mermeladas, jaleas, conservas de frutas, bocadillos, encurtidos, verduras, legumbres, raíces, bulbos, tubérculos o rizomas crudos o procesados, oleaginosas.	
2037	Granos, granulados, cereales, y derivados, harinas y derivados, extruidos o texturizados y pastas alimenticias, crudos o procesados.	

Fuente: INVIMA

ILUSTRACIÓN 35 FORMATO DE GUÍA ATENCIÓN Y REQUISITOS INVIMA



Fuente: INVIMA

Concepto técnico de seguridad y protección contra incendios bomberos: El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Cali a través de la cual se da constancia de las condiciones de seguridad en las que se encuentra el inmueble en el cual funciona o funcionará un establecimiento comercial y, tiene una vigencia de un año.

No obligados a declarar: Presentar el original de Cámara de Comercio vigente.

Establecimientos nuevos: Presentar la inscripción y el certificado de matrícula mercantil de Cámara de Comercio.

Concepto de pagos:

Régimen común: Debe cancelar el equivalente al 1% de la sumatoria del ICA del año inmediatamente anterior, más un salario diario mínimo legal vigente año 2012 (\$18.890) por cada establecimiento

Régimen simplificado: Debe cancelar el equivalente al 1% del ICA, más un salario diario mínimo legal vigente (\$18.890) por cada establecimiento. Establecimientos nuevos y no obligados a declarar: El valor a cancelar es el equivalente a dos salarios mínimos diarios legales vigentes (\$37.780) por cada establecimiento.

Radicación: Una vez realizado el pago, se debe presentar el recibo de consignación del banco, junto a los documentos solicitados en la Oficina de Radicación donde se le generará un recibo de caja con el que se le programará la visita de revisión técnica.

Alcaldía – Procesos:

Industria y Comercio. El impuesto de Industria y Comercio grava todas las actividades comerciales, industriales y de servicios, es decir, todos los establecimientos que figuren tienen que inscribirse. Formularios de declaración de Industria y Comercio del año gravable respectivo, y cada contribuyente hará su declaración privada en el formulario asignado, ya sea grande o pequeña empresa; esto se refiere al régimen común.

Requisitos:

- Anexar Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Fotocopia de cédula de ciudadanía del Representante Legal.

4.8.4 Aspectos laborales

Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales (arp): Algunas de ellas son:, Colmena, Suratep, Colpatria entre otros. Los pasos a seguir son:

Una vez elegida la ARP, el empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes.

Adicionalmente debe vincular a cada trabajador, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

Régimen de Seguridad Social: Se debe inscribir a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos los trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse (Comfenalco, Coomeva, Susalud, Cruz Blanca, entre otras). Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante el diligenciamiento de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida.

El formulario de afiliación del trabajador deberá diligenciarse en original y dos copias, el original es para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador.

Fondo de pensiones y cesantías: El empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, para lo cual el trabajador podrá elegir. Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación, y esta se la suministra el fondo. Ya vinculado se debe pagar mensualmente el 16% del salario devengado por el

trabajador, dicho valor se divide en cuatro y de estas el empleador paga tres y una el trabajador.

El fondo de cesantías lo escoge también el empleado y allí se consigna cada febrero 14 el total de cesantías que se hayan generado con base en sus ingresos laborales del año inmediatamente anterior a la fecha de abono a su cuenta personal.

Aportes parafiscales: Son pagos a los cuales está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación familiar para: Subsidio familiar, solo en el caso de estar sobrepasando los 10 salarios mininos legales vigentes se pagara al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA. Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la Caja donde desea afiliarse (Comfenalco, Comfandi), donde le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA.

Los pasos para la afiliación de la empresa son:

Presentar solicitud escrita, suministrada por la Caja de Compensación Familiar, donde conste: domicilio, NIT, información sobre si estaba afiliado o no a alguna caja de compensación familiar. A la solicitud se le debe anexar lo siguiente:

Fotocopia de la cédula si es persona natural

Certificado de existencia y representación legal vigente si es persona jurídica.

Relación de trabajadores indicando para cada uno: número de cédula, nombre completo y salario actual.

Formulario diligenciado de afiliación a la empresa.

Formulario de afiliación del trabajador y de las personas a cargo.

Para afiliar al trabajador debe: Presentar el formulario de inscripción del trabajador debidamente diligenciado.

Adjuntar los documentos necesarios para inscribir las personas que tengan a cargo trabajadores.

Una vez esté en la Caja de Compensación Familiar elegida, debe pagar durante los primeros diez días del mes, el valor correspondiente al 4% del total devengado en la nómina mensual, los cuales deberán ser asumidos por el empleador.

5. FINANCIERO

En este capítulo se mostraran los componentes que participaron en la formulación financiera de la creación de la empresa PATE SAS, en la comuna No. 5 de la ciudad de Santiago de Cali.

Ramírez (2009) en su libro cita, se detallaran los elementos y recursos necesarios a invertir, detallando las cantidades y valores, la forma en que serán financiados, con este estudio financiero se podrá determinar cuál es el valor real de la inversión, la maquinaria y equipos necesarios, los costos y gasto de la operación. (p.72)

Los valores señalados se encuentran están en pesos corrientes y la proyección es a 5 años, empezando en el año 2015 y terminando en el año 2020.

Y se utilizara PUC (Plan único de cuentas para comerciantes) conforme al decreto 2650 de 1993.

5.1 INVERSION INICIAL

En el cuadro que se muestra a continuación muestra inversión total, las síntesis básicos tales como:

- Los activos fijos donde se puede evidenciar cuyo elemento más particular son la maquinaria y equipo.
- Los activos diferidos donde se demuestra las adecuaciones locativas tanto de la planta con el punto de venta.
- La materia prima necesaria para 2 meses.

• El dinero efectivo necesario para cubrir el despegue definitivo del negocio.

Para efectos de la creación de la empresa se plantean dos alternativas:

- El proyecto se financia con recursos propios,
- La combinación de aportes propios y financiación externa a través de entidades financieras.

TABLA 1 INVERSIÓN INICIAL EN PESOS

CUADRO: 18 INV	pote Pruta Natural			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTA	
ACTIVOS FIJOS				
MUEBLES Y ENSERERES	 			
Escritorio	3	115.000	345.00	
Mesa de Junta	1	240.000	240.00	
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			585.00	
EQUIPOS DE COMPUTO Y				
COMUNICACIONES			000 00	
Computador	1	900.000	900.00	
Portátil	2	800.000	1.600.00	
Teléfono	1	170.000	170.00	
Impresoras	1	300.000	300.00	
Celular	2	150.000	300.00	
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y			0.070.00	
COMUNICACIONES	-		3.270.00	
MAQUINARIA Y EQUIPO	-	4 000 000	4 000 00	
Marmitas	1	4.000.000	4.000.00	
Despupadora de Fruta	1	4.600.000		
Refrigeradores	5	800.000	4.000.00	
Tanque de lavado	3	2.800.000	8.400.00	
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			12.600.00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS			16.455.00	
ACTIVOS DIFERIDOS	ļ			
GASTOS DE CONSTITUCION				
Registro Mercantil C.C	1	82.600		
ICA	1	100.000	100.00	
Uso de Suelos	1	615.601	615.60	
Bomberos	1	22.000	22.00	
Saico y Asimpro	1	O		
Invima	1	84.410	84.41	
TOTAL GASTO DE CONSTITUCION			904.61	
ACTIVOS NO DEPRECIABLES				
Silla para escritorio	3	65.000	195.00	
Canastillas	20	5.000	100.00	
Bascula Digital	2	80.000	160.00	
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			455.00	
ACTIVOS INTANGIBLES				
Licencias Offise 2013	3	79.667	239.00	
Ilcencia para Windows 2007	3	76.500	229.50	
Programa de Contabilidad Produccion Pos	1	100.000	100.00	
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES		256.167	568.50	
ADECUACIONES				
Pintura	1	1.200.000	1.200.00	
Electricidad	1	900.000	900.00	
Mobiliario	1	800.000	800.00	
TOTAL ADECUACIONES		2.900.000	2.900.00	
PUBLICIDAD PREOPERATIVA		***************************************		
Volantes	100	1.000	100.00	
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA	100		100.00	
SEGUROS	 			
Poliza de Todo Riesgo	1	700.000	700.00	
TOTAL DE POLIZA DE TODO RIESGO	†		700.00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			4.723.50	
CAPITAL DE TRABAJO			0.00	
Nomina Admistrativa	3	1.978.076	5.934.22	
Nomina Comercial	3	892.174		
Nomina Produccion	3	852.857	2.558.57	
Gastos de Admon	2	454.300	908.60	
Gastos de Admon Gastos de Venta	2	30.000	60.00	
Fruta Guanábana	500	1.100		
Fruta Guariabaria Fruta Fresa	500	1.400	700.00	
Fruta Lulo	~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~~		500.00	
	500	1.000	·	
Fruta Maracuyá	500	400	200.00	
Fruta Mango	500	700	350.00	
Fruta Mora	500	1.000	500.00	
			350.00	
Fruta Piña	500	700		
	500	1.000	500.00 15.787.92	

5.2 DEPRECIACION

TABLA 2 DEPRECIACIÓN EN PESOS

Depreciacion en pesos							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERERES	3	16.250	195.000	195.000	195.000		
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	90.833	1.090.000	1.090.000	1.090.000		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	210.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000
VEHICULOS	5	0	0	0	0	0	0
TOTAL		317.083	3.805.000	3.805.000	3.805.000	2.520.000	2.520.000
MESES AÑOS	12						

FUENTE: Elaboración propia

El método que utilizo la compañía es el de línea recta, este método es el más sencillo y más utilizado por las empresas, y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo, determinando inicialmente la vida útil para cada uno de ellos:

ACTIVOS: Según el decreto 3019 de 1989, los inmuebles tienen una vida útil de 20 años, los bienes muebles 10 años, pero para efecto de estas proyecciones se va hacer a tres años, maquinaria y equipo tienen una vida útil de 10 años, para este caso como no son activos tan costosos se deprecian a cinco (5) años y los vehículos y computadores tienen una vida útil de 5 años

.

5.3 PORCENTANJE DE INVERSION A FINANCIAR

TABLA 3 PORCENTAJE DE INVERSIÓN A FINANCIAR

	ç	ş	ç
TOTAL INVERSION			36.966.424
% DE INVERSION A FINANCIAR			30%
INVERSION A FINANCIAR			11.089.927
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR POR MES			393.625

FUENTE: Elaboración propia

Validando el sector financiero y las diferentes oportunidades que ofrecen y teniendo en cuenta las tasas de amortización, una de las mejores tasas fue la del banco Citibank con una participación del 30% sobre la inversión que equivale a \$12.253,432.

5.4 BALANCE INICIALES

5.4.1 Balance inicial sin financiación

TABLA 4 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS				
PATE SAS	Dote			
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
CAJA-BANCOS	15.787.923			
Cuentas por Cobrar	0			
Inventarios	0			
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.787.923			
ACTIVOS NO CORRIENTES				
MUEBLES Y ENSERERES	585.000			
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3.270.000			
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.600.000			
VEHICULOS	0			
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0			
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.455.000			
ACTIVOS DIFERIDOS				
Diferidos	4.723.501			
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.723.501			
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.178.501			
TOTAL ACTIVOS	36.966.424			
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Cuentas por Pagar	0			
Cesantias	0			
Intereses a la Cesantia por pagar	0			
Impuesto de Renta por Pagar	0			
CREE por pagar	0			
IVA/INC por pagar	0			
ICA por pagar	0			
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0			
PASIVOS NO CORRIENTES				
Obligaciones Financieras	0			
Leasing Financiero	0			
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0			
TOTAL PASIVO	0			
PATRIMONIO				
Capital Social	36.966.424			
Utilidad Acumulada	0			
Reserva Legal Acumulada	0			
TOTAL PATRIMONIO	36.966.424			
PASIVO MAS PATRIMONIO	36.966.424			

El Balance inicial muestra los estados financieros y refleja la situación económica de la empresa en su momento de creación.

"Contablemente debe existir equilibrio entre las cuentas reales es decir del activo, Pasivo y Patrimonio" (Coral Delgado, 2008), un activo es todo bien o derecho que tenga la empresa, el pasivo son las deudas y obligaciones que se tienen con terceros y el patrimonio son los aportes que los socios hacen a la nueva empresa.

Para que una empresa empiece sus operaciones necesita recursos económicos para realizar la compra de maquinaria, equipos de oficina, licencias de funcionamiento y de software, adecuaciones locativas y materia prima; estos son aportados por los socios directamente y por consiguiente el Balance Inicial es sin financiación.

5.4.2 Balance inicial con financiación

Otra opción es calcular la inversión inicial \$ 40.844.775 y a este valor se calcula el 30% que equivale a \$ 12.253.432, las cuales son reflejadas en los pasivos no corrientes de la compañía en la cuenta de obligaciones financieras.

TABLA 5 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS				
PATE SAS	pote pulpa de Fruta Natural			
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
CAJA-BANCOS	15.787.923			
Cuentas por Cobrar	0			
Inventarios	0			
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.787.923			
ACTIVOS NO CORRIENTES				
MUEBLES Y ENSERERES	585.000			
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3.270.000			
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.600.000			
VEHICULOS	0			
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0			
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.455.000			
ACTIVOS DIFERIDOS				
Diferidos	4.723.501			
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.723.501			
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.178.501			
TOTAL ACTIVOS	36.966.424			
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Cuentas por Pagar	0			
Cesantias	0			
Intereses a la Cesantia por pagar	0			
Impuesto de Renta por Pagar	0			
CREE por pagar	0			
IVA/INC por pagar	0			
ICA por pagar	0			
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0			
PASIVOS NO CORRIENTES				
Obligaciones Financieras	11.089.927			
Leasing Financiero	0			
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	11.089.927			
TOTAL PASIVO	11.089.927			
PATRIMONIO				
Capital Social	25.876.497			
Utilidad Acumulada	0			
Reserva Legal Acumulada	0			
TOTAL PATRIMONIO	25.876.497			
PASIVO MAS PATRIMONIO	36.966.424			

5.5 AMORTIZACION DEL PRESTAMO

TABLA 6 AMORTIZACIÓN EN PESOS

		AMORTIZACION EN PESO	os			
		PATE SAS				pote
/alor Prestamo EA (%) 'ASA NOMINAL MENSUAL 'ASA MENSUAL Jumero de Cuotas	11.089.927 12,00% 11,39% 0,95% 48					— ■uipa de Fruta Natur
leses de Año	12	N° Cuota 0	Cuota	Intereses	Amortizacion	Saldo 11.089.92
		1	288.711	105.230	183.481	10.906.44
		2	288.711	103.489	185.222	10.721.22
		3	288.711	101.731	186.980	10.721.2
		4	288.711	99.957	188.754	10.345.4
		5	288.711	98.166	190.545	10.154.9
		6	288.711	96.358	192.353	9.962.5
		7	288.711	94.533	194.178	9.768.4
		8	288.711	92.690	196.021	9.572.3
		9	288.711	90.830	197.881	9.374.5
		10	288.711	88.953	199.758	9.174.7
		11	288.711	87.057	201.654	8.973.1
		12	288.711	85.144	203.567	8.769.5
		13	288.711	83.212		8.564.0
		14	288.711	81.262	207.449	8.356.5
		15	288.711	79.294	209.417	8.147.1
		16	288.711	77.307	211.404	7.935.7
		17	288.711	75.301	213.410	7.722.3
		18	288.711	73.276	215.435	7.506.9
		19	288.711	71.232	217.480	7.289.4
		20	288.711	69.168	219.543	7.069.8
		21	288.711	67.085	221.626	6.848.2
		22	288.711	64.982	223.729	6.624.5
		23	288.711	62.859	225.852	6.398.6
		24	288.711	60.716	227.995	6.170.6
		25	288.711	58.552	230.159	5.940.5
		26	288.711	56.368	232.343	5.708.1
		27	288.711	54.164	234.547	5.473.6
		28	288.711	51.938	236.773	5.236.8
		29	288.711	49.692	239.020	4.997.8
		30	288.711	47.424	241.288	4.756.5
		31	288.711	45.134	243.577	4.512.9
		32	288.711	42.823	245.888	4.267.0
		33	288.711	40.490	248.222	4.018.8
		34	288.711	38.134	250.577	3.768.2
		35	288.711	35.757	252.955	3.515.3
		36	288.711	33.356	255.355	3.259.9
		37	288.711	30.933	257.778	3.002.2
		38	288.711	28.487	260.224	2.741.9
		39	288.711	26.018	262.693	2.479.2
		40	288.711	23.525	265.186	2.214.1
		41	288.711	21.009	267.702	1.946.4
		42	288.711	18.469	270.242	1.676.1
		43	288.711	15.905	272.806	1.403.3
		44 45	288.711 288.711	13.316 10.703	275.395 278.008	1.127.9 849.9
		45	288.711	8.065	280.646	569.3
		46 47	288.711	5.402	283.309	285.9
		48	288.711	2.714	285.997	200.8
		40	200.711	2.768.212		
				AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
		INTERES	1.144.140	865.693	553.832	204.5
						0.050.0
		AMORTIZACION	2.320.395 3.464.535	2.598.842 3.464.535	2.910.703 3.464.535	3.259.98 3.464.535

Después de analizar diferentes sectores financieros, se pudo definir que la mejor alternativa es con el banco Citibank, que tiene una tasa efectiva anual del 12%, para una tasa mensual, 0.95% diferido en 48 meses.

En la tabla anterior se muestra la información detallada de las cuotas y abonos a capital durante los 4 años.

5.6 LEASING FINANCIERO

Hay diferentes tipos de Leasing, con diferentes entidades financieras, y hay unos que de denominan Financieros ya que al finalizar el periodo convenido tiene opción de compra.

Se analiza la formar de realizar un leasing financiero con la entidad Bancolombia, ya que presenta un tasa de interés aceptable además de información en línea con el banco atreves de su página.

La maquinaria para este caso es:

Marmita Industrial \$ \$ 4.000.000

Despulpadora de fruta industria \$4.600.000

Refrigerados a \$800.000 C/U

Tanque de Lavado en acero inoxidable \$2.800.000

El total \$12.600.000 con una opción de compra del15% que equivale al \$1.083.519 teniendo en cuenta las variables del DTF, 4.48%, Spread de 10%, una tasa nominal mensual de 13.99% y una tasa de 1.17%, diferido a 48 meses.

Las cuotas son iguales de \$314.647, durante los 4 años, a medida que se va amortizando el saldo, los intereses van disminuyendo y la amortización va aumentando.

TABLA 7 AMORTIZACION EN PESOS

		LEASING EN PESOS				pst	e.
		PATE SAS				ulpa de Fruta N	latural
/alor Activo	12.600.000						
% Opcion de Compra	15%						
/alor Opcional de Compara	1.890.000						
OTF	4,48%						
PREAD	10.00%						
EA (%)	0,00%						
ASA NOMINAL MENSUAL	13,99%						
ASA MENSUAL	1,17%						
umero de Cuotas	48						
leses de Año	12						
P Opcion de compra	1.083.519	N° Cuota	Cuota	Intereses	Amortizacion	Saldo	
alor para calculo cuota	11.516.481	0				12.600.000	
		1	314.647	146.895	167.752	12.432.248	
		2	314.647	144.939	169.708	12.262.540	
		3	314.647	142.961	171.686	12.090.854	
		4	314.647	140.959	173.688	11.917.166	
		5	314.647	138.934	175.713	11.741.453	
		6	314.647	136.886	177.761	11.563.692	
		7	314.647	134.813	179.834	11.383.858	
		8	314.647	132.717	181.930	11.201.928	
		9	314.647	130.596	184.051	11.017.877	
		10	314.647	128.450	186.197	10.831.679	
		10	314.647	126.450	188.368	10.631.679	
		12	314.647	124.083	190.564	10.452.748	
		13	314.647	121.862	192.785	10.259.962	
		14	314.647	119.614		10.064.929	
		15	314.647	117.340	197.307	9.867.623	
		16	314.647	115.040	199.607	9.668.016	
		17	314.647	112.713	201.934	9.466.081	
		18	314.647	110.359	204.288	9.261.793	
		19	314.647	107.977	206.670	9.055.123	
		20	314.647	105.568	209.079	8.846.044	
		21	314.647	103.130	211.517	8.634.527	
		22	314.647	100.664	213.983	8.420.544	
		23	314.647	98.170	216.478	8.204.066	
		24	314.647	95.646	219.001	7.985.065	
		25	314.647	93.093	221.555	7.763.510	
		26	314.647	90.510	224.138	7.539.373	
		27	314.647	87.897	226.751	7.312.622	
		28	314.647	85.253	229.394	7.083.228	
		29	314.647	82.579	232.068	6.851.160	
		30	314.647	79.873	234.774	6.616.386	
		31	314.647	77.136	237.511	6.378.875	
		32	314.647	74.367	240.280	6.138.595	
		33	314.647	71.566	243.081	5.895.513	
		34	314.647	68.732	245.915	5.649.598	
		35	314.647	65.865	248.782	5.400.816	
		36	314.647	62.965	251.683	5.149.133	
		36					
			314.647	60.030	254.617	4.894.516	
		38	314.647	57.062	257.585	4.636.931	
		39	314.647	54.059	260.588	4.376.343	
		40	314.647	51.021	263.626	4.112.717	
		41	314.647	47.947	266.700	3.846.017	
		42	314.647	44.838	269.809	3.576.208	
		43	314.647	41.693	272.954	3.303.254	
		44	314.647	38.510	276.137	3.027.117	
		45	314.647	35.291	279.356	2.747.761	
		46	314.647	32.034	282.613	2.465.148	
		47	314.647	28.740	285.908	2.179.241	
		48	314.647	25.406	289.241	1.890.000	
		40	514.04/	4.393.060	10.710.000	1.000.000	
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TOTAL
						516.632	4.393.0
		INTERES	1.628.513	1.308.082	939.634	516.632	
		INTERES AMORTIZACION	1.628.513 2.147.252	2.467.683	2.835.932	3.259.133	10.710.0

5.7 PARAMETROS GENERALES

5.7.1 Parámetro económico

TABLA 8 AMORTIZACION EN PESOS

	PARAM	METROS ECO	Dulpo	ote Fruta Natural	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC%	2,95%	2,82%	2,70%	3,20%	3,40%
TRM (\$/US\$)	\$ 2.270,00	\$ 2.380,00	\$ 2.440,00	\$ 2.510,00	\$ 2.560,00
VARIACION%TRM	4,13%	4,85%	2,52%	2,87%	1,99%
% PRECIOS	2,95%	2,82%	2,70%	3,20%	3,40%
% Costos	2,95%	2,82%	2,70%	3,20%	3,40%
% Unidades	4,36%	4,36%	4,36%	4,36%	4,36%
RENTA	25,0%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
CREE	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%
IVA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
INC	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
ICA (Tarifa * Miles)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
Reserva Legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

FUENTE: Elaboración propia

Los parámetros económicos relacionados anteriormente fueron recolectados de los indicadores macroeconómicos proyectados 2015-2020 Bancolombia, los cuales tiene una proyección e incremento realizado por esta entidad para el cálculo de sus indicadores de gestión propio y con base en estos se utilizaron como punto de referencia para la empresa, fundamentados lógicamente en la información suministrada por el Banco de la República.

El IPC corresponde año 1 – 2015, año 2 – 2016, año 3 – 2017, año 4 – 2018 y año 5 – 2019. Los incrementos de costos, precios y unidades se calcularon a partir del informe de indicadores macroeconómicos proyectados hasta el 2019, teniendo en cuenta el costo de vida, la proyección de impuestos IVA, se determinó a partir de

la tabla de impuestos de la ANDI – Cámara de usuarios de Zonas Francas – Régimen franco y sector de textiles, confecciones.

5.7.2 Parámetro laboral

Basándonos en los parámetros que se manejan la ley 1562 del año 2012. Para esto se tienen los porcentajes de las prestaciones sociales legales vigentes y los de sistema de EPS, AFP, ARL, más los de caja de compensación establecida por la ley 1607 de 2012.

TABLA 9 PARAMETROS LABORALES

PARAMETROS LABORALES						
	•					
SMMLV	663.358					
Auxilio de Transporte	76.183					
Cesantías	8,33%					
Intereses a la Cesantías	1,0%					
Primas	8,33%					
Vacaciones	4,17%					
Salud	0,00%					
Pensión	12,00%					
ARL	0,5226%					
Caja de Compensación	4,00%					
ICBF	0,00%					
SENA	0,00%					

FUENTE: Elaboración Propia

5.7.3 Cargos y salarios

Para el funcionamiento de la compañía, se definieron 4 cargos. 2 administrativos, 1 en el departamento de ventas y 1 en producción, discriminados a continuación.

TABLA 10 PARAMETROS LABORALES

CARGOS Y SALARI	os
ADMISTRACION Gerente Administración Secretaria Personas con auxilio	900.000 663.358 2
PRODUCION Operario Personas con auxilio	663.358 1
VENTAS Vendedor Personas con auxilio	800.000 1

5.7.4 Recaudos y pagos

La empresa manejara ventas a crédito con cadenas de grandes superficies que equivale al 40% con un plazo a 30 días, y con los proveedores se manejaría un 30% con plazo a 30 días.

TABLA 11 RECAUDOS Y PAGO

RECAUDO	os	PAGO	s
Contado (%)	60%	Contado (%)	70,00%
Crédito (%)	40%	Crédito (%)	30,00%
Plazo (Días)	30	Plazo (Dias)	30

5.7.5 Registro mercantil

Estos son los gastos que incurre la empresa para su constitución, la sociedad será SAS, estos valores fueron calculados a partir de la tabla de la cámara de comercio de Santiago de Cali, tarifas de los servicios de los registros públicos año 2015.

TABLA 12 REGISTRO MERCANTIL

REGISTRO MERCANTIL						
limite Inferior	10.309.600					
Limite Superior	11.598.300					
Promedio	10.953.950					
% A Aplicar	1,31%					
Valor a Pagar	144.000					

FUENTE: Elaboración propia

5.7.6 Márgenes brutos

La empresa manejara 8 diferentes sabores, manejando un único precio de \$3.500 para una presentación de 500 gramos la margen de utilidad será diferente para cada producto.

TABLA 13 MARGENES BRUTOS

MARGEN BRUTO						
	COSTO SIN	MARGEN	P/ VENT SIN IVA			
Fruta Guanábana	1.888	72%	3.247			
Fruta Fresa	1.796	72%	3.089			
Fruta Lulo	1.895	85%	3.507			
Fruta Maracuyá	2.077	69%	3.511			
Fruta Mango	1.854	89%	3.505			
Fruta Mora	2.784	26%	3.507			
Fruta Piña	1.378	86%	2.564			
Fruta Tomate de Árbol	1.517	94%	2.942			

5.7.7 Gastos administrativos

Se relacionan en el siguiente cuadro los gastos administrativos, como los pagos de Servicios, arriendo, útiles de oficina e implementos de aseo que serán utilizados en el ejercicio de su funcionamiento.

TABLA 14 PARAMETROS GASTOS DE ADMINISTRACION

PARAMETRO DE GASTOS ADMON							
CANTIDAD VALOR VALOR UNITARIO TOTAL							
Arriendo	1	150.000	150.000				
Servicios Públicos	os Públicos 1						
Teléfono	1	30.000	30.000				
Gastos Admón.			270.000				
Útiles de Oficina	1	53.300	53.300				
Total Útiles de Oficina	Total Útiles de Oficina 593.300						
Implementos de Aseo	1	26.800	26.800				
Total Implementos			620.100				

5.8 GASTO DE ADMISTRACION Y VENTAS PROYECTADOS

Se discrimina en el siguiente cuadro, los gastos de la empresa, tanto administrativos como de ventas, los gastos diferidos y la depreciación de la maquinaria, los cuales fueron presupuestados a 5 años.

Se debe aclarar que los gastos de administración y ventas del año 1 en el cuadro ya tiene el IPC incluido, por lo tanto al trasladarlos al cuadro de gastos proyectados, ya se encuentra el IPC aplicado en el mes a mes del año y corresponde a valores promedios en lo que corresponde a los servicios públicos y consumo de papelería y útiles de aseo.

TABLA 15 GASTOS EN PESOS

	GASTOS	EN PESOS	Pote Pulpa de Fruta Natural		
GASTOS ADMINISTRACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	1.800.000	1.850.760	1.900.731	1.961.554	2.028.247
Teléfono	360.000	370.152	380.146	392.311	405.649
Servicios Publicos	1.080.000	1.110.456	1.140.438	1.176.932	1.216.948
Utiles de Oficina	639.600	657.637	675.393	697.005	720.704
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	3.879.600	3.989.005	4.096.708	4.227.802	4.371.548
GASTO DE VENTA	0				
Teléfono	360.000	370.152	380.146	392.311	392.311
	0				
TOTAL GASTO DE VENTA	360.000	370.152	380.146	392.311	392.311
GASTO DE DEPRECIACION	3.805.000	3.805.000	3.805.000	2.520.000	2.520.000
GASTOS DIFERIDOS	5.223.501	822.560	844.769	871.802	901.443
GASTOS AL ESTADO DE RERSULTADOS	13.268.101	8.986.717	9.126.623	8.011.915	8.185.302
GASTO AL FLUJO DE CAJA	4.239.600	4.359.157	4.476.854	4.620.113	4.763.859

5.9 COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION

TABLA 16 COSTO DE FABRICACION DE LA GUANABANA

PRODUCTO:	Gunabana	65%		
UND DE PDN LIBRAS	1			
		-		
MATERIALES				
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario		
MATERIA PRIMA	769	900	1,80	
				Costo unitario x
				materiales
TOTAL	769			1.384
	IA DE PRODU			
CARGO	Horas	VIr unitario	VIr total	
Operario	8	3.538	28.305	
				Costo unitario x
			0	materiales
		_		348
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000			
Materiales Indirectos	3.500			_
TOTAL CIF	12.600	Costo un	itario CIF	
	•		155	
Costo Total Unitario Pro	duccion			1.888
COSIO TOTAL UNITATIO PIC	ducción			1.000

TABLA 17 COSTO FABRICACION DE LA FRESA

PRODUCTO:	Fresa	85%		
UND DE PDN LIBRAS	1			
		,		
MATERIALES I	DIRECTOS PRO	D X 500 gr		
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario	VIr total	
MATERIA PRIMA	588	1.200	2	
				Costo unitario
				x materiales
Total			2	1.411
				•
	DE PRODUCC	ION		
CARGO	Horas	VIr unitario	VIr total	
Oficios Varios	8	3.538	28.305	
				Costo unitario
			0	x materiales
				266
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000			
Materiales Indirectos	3.500			
TOTAL CIF	12.600	Costo un	itario CIF	
			119	
Costo Total Unitario Producc	ion			1.796

TABLA 18 COSTO FABRICACION DE EL LULO

PRODUCTO:	Lulo	70%		
UND DE PDN LIBRAS	1			
***************************************	IDECTOR DD	OD V 500		1
MATERIALES D			M- 4-4-1	
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario	VIr total	
MATERIA PRIMA	714	1.000	2,00	
				Costo unitario x
				Materiales
Total			2	1.428
		1		
	DE PRODUCO			
CARGO	No	VIr unitario	Vir total	
Oficios Varios	8	3.538	28.305	
				Costo unitario x
			0	materiales
		_		323
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000	1		
Materiales Indirectos	3.500	ĺ		
TOTAL CIF	12.600	Costo uni	tario CIF	
			144	1
Costo Total Unitario Producc	ion			1.895
Costo Total Ollitario Producc	ion			1.093

TABLA 19 COSTO DE FABRICACION DE LA MARACUYA

PRODUCTO:	Maracuya	35%		
UND DE PDN LIBRAS	1			
MATERIALES D	IRECTOS PR	OD X 500 gr		
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario	VIr total	
MATERIA PRIMA	1.428	400	0,80	
				costo unitario x
				materiales
Total			1	1.142
NOMINA	DE PRODUCO			
CARGO	No	VIr unitario	Vir total	
Oficios Varios	8	3.538	28.305	
				Costo unitario x
			0	materiales
		•		647
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000			
Materiales Indirectos	3.500			
TOTAL CIF	12.600	Costo uni	tario CIF	
			288	
Costo Total Unitario Produccion 2.				

TABLA 20 COSTO DE FABRICACION DEL MANGO

PRODUCTO:	Mango	50%		
UND DE PDN LIBRAS	1			
		•		
MATERIALES D	IRECTOS PRO	OD X 500 gr		
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario	VIr total	
MATERIA PRIMA	1.000	600	1,20	
				Costo unitario
				materiales
Total			1	1.200
				i
NOMINA DE PRODUCCION		1	1	
CARGO	No	VIr unitario	Vir total	
Oficios Varios	8	3.538	28.305	
				Costo unitario
			0	materiales
		i		453
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000			
Materiales Indirectos	3.500			İ
TOTAL CIF	12.600	Costo un	itario CIF	
		I	202	
				ll .

TABLA 21 COSTO FABRICACION DE LA MORA

PRODUCTO:	Mora	90%		
UND DE PDN LIBRAS	1		1	
		_		_
MATERIALES D	RECTOS PRO	DD X 500 gr		
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario		
MATERIA PRIMA	555	1.100	2,20	
				Costo unitario x
				materiales
Total			2	2.420
				_
	DE PRODUCC			
CARGO	No	VIr unitario		
Oficios Varios	8	3.538	28.305	
				Costo unitario x
			0	materiales
		1		252
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000			
Materiales Indirectos	3.500			
TOTAL CIF	12.600	Costo un	itario CIF	
			112	
Costo Total Unitario Produccio	on			2.784

TABLA 22 COSTO DE FABRICACION DE LA PIÑA

PRODUCTO:	Piña	60%		
UND DE PDN LIBRAS	1		ı	
		-'		
MATERIALES I				
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario		
MATERIA PRIMA	833	500	1,00	
				Costo unitario x materiales
Total			1	833
NOMINA	DE PRODUC	CION		
CARGO	No	VIr unitario	Vir total	
Oficios Varios	8	3.538	28.305	
				Costo unitario x
			0	materiales
		•		377
CIF				
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR			
Asistencia Tecnica	0			
Arrendamiento	5.000			
Empaque	1.100			
Servicios Publicos	3.000			
Materiales Indirectos	3.500			
TOTAL CIF	12.600	Costo un	itario CIF	
			168	

TABLA 23 COSTO DE FABRICACION DEL TOMATE DE ARBOL

PRODUCTO:	Tomate de Arbol	70%				
UND DE PDN LIBRAS	1					
	•	•				
MATERIALES D						
MATERIAL	CANTIDAD	VIr unitario	VIr total			
MATERIA PRIMA	714	900	1,80			
				Costo unitario x		
				materiales		
Total			2	1.285		
NOMINA	DE PRODUC	CION				
CARGO	No	VIr unitario	VIr total			
Oficios Varios	8	3.538	28.305			
				Costo unitario x		
			0	materiales		
		Ī		88		
CIF						
COSTOS INDIRECTOS F.	VALOR					
Asistencia Tecnica	0					
Arrendamiento	5.000					
Empaque	1.100					
Servicios Publicos	3.000					
Materiales Indirectos	3.500					
TOTAL CIF	12.600	Costo un	itario CIF			
			144			

5.10 IMPUESTOS, RECAUDO, PAGOS

El impuesto de valor agregado para el producto las frutas, no es aplicado para las frutas.

TABLA 24 IVA

		IVA		P	Ste ode Fruta Natural
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA COBRADO	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	0	0	0	0	0
IVA CAUSADO	0	0	0	0	0
IVA AL FLUJO	0	0	0	0	0
IVA AÑO SIGUIENTE	0	0	0	0	0
IVA TOTAL AL F.C	0	0	0	0	0
MES AÑO	12				
MESES PAGADOS IVA	8				
MESES X PAGAR IVA	4				
		RECAUDO EN	PESOS		
CONTADO	60.936.764	65.386.947	67.169.501	72.341.230	77.344.061
CREDITO	37.239.134	40.624.510	43.591.298	44.779.667	48.227.487
TOTAL	98.175.898	106.011.457	110.760.799	117.120.898	125.571.547
MESES	12				
MESES RECAUDADOS	11				
		PAGO EN PI	ESOS		
CONTADO	32.239.746	36.911.117	40.920.789	43.581.622	46.595.553
CREDITO	16.712.605	15.819.050	17.537.481	18.677.838	19.969.523
TOTAL	48.952.351	52.730.167	58.458.270	62.259.460	66.565.076
MESES	12				
MESES RECAUDADOS	11				

5.11 ESTADO DE RESULTADOS

Según Murcia (2012) El Estado de Resultados "muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o perdida resultante de las operaciones de una empresa durante un periodo de tiempo determinado, generalmente un año" (pàrr.1).

5.11.1 Estado de resultado sin financiación

Se puede observar que para el primer año se tienen unas ventas de 100 millones de pesos dando un margen de utilidad bruta de 40 millones después de las deducciones de las nóminas, los gastos de venta y administración y los impuesto correspondientes al cierre fiscal quedo una utilidad de 100 mil pesos.

Para las utilidades para los años siguientes incrementan de la siguiente forma, para el año 2 de 1 millón, para el 3 año 2 millones novecientos, para el año 4, 3 millones seiscientos y para el año 5, 5 millones.

TABLA 25 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS

ESTADO DE RI	ESULTADOS S	SIN FINANCIA	CION EN PES	os	octe.
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	101.561.274	108.978.245	111.949.169	120.568.717	128.906.768
COSTOS MERCANCIA VENDIDA	60.773.108	52.730.167	58.458.270	62.259.460	66.565.076
UTILIDAD BRUTA	40.788.166	56.248.078	53.490.899	58.309.257	62.341.692
EGRESOS					
NOMINA	27.030.255	27.792.508	28.542.906	29.456.279	30.457.793
GASTOS ADMON	3.879.600	3.989.005	4.096.708	4.227.802	4.371.548
GASTOS VENTAS	360.000	370.152	380.146	392.311	392.311
GASTOS DE DEPRECIACION	3.805.000	3.805.000	3.805.000	2.520.000	2.520.000
GASTOS DIFERIDOS	5.223.501	822.560	844.769	871.802	901.443
ICA	335.152	359.628	369.432	397.877	425.392
TOTAL EGRESOS	40.633.508	37.138.853	38.038.962	37.866.071	39.068.487
UTILIDAD OPERACIONAL	154.657	19.109.224	15.451.937	20.443.186	23.273.205
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
Gastos financieros Prestamo	0				
Gastos Financieros Leasing	0				
TOTAL OTRA INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	154.657	19.109.224	15.451.937	20.443.186	23.273.205
Impuesto de Renta	38.664	4.777.306	3.862.984	5.110.797	5.818.301
CREE	13.919	1.719.830	1.390.674	1.839.887	2.094.588
UTILIDAD NETA	102.074	12.612.088	10.198.279	13.492.503	15.360.316
RESERVA LEGAL	10.207	1.261.209	1.019.828	1.349.250	1.536.032
UTILIDAD DEL EJERCICIO	91.866	11.350.879	9.178.451	12.143.253	13.824.284
UTILIDAD ACUMULADA	91.866	11.442.746	20.621.197	32.764.449	46.588.733
RESERVA LEGAL ACUMULADA	10.207	1.271.416	2.291.244	3.640.494	5.176.526

5.11.2 Estado de resultado con financiación

En este podemos observar los gastos financieros reflejados en los gastos financieros por concepto de préstamo, y para el primer año la utilidad es negativa para poder cubrir este rublo, como en los años posteriores la utilidad es mayor, se puede cubrir el monto sin llegar afectar los resultados fiscales.

TABLA 26 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS:

ESTADO DE RE	SULTADOS CO	ON FINANCIA	CION EN PESC)S	pote.
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	ANO 5
INGRESOS					
VENTAS	101.561.274	108.978.245	111.949.169	120.568.717	128.906.768
COSTOS MERCANCIA VENDIDA	60.773.108	52.730.167	58.458.270	62.259.460	66.565.076
UTILIDAD BRUTA	40.788.166	56.248.078	53.490.899	58.309.257	62.341.692
EGRESOS					
NOMINA	27.030.255	27.792.508	28.542.906	29.456.279	30.457.793
GASTOS ADMON	3.879.600	3.989.005	4.096.708	4.227.802	4.371.548
GASTOS VENTAS	360.000	370.152	380.146	392.311	392.311
GASTOS DE DEPRECIACION	3.805.000	3.805.000	3.805.000	2.520.000	2.520.000
GASTOS DIFERIDOS	5.223.501	822.560	844.769	871.802	901.443
ICA	335.152	359.628	369.432	397.877	425.392
TOTAL EGRESOS	40.633.508	37.138.853	38.038.962	37.866.071	39.068.487
UTILIDAD OPERACIONAL	154.657	19.109.224	15.451.937	20.443.186	23.273.205
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
Gastos financieros Prestamo	1.264.178	956.517	611.937	226.007	0
Gastos Financieros Leasing	0				
TOTAL OTRA INGRESOS Y EGRESOS	1.264.178	956.517	611.937	226.007	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO	(1.109.521)	18.152.707	14.840.000	20.217.179	23.273.205
Impuesto de Renta	0	4.538.177	3.710.000	5.054.295	5.818.301
CREE	0	1.633.744	1.335.600	1.819.546	2.094.588
UTILIDAD NETA	(1.109.521)	11.980.787	9.794.400	13.343.338	15.360.316
RESERVA LEGAL	0	1.198.079	979.440	1.334.334	1.536.032
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(1.109.521)	10.782.708	8.814.960	12.009.004	13.824.284
UTILIDAD ACUMULADA	(1.109.521)	9.673.187	18.488.147	30.497.151	44.321.435
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	1.198.079	2.177.519	3.511.852	5.047.884

5.12 FLUJO DE CAJA

Moreno (2010) "El flujo de caja presenta las fuentes (u orígenes) y los usos (o aplicaciones) planificadas para el efectivo durante el año presupuestado" (pàrr.1) Las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado, se realizan para conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar, de igual forma sirve para tomar decisiones y poder controlar eficientemente la empresa y obtener mejores resultados.

5.12.1 Flujo de caja sin financiación

Con el análisis de las variables de evaluación financiera aplicadas se puede determinar que durante 5 años proyectados:

Tasa de descuento: Para descontar los flujos de caja y evaluar la viabilidad financiera del proyecto se utilizó una tasa de descuento del 21% se calculó con el DTF mas los 16% puntos de Spred.

El Valor Presente Neto (VPN): Es mayor que cero; lo que significa que el proyecto es viable, puesto que se recupera la inversión incluso en un menor tiempo que el proyectado a cinco años al traer los valores futuros al presente y se obtiene una ganancia de \$ 48 millones.

La Tasa Interna de Retorno (TIR): Se observa que el porcentaje obtenido es de 66% comparando el costo de oportunidad de 2.56

La variable Beneficio – costo (B/C): De 2.56 es decir, por cada peso de inversión la unidad productora recupera 2 veces ese dinero en cinco años, lo que significa que se recupera la inversión.

Ahora esta variación y los resultados con el esquema de financiación no varían mucho frente al resultado del VPN, sin embargo a analizar la TIR, esta nos da un resultado del 66% ya que el valor de la inversión es menor por la financiación aplicada, lo que muestra que la relación (B/C) indica que por cada peso que se invierte, se recupera 2.25 pesos, lo que significa que el proyecto es viable.

TABLA 27 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION EN PESOS

						FLUJ	D DE CAJA SIN	I FINANCIACI	ON EN PESOS								pote.
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	ОСТ	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						••••											
RECAUDOS	5.078.064	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	98.175.898	106.011.457	110.760.799	117.120.898	125.571.547
IVA COBRADO	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL INGRESOS	5.078.064	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	98.175.898	106.011.457	110.760.799	117.120.898	
EGRESOS																	
NOMINA	2.906.213	2.906.213	2.906.213	2.906.213	2.906.213	4.163.572	3.344.129	2.906.213	2.906.213	2.906.213	2.906.213	3.725.655	37.389.269	14.734.316	15.133.319	15.612.542	16.141.297
Gastos Admon	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	3.879.600	3.989.005	4.096.708	4.227.802	4.371.548
Gastos Ventas	525,500	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	330.000	370.152	380.146	392.311	392.311
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA TOTAL AL FC	0	_	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SEGUROS													0	•	•		
IMPUESTO RENTA													•	4.777.306	3.862.984	5.110.797	5.818.301
CREE														1.719.830	1.390.674	1.839.887	2.094.588
ICA														359.628	369.432	397.877	425.392
PAGOS	2.686.646	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	4.205.973	48.952.351	40.624.510	43.591.298	44.779.667	48.227.487
TOTAL EGRESOS	5.916.158	7.465.486	7.465.486	7.465.486	7.465.486	8.722.845	7.903.402	7.465.486	7.465.486	7.465.486	7.465.486	8.284.929		66,574,746	68.824.562	72.360.883	77.470.925
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	-838.094	997.954	997.954	997.954	997.954	-259.405	560.037	997.954	997.954	997.954	997.954	178.511		39.436.710	41.936.237	44.760.015	48.100.623
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos Financiero prestamo													0				
Amortizacon Prestamo													0				
Gastos Financieros Leasing													0				
Amortizacion Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
FLUJO DE CAJA NETO	-838.094	997.954	997.954	997.954	997.954	-259.405	560.037	997.954	997.954	997.954	997.954	178.511	7.624.679	39.436.710	41.936.237	44.760.015	48.100.623
SALDO INICIAL CAJA	15.866.274	15.028.179	16.026.133	17.024.087	18.022.041	19.019.994	18.760.589	19.320.626	20.318.580	21.316.534	22.314.488	23.312.441	15.866.274	23.490.952	62.927.663	104.863.900	149.623.914
SALDO FINAL CAJA	15.028.179	16.026.133	17.024.087	18.022.041	19.019.994	18.760.589	19.320.626	20.318.580	21.316.534	22.314.488	23.312.441	23.490.952	23.490.952	62.927.663	104.863.900	149.623.914	197.724.537
			AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5									
		Inversion	-37.544.775	7.624.679	39.436.710	41.936.237	44.760.015	48.100.623									
		DTF(%)	4%														
		SPREAD (%)	16%														
		CDO(%)	21%														
		. ,															
		VPN (\$)	58.467.678														
		TIR (%)	66%														
			00/0														

TABLA 28 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS

						FLUJO DE	CAJA CON FI	NANCIACIO	N EN PESOS								pste.
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	ОСТ	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECAUDOS	5.078.064	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	98.175.898	106.011.457	110.760.799	117.120.898	125.571.547
IVA COBRADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	5.078.064	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	8.463.439	98.175.898	106.011.457	110.760.799	117.120.898	125.571.547
EGRESOS																	
NOMINA	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521	2.252.521					
Gastos Admon	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300	323.300					
Gastos Ventas	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000					
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
IVA TOTAL AL FC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
SEGUROS														•			
IMPUESTO RENTA														0	4.557.497	3.722.360	5.058.860
CREE														13.919	1.719.830	1.390.674	1.839.887
ICA														335.152	359.628	369.432	397.877
PAGOS	•																
TOTAL EGRESOS	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	2.605.821	31.269.855	349.071	6.636.955	5.482.467	7.296.623
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	2.472.242	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	5.857.618	66.906.043	105.662.385	104.123.844	111.638.431	118.274.924
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos Financiero prestamo													0				
Amortizacon Prestamo	186.352	188.120	189.905	191.707	193.526	195.362	197.216	199.088	200.977	200.977	202.884	204.809	2.350.922	3.518.738	3.518.738	3.518.738	
Gastos Financieros Leasing													0				
Amortizacion Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	186.352	188.120	189.905	191.707	193.526	195.362	197.216	199.088	200.977	200.977	202.884	204.809	2.350.922	3.518.738	3.518.738	3.518.738	
FLUJO DE CAJA NETO	2.285.891	5.669.498	5.667.713	5.665.911	5.664.092	5.662.256	5.660.402	5.658.531	5.656.642	5.656.642	5.654.735	5.652.809	64.555.120	102.143.647	100.605.106	108.119.693	118.274.924
SALDO INICIAL CAJA	15.866.274	18.152.164	23.821.663	29.489.376	35.155.287	40.819.379	46.481.635	52.142.037	57.800.567	63.457.209	69.113.850	74.768.585	15.866.274				
SALDO FINAL CAJA	18.152.164	23.821.663	29.489.376	35.155.287	40.819.379	46.481.635	52.142.037	57.800.567	63.457.209	69.113.850	74.768.585	80.421.394	80.421.394	102.143.647	100.605.106	108.119.693	118.274.924
			AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5									
		Inversion	(26.281.342)	64.555.120	102.143.647	100.605.106	108.119.693	118.274.924									
		DTF(%)	0														
		SPREAD (%)	0														
		CDO(%)	0														
		VPN (\$)	248.831.518														
		TIR (%)	3														
		B/C (Veces)	10														

5.13 BALANCE GENERAL

Es un informe que permite conocer la situación financiera y los resultados de pérdidas o ganancias de una empresa. Por una parte muestra los Activos o lo que posee la empresa, y por la otra los Pasivos – lo que debe o sus obligaciones. Es decir, se muestra la situación Patrimonial y financiera de la empresa y el origen de la situación en determinado periodo

5.13.1 Balance general sin financiación

Se muestra como la empresa cuenta con la capacidad de atender los requerimientos necesarios para su creación, y reconociendo que cuando un proyecto inicial, se requiere que los socios aporten un porcentaje, en este caso aportan el 100% de la inversión total, en este caso no existe financiación para su constitución y puesta en funcionamiento

5.13.2 Balance general con financiación

El Balance inicial con financiación muestra que la empresa requiere buscar alguna forma de financiarse y lo realiza a través del sector financiero que le financian \$11.263.432 los cuales corresponden al 30% de la inversión total inicial del proyecto. Como se refleja en las obligaciones financieras en los pasivos de este informe financiero.

TABLA 29 BALANCE PROYETADO SIN FINANCIACION EN PESOS

	BALANCE GENERAL	DDOVECTADO SIA	I EINANCIACION EN	DESOS		
•		PROTECTADO SIN	N FINANCIACION EN	FESUS		
	BALANCE INICAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
CAJA-BANCOS	15.866.274	23.490.952	62.927.663	104.863.900	149.623.914	197.724.537
Cuentas por Cobrar	0	37.239.134	40.624.510	43.591.298	44.779.667	48.227.487
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.866.274	60.730.086	103.552.172	148.455.198	194.403.582	245.952.024
ACTIVOS NO CORRIENTES						
MUEBLES Y ENSERERES	585.000	585.000	585.000	585.000	585.000	585.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000
VEHICULOS	0	0	0	0	0	0
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.805.000	7.610.000	11.415.000	13.935.000	16.455.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.455.000	12.650.000	8.845.000	5.040.000	2.520.000	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	5.223.501	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.223.501	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.678.501	12.650.000	8.845.000	5.040.000	2.520.000	0
TOTAL ACTIVOS	37.544.775	73.380.086	112.397.172	153.495.198	196.923.582	245.952.024
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	16.712.605	15.819.050	17.537.481	18.677.838	19.969.523
Cesantias	0	1.638.886	1.685.102	1.730.600	1.785.979	1.846.702
Intereses a la Cesantia por pagar	0	196.745	202.293	207.755	214.403	221.693
Impuesto de Renta por Pagar	0	38.664	4.777.306	3.862.984	5.110.797	5.818.301
CREE por pagar	0	13.919	1.719.830	1.390.674	1.839.887	2.094.588
IVA/INC por pagar	0	0	0	0	0	0
ICA por pagar	0	335.152	359.628	369.432	397.877	425.392
TOTAL PASIVO CORRIENTE PASIVOS NO CORRIENTES	0	18.935.971	24.563.210	25.098.927	28.026.780	30.376.200
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	0	18.935.971	24.563.210	25.098.927	28.026.780	30.376.200
PATRIMONIO						20.2.2.2.2.2
Capital Social	37.544.775	37.544.775	37.544.775	37.544.775	37.544.775	37.544.775
Utilidad Acumulada	0	102.074	12.612.088	10.198.279	13.492.503	15.360.316
Reserva Legal Acumulada	0	10.207	1.261.209	1.019.828	1.349.250	1.536.032
TOTAL PATRIMONIO	37.544.775	37.657.056	51.418.072	48.762.881	52.386.528	54.441.122
PASIVO MAS PATRIMONIO	37.544.775	56.593.027	75.981.282	73.861.808	80.413.308	84.817.322

TABLA 30 BALANCE PROYETADO CON FINANCIACION EN PESOS

BALANC	E GENERAL PROY	ECTADO CON E	INANCIACION F	N PESOS		
	BALANCE			555		
	INICAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
CAJA-BANCOS	15.866.274	80.421.394	102.143.647	100.605.106	108.119.693	118.274.924
Cuentas por Cobrar	0	40.624.510	43.591.298	44.779.667	48.227.487	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.866.274	121.045.904	145.734.945	145.384.773	156.347.180	118.274.924
ACTIVOS NO CORRIENTES						
MUEBLES Y ENSERERES	585.000	585.000	585.000	585.000	585.000	585.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000	3.270.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000
VEHICULOS	0	0	0	0	0	0
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.805.000	7.610.000	11.415.000	13.935.000	16.455.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.455.000	12.650.000	8.845.000	5.040.000	2.520.000	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	5.223.501	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.223.501	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.678.501	12.650.000	8.845.000	5.040.000	2.520.000	0
TOTAL ACTIVOS	37.544.775	133.695.904	154.579.945	150.424.773	158.867.180	118.274.924
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	40.624.510	43.591.298	44.779.667	48.227.487	0
Cesantias	0	1.638.886	1.685.102	1.730.600	1.785.979	1.846.702
Intereses a la Cesantia por pagar	0	196.745	202.293	207.755	214.403	221.693
Impuesto de Renta por Pagar	0	0	4.557.497	3.722.360	5.058.860	5.818.301
CREE por pagar	0	0	1.640.699	1.340.050	1.821.189	2.094.588
IVA/INC por pagar	0	0	0	0	0	0
ICA por pagar	0	335.152	359.628	369.432	397.877	425.392
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	42.795.292	52.036.517	52.149.865	57.505.795	10.406.677
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	11.263.432	8.906.735	6.267.233	3.310.991	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	11.263.432	8.906.735	6.267.233	3.310.991	0	0
TOTAL PASIVO	11.263.432	51.702.027	58.303.750	55.460.855	57.505.795	10.406.677
PATRIMONIO						
Capital Social	26.281.342	26.281.342	26.281.342	26.281.342	26.281.342	26.281.342
Utilidad Acumulada	0	(1.007.383)	12.031.792	9.827.031	13.355.389	15.360.316
Reserva Legal Acumulada	0	0	1.203.179	982.703	1.335.539	1.536.032
TOTAL PATRIMONIO	26.281.342	25.273.959	39.516.313	37.091.076	40.972.271	43.177.690
PASIVO MAS PATRIMONIO	37.544.775	76.975.986	97.820.063	92.551.932	98.478.066	53.584.367

5.14 ANALISIS VERTICAL

El análisis vertical en el (B.G) y el (E.R) compara cifras en forma vertical, considerándose estático por que compara cifras de un solo periodo. El procedimiento del Balance general es sencillo puesto que se divide caja bancos en el total de activos del mismo año y en el Estado de Resultados se divide ventas entre ventas del mismo año.

5.14.1 Análisis vertical con financiación

TABLA 31 ANA. VERT BAL GEN SIN FINANCIACION \$

		AN	ALISIS VERTI	CAL BALANCE	GENERAL PR	OYECTADO SF	EN PESOS					
	BALANCE	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
CAJA-BANCOS	15.866.274	42,26%	23.490.952	30,60%	62.927.663	54,55%	104.863.900	67,79%	149.623.914	74,67%	197.724.537	100,00%
Cuentas por Cobrar	0	0,00%	40.624.510	52,92%	43.591.298	37,79%	44.779.667	28,95%	48.227.487	24,07%	0	0,00%
Inventarios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.866.274	42,26%	64.115.462	83,52%	106.518.961	92,33%	149.643.567	96,74%	197.851.401	98,74%	197.724.537	100,00%
ACTIVOS NO CORRIENTES												
MUEBLES Y ENSERERES	585.000	1,56%	585.000	0,76%	585.000	0,51%	585.000	0,39%	585.000	0,29%	585.000	0,30%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3.270.000	8,71%	3.270.000	4,26%	3.270.000	2,83%	3.270.000	2,19%	3.270.000	1,63%	3.270.000	1,65%
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.600.000	33,56%	12.600.000	16,41%	12.600.000	10,92%	12.600.000	8,42%	12.600.000	6,29%	12.600.000	6,37%
VEHICULOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0,00%	3.805.000	4,96%	7.610.000	6,60%	11.415.000	7,63%	13.935.000	6,95%	16.455.000	8,32%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.455.000		12.650.000		8.845.000		5.040.000		2.520.000		0	0
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	5.223.501	13,91%	0	0,00%	0		0		0		0	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.223.501	13,91%	0	0,00%	0		0		0		0	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.678.501	57,74%	12.650.000	16,48%	8.845.000		5.040.000		2.520.000		0	
TOTAL ACTIVOS	37.544.775	100,00%	76.765.462	1,00	115.363.961	0,92	154.683.567	0,97	200.371.401	0,99	197.724.537	1,00
PASIVOS				,		.,.		-,-		,,,,		,
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por Pagar	0	0.00%	40.624.510	50.46%	43.591.298	42.01%	44,779,667	29.92%	48.227.487	43.86%	0	0.00%
Cesantias	0	0,00%	1.638.886	2,04%	1.685.102	1,62%	1.730.600	1,16%	1.785.979	1,62%	1.846.702	2,85%
Intereses a la Cesantia por pagar	0	0,00%	196.745	0,24%	202.293	0,19%	207.755	0,14%	214.403	0,19%	221.693	0,34%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0,00%	38.664	0,05%	4.777.306	4,60%	3.862.984	2,58%	5.110.797	4,65%	5.818.301	8,97%
CREE por pagar	0	0,00%	13.919	0,02%	1.719.830	1,66%	1.390.674	0,93%	1.839.887	1,67%	2.094.588	3,23%
IVA/INC por pagar	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA por pagar	0	0,00%	335.152	0,42%	359.628	0,35%	369.432	0,25%	397.877	0,36%	425.392	0,66%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	0,00%	42.847.876		52.335.458		52.341.113		57.576.429		10.406.677	
PASIVOS NO CORRIENTES	0	0.00%	0	0.00%	0	0.000/	0		0		0	
Obligaciones Financieras		-,	-	-,		-,	0		0		0	
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0		0		0	
TOTAL PASIVO	0 0		0		0		0		0		0	
TOTAL PASIVO	0		42.847.876		52.335.458		52.341.113		57.576.429		10.406.677	
PATRIMONIO	07.544.===		07 544 775 7	00 700	07 544	00.455	07.544.===	05.0001	07.544.===	7 04422	07.544.555	F7 0001
Capital Social	37.544.775		37.544.775	99,70%	37.544.775	36,19%	37.544.775	25,09%	37.544.775	34,14%	37.544.775	57,90%
Utilidad Acumulada	0		102.074	0,27%	12.612.088	12,16%	10.198.279	6,82%	13.492.503	12,27%	15.360.316	23,69%
Reserva Legal Acumulada	0		10.207	0,03%	1.261.209	1,22%	1.019.828	0,68%	1.349.250	1,23%	1.536.032	2,37%
TOTAL PATRIMONIO PASIVO MAS PATRIMONIO	37.544.775 37.544.775		37.657.056 80.504.932		51.418.072 103.753.529		48.762.881 101.103.995		52.386.528 109.962.957		54.441.122 64.847.799	

5.14.2 Análisis vertical sin financiación

TABLA 32 ANA VERT BAL GENL CON FINANCIACION \$

	BALANCE	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS	INICAL	VERTICAL	ANO I	VERTICAL	ANO 2	VERTICAL	ANO 3	VERTICAL	ANO 4	VERTICAL	ANO 5	VERTICAL
ACTIVOS CORRIENTES												
CAJA-BANCOS	15.866.274	42%	80.421.394	60%	102.143.647	66%	100.605.106	67%	108.119.693	68%	118,274,924	100%
Cuentas por Cobrar	0	0%	40.624.510	30%	43.591.298	28%	44,779,667	30%	48.227.487	30%	0	
Inventarios	0	0%	0.01.20.01	0%	0.000	0%	0	0%	0	0%	0	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.866.274		121.045.904		145.734.945		145.384.773		156.347.180		118.274.924	
ACTIVOS NO CORRIENTES												
MUEBLES Y ENSERERES	585,000	2%	585.000	0%	585.000	0%	585.000	0%	585.000	0%	585,000	0%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3.270.000	9%	3.270.000	2%	3.270.000	2%	3.270.000	2%	3.270.000	2%	3.270.000	3%
MAQUINARIA Y EQUIPO	12.600.000	34%	12.600.000	9%	12.600.000	8%	12.600.000	8%	12.600.000	8%	12.600.000	11%
VEHICULOS	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0%	3.805.000	3%	7.610.000	5%	11.415.000	8%	13.935.000	9%	16.455.000	14%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	16.455.000		12.650.000		8.845.000		5.040.000		2.520.000		0	
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	5.223.501	14%	0	0%	0	0%	0		0		0	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.223.501		0		0		0		0		0	C
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.678.501		12.650.000		8.845.000		5.040.000		2.520.000		0	C
TOTAL ACTIVOS	37.544.775		133.695.904		154.579.945		150.424.773		158.867.180		118.274.924	
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por Pagar	0	0%	40.624.510	53%	43.591.298	45%	44.779.667	48%	48.227.487	49%	0	0%
Cesantias	0	0%	1.638.886	2%	1.685.102	2%	1.730.600	2%	1.785.979	2%	1.846.702	3%
Intereses a la Cesantia por pagar	0	0%	196.745	0%	202.293	0%	207.755	0%	214.403	0%	221.693	0%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0%	0	0%	4.557.497	5%	3.722.360	4%	5.058.860	5%	5.818.301	11%
CREE por pagar	0	0%	0	0%	1.640.699	2%	1.340.050	1%	1.821.189	2%	2.094.588	4%
IVA/INC por pagar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	
ICA por pagar	0	0%	335.152	0%	359.628	0%	369.432	0%	397.877	0%	425.392	1%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0		42.795.292		52.036.517		52.149.865		57.505.795		10.406.677	C
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones Financieras	11.263.432	30%	8.906.735	12%	6.267.233	6%	3.310.991	4%	0	0%	0	
Leasing Financiero	0		0		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	11.263.432		8.906.735		6.267.233		3.310.991		0		0	C
TOTAL PASIVO	11.263.432		51.702.027		58.303.750		55.460.855		57.505.795		10.406.677	C
PATRIMONIO												
Capital Social	26.281.342	70%	26.281.342	34%	26.281.342	27%	26.281.342	28%	26.281.342	27%	26.281.342	49%
Utilidad Acumulada	0	0%	(1.007.383)	-1%	12.031.792	12%	9.827.031	11%	13.355.389	14%	15.360.316	29%
Reserva Legal Acumulada	0	0%	0	0%	1.203.179	1%	982.703	1%	1.335.539	1%	1.536.032	3%
TOTAL PATRIMONIO	26.281.342		25.273.959		39.516.313		37.091.076		40.972.271		43.177.690	
PASIVO MAS PATRIMONIO	37.544.775		76.975.986		97.820.063		92.551.932		98.478.066		53.584.367	

5.15 RAZONES FINANCIERAS

TABLA 33 RAZONES FINANCIERAS CON FINANCIACION

RAZONES FINACIERAS												
ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION												
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4								
Capital de Trabajo Neto	23.475.784	30.890.260	38.478.112	47.645.120								
Razon Corriente	5,49	4,92	5,68	5,71								
Prueba Acida												
Endeudamiento	33,85%	29,51%	22,20%	16,77%								
Apalancamiento	1,22%	4,76%	4,99%	6,86%								
Dias de Cartera												
Rotacion de Cartera												
Rendimiento sobre Activo	3,58%	13,04%	12,94%	16,44%								
Rendimiento sobre Patrimonio	5,41%	18,50%	16,63%	19,75%								
Margen Bruto	4,76%	4,99%	6,86%	7,68%								
Magen Operacional	7,88%	7,97%	10,54%	11,64%								
Margen Neto	1,22%	4,76%	4,99%	6,86%								

Dias del año 360

Tabla 34 RAZONES FINACIERAS CON FINACIACION

RAZONES FINACIERAS													
ESTAC	ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION												
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4									
Capital de Trabajo Neto	23.475.784	30.890.260	38.478.112	47.645.120									
Razon Corriente	5,49	4,92	5,68	5,71									
Prueba Acida													
Endeudamiento	33,85%	29,51%	22,20%	16,77%									
Apalancamiento	1,22%	4,76%	4,99%	6,86%									
Dias de Cartera													
Rotacion de Cartera													
Rendimiento sobre Activo	3,58%	13,04%	12,94%	16,44%									
Rendimiento sobre Patrimonio	5,41%	18,50%	16,63%	19,75%									
Margen Bruto	4,76%	4,99%	6,86%	7,68%									
Magen Operacional	7,88%	7,97%	10,54%	11,64%									
Margen Neto	1,22%	4,76%	4,99%	6,86%									

Dias del año 360

5.16 PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA 35 PUNTO DE EQUULIBRIO

	PUNTO DE EQUILIBRIO												
	ENE FEB MAR ABR MAY JUN JUL AGOS SEP OCT NOV DIC												
PE ER-SF	1980	1980	1980	1980	1980	1980	1980	1980	1980	1980	1980	1980	
PE ER-CF	1970	1970	1970	1970	1970	1970	1970	1970	1970	1970	1970	1970	

Fuente: Elaboración Propia

5.17 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Tabla 36 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

VARIABLE	FLUJO C FINANC	AJA SIN SIACIÓN	FLUJO CAJA CON FINANCIACIÓN					
VARIABLE	Original	Modificado	Original	Modificado				
VPN (\$)	13.413.953	(17.642.277)	14.195.432	(18.857.492)				
TIR (%)	31,50%	(14,46%)	44,61%	NEGATICA				
B/C (Veces)	1,49	0,30	1,87	(0,06)				

DISMINUYE LE RENTABILIDAD EN 40%

Fuente: Elaboración Propia

6. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional. (2009). Situación Actual y Perspectivas del Mercado de la Mora. Recuperado a partir de http://www.ard.org.co/ABC/Archivos/Mora_Lite.pdf
- Aguirre, M. A. (2005). *Benchmarking*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.ph p?recordID=6205&pageNum_Biblioteca=22&totalRows_Biblioteca=229&T ema=1&list=Ok
- Alcaldía de Santiago de Cali (2008). *Municipio de Santiago de Cali Plan de Desarrollo Comuna 5*. Recuperado 10 de mayo de 2015, a partir de http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna5.htm
- Asociación Hortofruticola de Colombia [ASOHOFRUCOL] (2008). *Preocupante el Subconsumo de Frutas y Hortalizas*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://www.valledelcauca.gov.co/agricultura/publicaciones.php?id=5858&d Print=1
- Ballesteros Parra, L. M. & Ruiz Largo, M. Z. (2008). Recuperado a partir de http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/3651/1/65811B191.pd
- Burbano Muñoz, N. G., & Diosa, L. J. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una galería de arte en la ciudad de Cali. Recuperado a partir de http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/1423/1/Estudio _Factibilidad_Arte_Burbano_2012.pdf
- Caballero, D. (2008). *Implementación de modelos logísticos en el desarrollo de la producción.* Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de

- http://planmaestropronat.blogspot.com/2008/06/implementacion-de-modelos-logsticos-en.html
- Cámara de Comercio de Cali [CCC] (2014). *Enfoque competitivo*. Recuperado a partir de http://www.ccc.org.co/wp-content/uploads/2014/03/Enfoque-competitivo-marzo.pdf
- Casaluker (2010). *Agroindustria y mercado del maracuyá*. Recuperado a partir de http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_160_agroind ustria_mercadeo_maracuya.pdf
- Comek (2005). Equipos para alimentos Despulpadoras de frutas, marmitas, selladoras y empacadoras Conservación Pulpa de Fruta. Recuperado 11 de junio de 2015, a partir de http://www.comek.com.co/index.php/publicaciones-de-interes/95-conservacion.html
- Confía Control S.A.S. (2014). *Normatividad*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://confia.com.co/index.php/normas-y-decretos/itemlist/category/1-resoluciones?start=4
- Clubensayos (2013). Diagrama de proceso para la elaboración de la pulpa de gruta congelada. Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de http://clubensayos.com/Temas-Variados/DIAGRAMA-DE-PROCESOS-PARA-LA/616891.html
- Clubensayos (2012). Ensayo Administración en educación informe de libros.

 Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de

 http://clubensayos.com/Temas-Variados/Enayo-Administracion-EnEducaci%C3%B3n/136878.html
- Consejo Nutricional (2012). *Frutas exóticas: El tamarillo o tomate de árbol.*Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de

- https://consejonutricion.wordpress.com/2012/07/09/frutas-exoticas-el-tamarillo-o-tomate-de-arbol/
- Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente [DAGMA] (1997).

 Comuna 5. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de

 http://www.cali.gov.co/publico2/gobierno/dagmaweb/comuna5.htm
- Enciclopedia Universal (2008). *Artículo embalaje*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://enciclopedia.us.es/index.php/Embalaje
- González, M (2012). Los Sólidos Solubles. Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de http://www.articuloz.com/vino-articulos/los-solidos-solubles-queson-6021954.html
- Hernandez, G. (2004). Aspectos biológicos y conservación de frutas promisorias de la Amazonia... María Soledad Hernández, Jaime Alberto Barrera, Daniel Páez, Eliseo Oviedo Ardila, Henry Romero Rubio Google Libros (Primera). Produmedios. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=1Nw_AwAAQBAJ&pg=PA66&lpg=PA66&dq#v=onepage&q&f=false
- Hurtado, J. (2015). 7 pruebas psicometricas para la seleccion y reclutamiento de personal- pruebas, test, examenes, personalidad Capacitación Empresarial, Reclutamiento y Selección de Ejecutivos, Headhunters, Evaluacion 360, Conferencias Motivacionales. Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de http://humansmart.com.mx/1024671_7-pruebaspsicometricas-para-la-seleccion-y-reclutamiento-de-personal--pruebastest--examenes--personalidad.html
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas Colombianas [ICONTEC] (2014).

 **Acreditaciones las certificaciones global GAP y BPA. Recuperado 11 de junio de 2015, a partir de http://www.icontec.org/index.php/en/nuestra-compania/sala-de-prensa/51-colombia/certificacion-producto?start=15

- Instituto de Ecología y Sistemática. (1999). Cuba y sus árboles. Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de http://www.ecured.cu/index.php/Guan%C3%A1bana
- Jiménez, B. (2014). Administración de alimentos y tratamientos a personas dependientes en el domicilio,- Jiménez Gancedo, Berta Google Books (Secretaria general tecnica). Publicaciones oficiales. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=bADXAwAAQBAJ&pg=PA15&lpg=PA15&dq=son+todas+aquellas+descripciones+de+las+caracter%C3%ADs ticas+f%C3%ADsicas+que+tiene+la+materia+en+general,+seg%C3%BAn+las+pueden+percibir+los+sentidos,+por+ejemplo+su+sabor,+textura,+olo r,+color&source=bl&ots=zeBh8zk9Nu&sig=lkvORqBQmYQt2Db3FajegzPEpF8&hl=es-419&sa=X&ved=0CCYQ6AEwAWoVChMIvYvCv5OJxgIVxgWsCh0pCQBd
 - 419&sa=X&ved=0CCYQ6AEwAWoVChMIyYvCy5OJxgIVxgWsCh0pCQBd #v=onepage&g&f=false
- Kotler, P. (1998). El márketing de las naciones. Recuperado a partir de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenido s/Capitulos%20PDF/CAPITULOS%201%20AL%204.pdf
- López, L. (2012). *Pueblo comechingón* Reserva natural y cultural Cerro Colorado.

 Recuperado 11 de junio 2015, a partir de

 http://es.calameo.com/read/001869259ff187c384a6b
- Moreno, M. A. (2010). El flujo de caja y su importancia en la toma de decisiones.

 Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de

 http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones
- Murcia Garabito, K. J. (2012). *Estados financieros*. Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de http://afkmic.blogspot.com/

- Najar, P. & Quintero (2011). *La gulupa*. Recuperado 11 de junio de 2015, a partir de http://gulupakcp.blogspot.com/
- Organización de las naciones unidas para el fomento de la agricultura [FAO] (1993). Procesamiento de frutas y hortalizas mediante métodos artesanales y de pequeña escala. Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de http://www.fao.org/docrep/x5062s/x5062s09.htm
- Portafolio (2005) Los fruver, un modelo de los comerciantes que crece para atender a clientes exigentes Recuperado 11 de junio de 2015, a partir de http://www.portafolio.co/archivo/documento/MAM-1841152
- QuimiNet (2005) *Maneja productos perecederos*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://www.quiminet.com/articulos/maneja-productos-perecederossabia-que-tiene-que-estar-certificado-3762.htm
- Quintero, O. & Salichs, A. (2007) Gestión ambiental para una producción más limpia en la región centro de Argentina. Recuperado a partir de http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35588249
- Ramírez, C. (2009). *Matemáticas financieras*. Universidad Libre de Cartagena. Recuperado 12 de junio 2015, a partir de http://es.slideshare.net/rubenramos96592/matematicas-financieras-14593724
- Rosero, A. (2011). Manejo se cosecha y postcosecha Monografias.com.

 Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de

 http://www.monografias.com/trabajos88/manejo-se-cosecha-ypostcosecha/manejo-se-cosecha-y-postcosecha.shtml
- Superintendencia de Riesgos del Trabajo (1997). Resolución 43/97 del 12/6/97..

 Recuperado 13 de junio de 2015, a partir de

 http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-

44999/44095/norma.htm

- Taylor, F. (1891). *Principios de dirección científica* Recuperado a partir de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenido s/Capitulos%20PDF/CAPITULOS%201%20AL%204.pdf
- Universidad Icesi. (2007) *Comuna cinco*. Recuperado a partir de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/65165 /1/comuna_cinco.pdf
- Universidad Nacional de Colombia. (2005). Recuperado 11 de junio de 2015, a partir de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm
- Universidad del Tolima (2009). *la agro industria*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://ingagroiut.blogspot.com/2009/03/la-agroindustria_07.html
- Wilsoft (2015) *La competitividad empresarial*. Recuperado 12 de junio de 2015, a partir de http://www.wilsoft-la.com/index.php/articulos/item/47-la-competitividad-empresarial.html