ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA MANUFACTURA DE PULPA DE FRUTAS, MORA, MARACUYA Y LULO EN EL MUNICIPIO DE YUMBO DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.

JESSICA DOMÍNGUEZ

ANGELICA LOURIDO

MARISOL GARCIA

FUNDACION UNIVERSITARIA CATOLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CALI – VALLE

2013

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA MANUFACTURA DE PULPA DE FRUTAS, MORA, MARACUYA Y LULO EN EL MUNICIPIO DE YUMBO DEL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.

JESSICA DOMÍNGUEZ

ANGELICA LOURIDO

MARISOL GARCIA

Trabajo de Grado para Optar el Título de

Administrador de Empresas

Asesor

Administrador de Empresas

Damariz Cruz

FUNDACION UNIVERSITARIA CATOLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CALI – VALLE

2013

NOTA DE ACEPTACIÓN

Proyecto de grado aprobado por la facultad de ciencias empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, valido como requisito parcial para optar al título de administrador de empresas.

FIRMA PRESIDENTE

FIRMA JURADO

FIRMA JURADO

CALI, VALLE DEL CAUCA JULIO DEL 2013

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este anteproyecto a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar este trabajo de investigación, A mis Padres por estar ahí cuando más los necesité por su ayuda y constante cooperación, y a mi familia por el apoyo incondicional que me brindan.

Jessica Domínguez

Dedico este triunfo a Dios por permitirme llegar hasta este punto, por darme la fortaleza y la sabiduría suficiente para concluir este ciclo, a mi familia por su incondicional apoyo y a ti hija que eres el motor de mi vida.

Angélica Lourido

Dedico este trabajo a mi hija Helen por ser mi aliciente y motivación cada día en el camino hacia la meta de ser una profesional.

Marisol García

AGRADECIMIENTOS

La presente tesis es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad.

Agradezco a DIOS y a los maestros por brindarme el apoyo en este anteproyecto.

A mis padres por acompañarme en esta aventura que significo la maestría y que, de forma incondicional, entendieron mi ausencia y los malos momentos.

Jessica Domínguez

Agradezco a Dios por guiar mis pasos hasta este punto, por darme la fortaleza suficiente en los momentos, a mi familia por su paciencia, amor y apoyo incondicional, por estar hay siempre en todos los momentos de mi vida, los llevo todo el tiempo en mi corazón, a ti hija que eres la fuerza que me impulsa todos los días a hacer una mejor persona y a alcanzar mis metas, tu que has padecido durante esta etapa el hecho de no poderte dedicar todo el tiempo que te mereces, para ti amor es este triunfo y sé que con la voluntad de Dios vienen muchas cosas buenas para las dos.

Angélica Lourido

Que sea esta la oportunidad para hacer extensivos mis más sinceros agradecimientos a todos aquellos que de una u otra forma han contribuido hacer realidad este trabajo, profesores, compañeros y familia gracias por su aporte, comprensión y apoyo.

Marisol García

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

RESUMEN……. 20

ABSTRACT…… ……. 21

INTRODUCCIÓN…….. 22

1. CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 23

1.1 TITULO DEL PROYECTO 23

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 23

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACION.....23

1.3.1 Planteamiento del Problema 23

1.3.2 Formulación del Problema.....25

1.3.3 Sistematización del Problema 25

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....26

1.4.1 Objetivo General 26

1.4.2 Objetivos Específicos 26

1.5. JUSTIFICACIÓN.....27

1.6 MARCO DE REFERENCIA.....29

1.6.1 Antecedentes 29

1.6.2. Referente histórico 31

1.6.3. Referente teórico.....32

1.6.4 Referente Conceptual 35

1.6.5 Referente Contextual 40

1.6.6 Referente Legal.....50

1.7 ASPECTOS METODOLOGICOS 54

1.7.1 Tipo de Estudio 54

1.8 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN 55

1.8.2 Fuentes y Técnicas para Recolección de Información 56

1.9 RESULTADOS ESPERADOS 58

2. ANALISIS DEL MERCADO 59

2.1. ANALISIS DEL SECTOR 59

2.1.1 Análisis de las Fuerzas de Porter 65

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 66

2.2.1 Análisis de la Demanda.....66

2.2.2 Análisis de la Oferta 72

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO 79

2.3.1 Atributos de la Pulpa de Fruta 79

2.3.1Utilización de la Pulpa de Fruta.....82

2.3.3. Usos Actuales 82

2.3.4 Usos Potenciales.....83

2.3.4 Productos Sustitutos y Complementarios.....84

2.3.5 Valor Agregado del Producto 84

2.3.6Clientes 92

2.3.7 Proveedores.....96

2.4 ESTUDIO DE MERCADO 97

2.4.1 Desarrollo del Estudio 98

2.4.2 Diseño de Investigación 98

2.5 OPORTUNIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTA FRESCA 110

2.6 COMERCIALIZACION DE LA PULPA DE FRUTA 111

2.6.1 Requisitos para la Manufactura de Pulpa de Fruta 112

2.6.2 Modalidades y Condiciones de Comercialización 113

2.7 DISTRIBUCION DEL PRODUCTO 113

2.7.1 Proceso Distribución 113

2.7.2 Ventajas del Canal de Distribución Elegido.....114

2.8 EL TRANSPORTE 114

2.9 PLAN DE MERCADEO.....115

2.9.1Estrategia de precios.....115

2.9.2 Estrategia de Servicio 116

2.9.3 Estrategias de Promoción 116

2.9.4 Estrategia de Ventas 117

2.9.5 Cronograma de Actividades 119

2.9.6Política de Servicio.....120

2.9.7 Forma de Pago.....121

3. ESTUDIO TECNICO Y OPERACIONAL 122

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO 122

3.1.1 El Producto.....123

3.1.2 Metodología para el Estudio de la Ingeniería del Proyecto. 131

3.1.3 Diagramas y Planes de Desarrollo 133

3.1.4 Tecnología.....135
3.1.5 Selección del Equipo.....137
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....142
3.2.1 macro localización.....142
3.2.2 Micro localización.....143
Área de almacenamiento.....149
4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....151
4.1 PENSAMIENTO ESTRATEGICO ADMINISTRATIVO.....151
4.1.1 Misión.....151
4.1.2 Visión.....151
4.1.3 Valores Corporativos.....151
4.1.4 Objetivos organizacionales.....152
4.1.5 Análisis DOFA.....153
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....154
4.2.1 Organigrama.....154
4.3 PERFIL DE LOS CARGOS.....156
4.3.1 Descripción de cargos.....156
4.3.2 Asignación salarial por puesto de trabajo.....156
4.4 CAPACITACION DEL PERSONAL.....165
4.4.1 Reclutamiento.....165
4.4.2 Selección.....166
4.4.3 Contratación.....169
4.4.4 Desarrollo del Personal.....170

4.4.5 Mantenimiento y Capacitación 172

4.4.5 Programa de Salud Ocupacional.....173

4.4.6 Administración de Sueldos y Salarios 174

4.5 CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO A TÉRMINO INDEFINIDO.....175

4.6 MARCO LEGAL.....179

4.6.1Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S.....180

5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONOMICO 185

5.1 INVERSION INICIAL.....185

5.1.1 Depreciación 186

5.2 BALANCE INICIAL.....186

5.2.1 Balance Inicial sin Financiación.....186

5.2.2 Balance Inicial con Financiación en Pesos 187

5.3 TABLA DE AMORTIZACION EN PESOS 190

5.4 PARAMETROS GENERALES.....192

5.4.1 Parámetros Económicos 192

5.4.2 Parámetros Laborales 193

5.4.3 Cargos y Salarios 193

5.4.4 Parámetros Recaudos y Pagos.....194

5.4.5 Parámetros Gastos de Administración 195

5.5 PARAMETROS GASTOS Y COSTOS 196

5.5.1 Gastos por Compra 197

5.5.2 Costos por Proceso 198

5.5.3 Márgenes Brutos 199

5.5.4 Inventarios 200

5.6 PROYECCIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS 201

5.7 NOMINA 202

5.7.1 Nomina de Administración y Ventas 202

5.7.2 Nomina de Producción 202

5.8 DEMANDA 206

5.9 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS EN PESOS 206

5.10 IVA 209

5.11 RECAUDOS EN PESOS 209

5.11.1 Pagos en Pesos 209

5.12 ESTADOS FINANCIEROS 211

5.12.1 Estados de Resultado sin Financiación 211

5.12.2 Estados de Resultado con Financiación 211

5.12.3 Flujo de Caja 214

5.13 BALANCE GENERAL PROYECTADO 214

5.13.1 Balance General Proyectado sin Financiación en Pesos 214

5.13.2 Balance General Proyectado con Financiación 217

5.14 RAZONES FINANCIERAS 219

5.14.1 Razones Financieras para Estados Financieros sin Financiación 219

5.14.2 Razones Financieras para Estados Financieros con Financiación 222

5.15 Análisis Vertical y Horizontal 224

5.15.1 Análisis Vertical Balance Proyectado sin Financiación en Pesos.....224

5.15.2 Análisis Vertical Balance Proyectado con Financiación en Pesos 224

5.15.3 Análisis Vertical del estado de Resultados sin Financiación en pesos.....227

5.15.4 Análisis Vertical del estado de Resultados con Financiación en pesos 227

5.15.5 Análisis Horizontal del Balance Proyectado sin Financiación 230

5.15.6 Análisis Horizontal del Balance Proyectado con Financiación 230

5.15.7 Análisis Horizontal del Estado de Resultado sin Financiación 233

5.15.8 Análisis Horizontal del Estado de Resultado con Financiación 233

5.16 ANALISIS DE SENSIBILIDAD 236

5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO 237

CONCLUSIONES.....238

BIBLIOGRAFIA 240

ANEXOS 248

LISTA DE IMAGENES

Pág.

Ilustración 1 Pirámide de Maslow 33

Ilustración 2 la Localización del Departamento del Valle del Cauca y en el mismo, el Municipio de Yumbo.....42

Ilustración 3 Bandera del municipio de yumbo 43

Ilustración 4 Escudo del municipio de Yumbo 43

Ilustración 5 Primero lo Social en Yumbo 46

Ilustración 6. Tecnología Agrícola.....48

Ilustración 7 Moto Carro con termoking 114

LISTA DE GRAFICOS

Pág.

Grafico 1 Pulpa de fruta más apetecida.....101
Grafico 2 Frecuencia de Consumo 102
Grafico 3 Compras de Pulpa de Fruta 103
Grafico 4 Usos de la Pulpa de Fruta.....104
Grafico 5 Interés de Compra.....105
Grafico 6 Tipos de Pulpa 106
Grafico 7 Beneficios Saludables 107
Grafico 8 Beneficios de la Stevia 108
Grafico 9 Proveedores Aliados 109
Grafico 10 Bebidas de Mayor Consumo 110
Grafico 11 Proceso de Distribución.....113
Grafico 12 Diagrama de Flujo 134
Grafico 13 Planta 149
Grafico 14 Distribución en Planta.....150
Grafico 15 Organigrama 155

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1 Unidades Económicas, por actividad Económica, según Municipios, Comunas y Tipo de Organización Juridica 47

Tabla 2 Fuentes de Información Primarias (Fp) y Secundarias (Fs).....57

Tabla 3 Población - Empleabilidad.....63

Tabla 4 Observatorio Agro cadenas Colombia 68

Tabla 5 Consumo Mensual Empresa SODEXO.....70

Tabla 6 Referencias pulpas de fruta 70

Tabla 7 División Geográfica.....71

Tabla 8 Variables Socio Económicas.....72

Tabla 9 Proyección de la Demanda Consumo.....74

Tabla 10 Capacidad de Producción.....74

Tabla 11 Oferta Vs Demanda 75

Tabla 12 Precio de Venta sin MDO y sin CIF 76

Tabla 13 Precio de Venta con MDO y CIF.....77

Tabla 14 Las 4p de la Competencia 78

Tabla 15 Tabla Nutricional de la Stevia.....79

Tabla 16 Dosificación Stevia del Tolima 85

Tabla 17 Los 10 Casinos de Alimentación más Destacados en el 2008.....92

Tabla 18 Empresas con Casinos (Sodexo).....93

Tabla 19 Consumo Mensual Clientes 94

Tabla 20 Posibles Clientes Institucionales.....95

Tabla 21 Posibles Clientes Industriales 95

Tabla 22 Proveedores.....97
Tabla 23 Porcentaje Pulpa mas Apetecida.....100
Tabla 24 Frecuencia de Consumo.....101
Tabla 25 Compras de Pulpa de Fruta.....102
Tabla 26 Tipos de Preparación.....103
Tabla 27 Interés a la hora de Comprar Pulpa de Fruta.....104
Tabla 28 Como Compra la Pulpa de Fruta.....105
Tabla 29 Beneficios a la Salud.....106
Tabla 30 Beneficios de la Stevia.....107
Tabla 31 Proveedores Aliados.....108
Tabla 32 Bebidas de Mayor Consumo.....109
Tabla 33 Requisitos del Canal de Comercialización.....112
Tabla 34 Estrategias de Mercadeo Pulpa Fresca.....119
Tabla 35 Cronograma de Actividades.....120
Tabla 36 Ficha Técnica de la Mora.....125
Tabla 37 Composición Nutricional Mora.....125
Tabla 38 Ficha Técnica Maracuyá.....126
Tabla 39 Composición Nutricional Maracuyá.....126
Tabla 40 Ficha Técnica de la Pulpa de Lulo.....127
Tabla 41 Composición Nutricional Lulo.....127
Tabla 42 Inventario.....130
Tabla 43 Muebles y Enseres.....132
Tabla 44 Resumen Proceso.....134
Tabla 45 Equipo de Cómputo y Comunicaciones.....137

Tabla 46 Cantidad de Muebles y Enseres 138
Tabla 47 Muebles y Enseres 139
Tabla 48 Equipo de Cómputo 140
Tabla 49 Asignación de salarios 157
Tabla 50 Asignación de salarios 174

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1 Inversión Inicial 187

Cuadro 2 Depreciación 188

Cuadro 3 Balance Inicial sin Financiación 188

Cuadro 4 Balance Inicial con Financiación 189

Cuadro 5 Amortización en Pesos.....190

Cuadro 6 Parámetros Económicos 192

Cuadro 7 Parámetros Laborales 193

Cuadro 8 Cargos.....194

Cuadro 9 Recaudos 194

Cuadro 10 Pagos 195

Cuadro 11 Gastos de Administración 195

Cuadro 12 Parámetros Gastos 197

Cuadro 13 Gastos por Compras 198

Cuadro 14 Costos por Proceso.....199

Cuadro 15 Márgenes Bruto.....200

Cuadro 16 Inventarios.....201

Cuadro 17 Gastos en Pesos 203

Cuadro 18 Nomina de Administración y Ventas 204

Cuadro 19 Nomina de Producción 205

Cuadro 20 Demanda.....207

Cuadro 21 Ventas y Costos 208

Cuadro 22 Iva 210

Cuadro 23 Recaudos 210

Cuadro 24 Pagos 210

Cuadro 25 Estado de Resultados Sin Financiación 212

Cuadro 26 Estado de Resultados Con Financiación.....213

Cuadro 27 Flujo de Caja Sin Financiación 215

Cuadro 28 Flujo de Caja Con Financiación 216

Cuadro 29 Balance General Proyectado Sin financiación 217

Cuadro 30 Balance General Proyectado con Financiación.....218

Cuadro 31 Razones financieras para Estados Financieros sin Financiación.....221

Cuadro 32 Razones financieras para Estados Financieros con Financiación 223

Cuadro 33 Análisis Vertical Balance Proyectado Sin Financiación en pesos 225

Cuadro 34 Análisis Vertical Balance Proyectado Con Financiación en pesos.....226

Cuadro 35 Análisis Vertical Estado De Resultados Sin Financiación 228

Cuadro 36 Análisis Vertical Estado De Resultados Con Financiación 229

Cuadro 37 Análisis Horizontal Balance Proyectado Sin Financiación.....231

Cuadro 38 Análisis Horizontal Balance Proyectado Con Financiación 232

Cuadro 39 Análisis Horizontal Estado De Resultado Sin Financiación.....234

Cuadro 40 Análisis Horizontal Estado De Resultado Con Financiación 235

Cuadro 41 Análisis de Sensibilidad.....236

Cuadro 42 Punto de Equilibrio 237

RESUMEN

En una época en que el mundo entero se está preocupando por la sostenibilidad, y teniendo en cuenta que los recursos son limitados, este plan de empresa pretende hacer una propuesta de inversión que este sustentada en un estricto análisis del mercado, técnico, financiero y organizacional detectando las variables criticas que afecten positiva o negativamente en el desarrollo del proyecto y que responda a las necesidades tanto de los inversionistas como del medio y de los consumidores; y sobretodo; conociendo los riesgos, la forma de minimizarlos y controlarlos para que a futuro no afecten los objetivos estratégicos del Proyecto.

Se realizara un plan de negocio para conocer las ventajas y desventajas de la manufactura de la pulpa de fruta, mora, maracuyá y lulo en el Sector Industrial del Municipio de Yumbo.

Este plan de empresa como estudio de viabilidad, pretende determinar la posibilidad de que esta sea una inversión rentable y que la puesta en marcha contribuya a la generación de nuevas fuentes de trabajo y al desarrollo comercial e industrial de la región, aportando a los objetivos del milenio con responsabilidad social como objetivo estratégico y permanente.

Los resultados de los estudios y las conclusiones de todo el proyecto brindaran información suficiente para sustentar la creación de la Compañía, contribuyendo además con propuestas y estrategias novedosas en la generación de empresas tan necesaria en nuestro medio.

ABSTRACT

In a time when the whole world is concerned about sustainability, and considering that resources are limited, this business plan aims to make an investment proposal and that this sustained marketing in a tight market analysis, technical, financial and organizational detecting the critical variables that positively or negatively affect the development of the project and that meets the needs of both investors and the environment and consumers, and above all, knowing the risks, how to minimize and control not affect future strategic objectives of the Project.

They conduct a business plan to know the advantages and disadvantages of the marketing and distribution of fruit pulp, blackberry, passion fruit and pineapple in the Industrial Sector of the Municipality of Yumbo.

This business plan and feasibility study aims to determine the possibility that this is a worthwhile investment and commissioning contribute to the generation of new employment and commercial and industrial development in the region, thus contributing to the millennium goals with social responsibility as a strategic objective and permanent.

The results of the studies and the conclusions of the entire project will provide sufficient information to support the creation of the Company, also contributing proposals and innovative strategies in generating much needed business in our area.

INTRODUCCIÒN

Este plan de negocio tiene como fin estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico, operativo, organizacional y financiero, para la puesta en marcha de un proyecto de inversión, en este caso la creación de la Empresa manufacturera de pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo endulzada con stevia en el Municipio de Yumbo Valle.

En este proyecto de negocio se pretende hacer un análisis situacional de la empresa y establecer objetivos estratégicos a partir de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas.[1]

En países tropicales como Colombia, la diversidad de frutas producidas es amplia, gracias a los diferentes climas y ecosistemas que naturalmente existen en la geografía, a partir de esto surge como una alternativa de mercado para los productores, absorbiendo volúmenes importantes cuando se está en época de cosecha y alta producción, evitando así el deterioro y pérdida en su mayoría, ya que estos productos por ser perecederos tienen poco tiempo de duración, viendo estas necesidades se identificó que con esto se estará contribuyendo a frenar el estancamiento productivo, además de esto se ofrecerá un producto importante para la salud, bienestar y cuidado del consumidor, brindando facilidad a los casinos de alimentación de las empresas siendo este un producto que se tomara menos tiempo a la hora de su preparación y limpieza, Lo que se quiere es incrementar el consumo de bebidas naturales basada en pulpa de fruta congelada que sea 100% natural que no lleve conservantes ni colorantes, además de tener un ingrediente de gran aporte para la salud como lo es el endulzante stevia con sus grandes bondades medicinales y nutritivas.

---

[1] DIRECCIÓN NACIONAL DE INNOVACIÓN ACADEMICA,Conservación de Frutas,2011 [en línea][13 de Marzo de 2011] Disponible en http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm

1. **CONTEXTUALIZACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la manufactura de pulpa de frutas, mora, maracuyá y lulo, en el municipio de Yumbo del departamento del Valle del Cauca.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los objetivos propuestos en el presente proyecto se ha definido que la línea de investigación que se llevara a cabo durante su desarrollo es:

Emprendimiento

Sector: Manufactura

Subsector: Elaboración de alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres y hortalizas.

Código CIIU: 1521 (Código Industrial Internacional Uniforme, Revisión 4).

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.3.1 Planteamiento del Problema

En el sector empresarial de Yumbo existen en la actualidad 1948 empresas grandes, medianas y pequeñas, todas con el objetivo de crecer y potencializar su mercado, conscientes de la importancia del recurso humano en el crecimiento de su negocio, periódicamente se realizan estudios médicos que les permite conocer el estado general de salud de sus colaboradores para su control y seguimiento, en la actualidad el 40% de la población presenta problemas de obesidad, el 30% tiene problemas de diabetes y el 30% restante tiene malos hábitos alimenticos; esta información es de uso confidencial y se maneja en la historia clínica de cada empleado. El empleador debe garantizar bienestar y

calidad de vida para sus colaboradores ya que estos dejaran de ser productivos a causa de estos problemas de salud a nivel cardiovascular, digestivo etc.. Generando mayor número de días de incapacidad y aumentando el riesgo de accidentalidad, lo que afecta directamente los costos a todo nivel. Como mecanismos de prevención las empresas subcontratan el manejo de sus casinos de alimentación a empresas dedicas a la administración y prestación de estos servicios en sitio, tales como Salamanca, Gastronor, Sodexo S.A y otros menos reconocidos en el mercado. Siendo SODEXO S.A la empresa líder en Colombia de origen francés reconocida en el mercado por sus programas de nutrición, cuenta con la administración de los casinos de alimentación más grandes del sector industrial del municipio de Yumbo, Carton Colombia, Good year, Argos, Johnson y Johnson Tecno quimicas, Aldor, Alumina, Centelsa entre otros, empresas que están interesadas en garantizar que la alimentación recibida por su población contribuya a la disminución de los altos índices de obesidad y malos hábitos alimenticios , Sodexo en su oferta diferenciadora busca incluir productos 100% naturales y prácticos partiendo de las necesidades especificas de la población de cada empresa (obesidad, sobre peso, desnutrición, diabetes, trastornos alimenticios etc..)[2] Presentando opciones de solución a la actual problemática con nuevas alianzas estratégicas ya que sus proveedores actuales ofrecen solo la pulpa de fruta convencional, Pulpa fresca ofrece cubrir economía, bienestar y practicidad contribuyendo a la salud del consumidor con el endulzante Stevia ingrediente diferenciador y de gran valor sumado a los nutrientes de la pulpa de fruta.

[2] SODEXO, Soluciones de Calidad de Vida Diaria, Administración de Comedores,2013[en línea][Abril 18 de 2013]Disponible http://co.sodexo.com/cosp/solucionesdeservicio/solucionesdeservicioonsite/salud/alimentacion/alimentacion.asp

1.3.2 Formulación del Problema

¿Es viable la creación de una empresa dedicada a manufacturar la pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo endulzada con Stevia en el sector industrial del Municipio de Yumbo.?

1.3.3 Sistematización del Problema

- Tendría buena aceptación una empresa manufacturera de pulpa de fruta en el Municipio de Yumbo?
- Existe en el Municipio de Yumbo una manufacturera de pulpa de fruta?
- Porque manufacturar y comercializar pulpa de fruta de mora, maracuyá y lulo 100% natural?
- Qué clase de bebidas consumen los empleados de las empresas del municipio de Yumbo?
- Porqué es importante incentivar el consumo de productos naturales?
- Que empresas utilizan la pulpa de fruta para bebidas naturales?
- Qué ventajas tiene nuestro producto con referencia a las bebidas saborizadas existentes en el mercado?
- Que aceptación tiene la mora, el maracuyá y el lulo entre los consumidores finales (usuarios de casinos de alimentación)?
- Porqué escogería los administradores de casinos de alimentación la pulpa de fruta para su consumo?
- Son conocidas las diferencias de un endulzante proveniente de la caña de azúcar y la planta stevia?
- Son conocidos los beneficios de la stevia?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Determinar desde los entornos legales, socioeconómicos, técnicos y financieros la viabilidad de crear una empresa manufacturera de pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo endulzada con stevia en el Sector Industrial del municipio de Yumbo.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Llevar a cabo un estudio de mercado que permita identificar el cliente objetivo, la competencia y los canales de distribución disponibles para manufacturar y posteriormente comercializar la pulpa de fruta endulzada con stevia.

- Establecer un estudio técnico y operativo que permita definir los diferentes aspectos necesarios para el desarrollo y funcionamiento de la empresa

- Diseñar una estructura organizacional y administrativa que permita identificar los requerimientos legales vigentes de la empresa, estructura y funciones específicas.

- Realizar un estudio financiero basado en proyecciones que permitan definir los costos de funcionamiento para evaluar la viabilidad económica de crear una empresa capaz de manufacturar pulpa de fruta en el municipio Yumbo que de un verdadero valor agregado al producto de tal forma que logre diferenciarse de la competencia.

1.5. JUSTIFICACIÓN

Desde que se promulgó y aprobó la "Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial" en 1996, el hambre y la satisfacción de las necesidades nutricionales básicas de las personas, se han convertido en un asunto preponderante en varias esferas de la sociedad, en este sentido la seguridad alimentaria y nutricional (SAN), ha tomado gran relevancia en las agendas políticas de los gobiernos a nivel mundial. La seguridad alimentaria de acuerdo a FAO "existe cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana".[3]

Tomando como referencia la anterior definición y los lineamientos de FAO, el gobierno de Colombia en su Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional promulgada por el CONPES (Concejo Nacional de Política Económica Social) fue definida como: "*la disponibilidad suficiente y estable de alimentos, el acceso y el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad por parte de todas las personas, bajo condiciones que permitan su adecuada utilización biológica, para llevar una vida saludable y activa*".

El consumo de alimentos, se refiere a "los alimentos que comen las personas y está relacionado con la selección de los mismos, las creencias, las actitudes y las prácticas. Sus determinantes son: la cultura, los patrones y los hábitos alimentarios, la educación alimentaria y nutricional, la información comercial, el nivel educativo, la publicidad, el tamaño y la composición de la familia y el grupo de trabajo en el que se encuentra". En este tema, el aporte nutricional ha tomado gran fuerza en las estrategias que desde los gobiernos y las entidades

[3] NUTRICIÓN Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR, Seguridad Alimentaria y Nutrición de la Comunidad,2013[en línea], [Julio 01de 2013]Disponible http://www.fao.org/ag/agn/nutrition/household_es.stm

internacionales adelantan en el tema de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN). Hoy ya no se trata solo de combatir el hambre, sino de tomar medidas entorno a problemas de desnutrición, ocasionados tanto por la falta de ingesta calórica, como de la desnutrición por micronutrientes que aseguren “el pleno desarrollo físico y mental de los adultos de llevar vidas sanas y productivas”

La investigación propuesta busca contribuir con el mejoramiento de la nutrición y los hábitos alimenticios saludables que mejoren la calidad de vida de los colaboradores en el lugar de trabajo.

Todos los trabajadores de empresa se enfrentan diariamente al reto de la hora del almuerzo, porque las crecientes enfermedades digestivas sumadas a las ya conocidas como la diabetes y problemas cardiovasculares o gastrointestinales, son el pan nuestro de cada día.

Crear una empresa que de valor agregado a un producto de primera línea como los son las pulpas de fruta, buscando cubrir la necesidad que actualmente hay en el mercado de los casinos de alimentación en las empresas del sector industrial, donde las bebidas hacen parte de la alimentación diaria de los colaboradores, pero se necesita brindar alimento cada día más saludables.

De acuerdo a la información suministrada por Sodexo las empresas como Argos, Alumina, jhonson & jhonson entre otras, implementan en la actualidad programas de nutrición en el que después de realizar un diagnóstico situacional de la población en particular a cada colaborador inicia un asesoramiento dirigido por nutricionistas profesionales y respaldado por las minutas estandarizadas para menú ofrecidos en el casino.

Desde su inicio este tipo de programas representan una gran inversión de recursos e insumos por parte de la empresa por esta razón su permanente búsqueda de aliados Estratégicos.

Puntualizando en el aporte que hace el proveedor en este programa no solo se busca la calidad sino los costos y lo más importante la visión compartida de innovar para mejorar.

La pulpa de fruta entra a cubrir la doble necesidad de ofrecer economía y bienestar de acuerdo a los múltiples beneficios que ofrece la stevia el cual es el factor innovador de este producto tales como:

- Es un producto 100% natural
- El steviosido no contiene calorías.
- Las hojas generalmente se usan en su estado natural.
- La planta no contiene toxinas (en cultivos orgánicos).
- No fermenta.
- Es sinérgica y potenciadora del sabor.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Antecedentes

La diversidad de características geográficas, climáticas y biológicas, que moldean los diferentes ecosistemas en el país, la riqueza cultural, su ubicación ecuatorial y la interacción entre estos factores hacen de Colombia un territorio con la potencialidad de producir gran variedad de especies vegetales durante todo el año, entre ellas frutas y verduras (F&V), para el consumo interno como para el externo. [4]

"Colombia tiene 433 especies nativas de frutales comestibles identificados, que la hacen el primer país del mundo en biodiversidad de frutas por kilómetro cuadrado"

[4] CONSEJO NACIONAL DE POLITICA ECONOMICA Y SOCIAL, REPUBLICA DE COLOMBIA DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Diagnóstico Socio Económico de las Cadenas de Frutas y Otros Vegetales, 2011[en línea],[Mayo 23 de 2011]Disponible en http://www.minambiente.gov.co/documentos/2463_conpes_3514_frutas_hortalizas.

El mercado interno de frutas en Colombia se caracteriza por la diversidad de productos disponibles. En el 2004 de acuerdo a la CCI se ofrecían 42 frutas diferentes en los mercados locales, a las que se le añadían las importadas y las exóticas que no se vendían en forma generalizada como el caso del agraz, el carambolo o el borojó.

Los mercados y oportunidades para la exportación de frutas frescas y sus derivados: pulpas, néctares, compotas o mermeladas de Colombia, especialmente en las tendencias del mercado de bebidas, que marca un cambio de preferencias del consumido hacia los productos bebibles no alcohólicos, que sean naturales, saludables, con aromas y sabores innovadores, favoreciendo ampliamente el desarrollo de las bebidas a base de frutas tropicales, ya sea en el mercado de países desarrollados, o en el de los países en vía de desarrollo, en este caso Colombia.

1.6.1.1 Evolución del Consumo de Frutas en Colombia

El consumo de frutas en la dieta humana es de vital importancia por el aporte de vitaminas, minerales, fibra, agua y otros nutrientes, además de la satisfacción de consumir un producto de características sensoriales tan variadas y agradables.

Para la firma de los acuerdos de competitividad de las frutas Industrializables del orden regional y nacional, es preciso puntualizar sobre la responsabilidad administrativa, metodología, perspectivas y alcances del trabajo. [5]

En primer lugar, a partir del mes de junio de 2003, ASOHOFRUCOL es la entidad gremial encargada de administrar y coordinar el desarrollo del acuerdo de competitividad, encargo delegado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, con recursos económicos provenientes de la cuota del Fondo Nacional de

[5] MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO, Participación demanda Industrial de Frutas Frescas, 2011, [en línea],[consultado 19 de Mayo 2011], Disponible en: http://www.minagricultura.gov.co/inicio/default.aspx.

Fomento Hortofrutícola. Inicialmente, se tendrán en cuenta dieciséis (16) departamentos con mayor participación en la producción de las cinco (5) frutas preseleccionadas de mayor consumo,(lulo, maracuyá, mora, tomate de árbol y uva) de acuerdo a las Cifras Estadísticas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2002, que aportan las mayores cifras en cuanto a 21 área sembrada y volúmenes de producción en Colombia y que superan más del 90% por cada una comparadas con la producción nacional.

Por otro lado, se tiene como criterio de inclusión dentro del estudio las frutas de mayores posibilidades en el proceso industrial para obtener: jugos, concentrados, conservas, deshidratados y fermentados.

1.6.2. Referente histórico

A la llegada de los españoles, Yumbo era un asentamiento indígena, que contaba con un adoratorio con gradas y monolitos grabados, situado en el cerro Portachuelo. Algunos consideran que por el nombre se relacionaba con los indígenas yumbos de Ecuador, bien porque se tratara de pueblos afines o porque los conquistadores, que procedían de ese país, los encontraron similares. Sin embargo, Yumbo es una palabra del idioma Páez que significa "río grande", "inundación" o "rivera" y es probable una relación con la Cultura Calima (Sonso, Yotoco, Ilama). [6]

El poblado indígena fue subyugado en 1536 por el capitán Miguel López Muñoz, a órdenes del conquistador Sebastián de Belalcázar, quien se estableció allí en la hacienda que se conoció como "La Estancia". El poblado fue denominado, San Sebastián de Yumbo y sus alrededores se constituyeron como resguardo indígena. Fue declarado como Municipio por la ley 1 de 1864.

El Municipio de Yumbo se encuentra localizado al norte de la ciudad de Cali. Es el municipio más cercano de Cali, a tan solo 15 minutos. Es uno de los 42 municipios

[6] YUMBO, CAPITAL INDUSTRIAL, Historia del Municipio de Yumbo,2011[en línea], [Junio 12 de 2011] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/nuestra-ciudad/historia/

que conforman el Departamento del Valle del Cauca, ubicado en el Área Metropolitana de Cali. Es conocido como la Capital Industrial de Colombia, por sus más de 2.000 fábricas asentadas en su territorio limítrofe con Cali, la capital del Valle del Cauca, el territorio municipal consta de una región plana la cual hace parte del productivo Valle del Río Cauca y una región montañosa en la vertiente oriental de la Cordillera Occidental de los Andes, la máxima altura es el alto de Dapa con 2.105 metros sobre el nivel del mar.

1.6.3. Referente teórico

Para comprender un poco más el alcance del proyecto en el que se conjugan todas las potencialidades de la manufactura de la pulpa de fruta y el desarrollo económico de la región, es importante también conocer las bases teóricas en que se sustenta la investigación del mismo.

1.6.3.1Teoría de Maslow

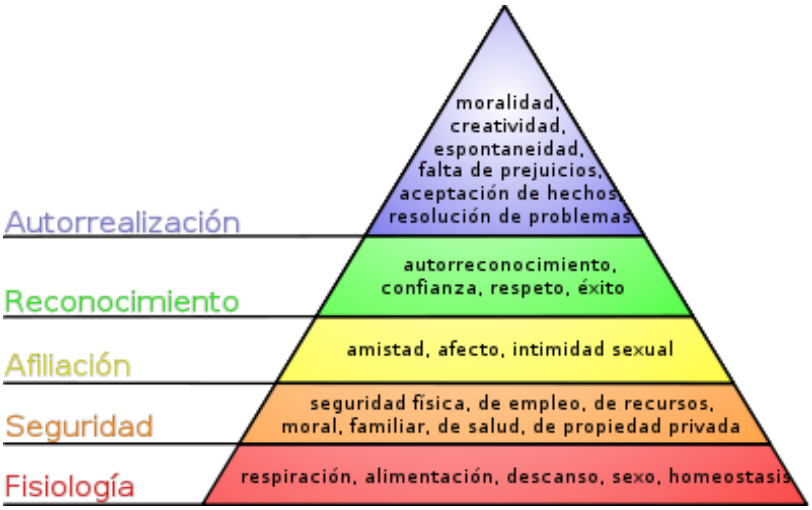
La teoría de Abraham Maslow nos permite tener el conocimiento sobre las necesidades fisiológicas en la cual se encuentra la de alimentarse, que es la más importante y necesaria en todo el desarrollo de la investigación.

Es una de las teorías más acertadas del hombre Como lo es la teoría de las necesidades de maslow, La primera prioridad, en cuanto a la satisfacción de las necesidades, está dada por las necesidades fisiológicas, como lo son la de alimentarse y de mantener la temperatura corporal apropiada, ya que este plantea que el ser humano privado de todo estará únicamente motivado por sobrevivir (obtener comida y bebida).[7]

[7] GAUTIER, Rafael. Biografía, Teoría de las Necesidades, 2011[En Línea],[Junio 25 de 2011] Disponible en http://webspace.ship.edu/cgboer/maslowesp.html

1.6.3.1.1 Pirámide de Maslow

Ilustración 1 Pirámide de Maslow



Fuente: Pagina Oficial la Economía

1.6.3.2Teoría del Doctor Georges Osawa la Alimentación Macrobiótica

Este tipo de teoría nos permite sustentar dicha investigación con el objetivo de tener claro la importancia de una sana alimentación.[8]

La doctrina macrobiótica está basada en un conjunto de normas y consejos orientados a perseguir una vida saludable y duradera.

Fue el japonés Georges Osawa, su creador, quien en 1957 dio a conocer al mundo occidental esta teoría, según esta teoría, la ausencia de enfermedad existe cuando estos dos principios se encuentran en equilibrio, y se logra dicho equilibrio mediante una alimentación adecuada, la tolerancia y la serenidad espiritual.

Esta teoría establece una dependencia y relación absoluta entre el estado de ánimo y la alimentación.

[8] LICATA, Marcela. Alimentación, Alimentación Macrobiótica, 2013[En Línea],[Julio 02 de 2013] Disponible en http://www.zonadiet.com/alimentacion/macrobiotica.htm.

1.6.3.3Las Teorías de Dr. Jean Seignalet

Los alimentos son quienes nos proporcionan energía para movernos, mantener nuestra temperatura corporal, crecer, regenerar nuestros tejidos y lograr cuanta función vital podamos imaginar. Es decir que nos alimentamos para poder vivir, por esto la gran importancia de consumir productos naturales que ayuden a mejorar los problemas de salud dados por los malos hábitos alimenticios.

El doctor Jean Seignalet denuncia y documenta en su obra la Alimentación. La 3ª Medicina que muchas patologías y la proliferación actual de otras se debe básicamente a cinco razones: la ingesta de leche y sus derivados, el consumo de cereales domésticos, consumo de frutas, la cocción de los alimentos, el refino de los aceites y la contaminación y manipulación alimenticia con la consiguiente carencia de vitaminas y minerales.[9]

Seignalet afirma en su libro muy documentadamente que el "*ensuciamiento de las células*" es la principal causa de la mayoría de las enfermedades reumatológicas, neurológicas y autoinmunes en general, además de ser el origen de más del 65% de los cánceres, entre otras patologías. "Ensuciamiento" que provoca los daños en el ADN que lleva a las células a cancerizarse y que está causado principalmente por las macromoléculas bacterianas procedentes de la alimentación moderna, que traspasan las finas paredes del intestino delgado y terminan acumulándose en el organismo.

1.6.3.4 Teoría de Henry Fayol

Es importante en el desarrollo de todo proyecto resaltar la importancia de la gerencia en el éxito organizacional independientemente del hecho de tratarse de una pequeña, mediana o gran empresa, o del tipo organizacional (industrial, comercial, política, religiosa, sindical, etc.) y por lo tanto podemos señalar que sus conclusiones son generalizables.

---

[9] ESTUDILLO, Alfonso. Las teorías del Dr. Jean Seignalet,2013[En Línea],[Julio 01 de 2013] Disponible en http://www.islabahia.com/artritisreumatoide/0401lasteoriasdejeanseignalet.asp

El modelo administrativo de Fayol se basa en tres aspectos fundamentales: la división del trabajo, la aplicación de un proceso administrativo y la formulación de los criterios técnicos que deben orientar la función administrativa. Para Fayol, la función administrativa tiene por objeto solamente al cuerpo social: mientras que las otras funciones inciden sobre la materia prima y las máquinas, la función administrativa sólo obra sobre el personal de la empresa. Fayol resumió el resultado de sus investigaciones en una serie de principios que toda empresa debía aplicar: la división del trabajo, la disciplina, la autoridad, la unidad y jerarquía del mando, la centralización, la justa remuneración, la estabilidad del personal, el trabajo en equipo, la iniciativa, el interés general, etc.[10]

1.6.4 Referente Conceptual

- **Almacenamiento:**

Consiste en guardar los productos finales una vez terminados hasta su posterior distribución; las condiciones de este almacenamiento dependerán del método de conservación que se haya escogido. [11]

- **Empresa Manufactureras:**

Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser de consumo final, las cuales producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc.

---

[10]TEORIA DE HENRY FAYOL,Teorias Administrativas 2013 [En Línea], [Julio 03 de 2013]Disponible en http://teoriasadministrativasg4n-1024483036.teorías.com/2012/03/teoria-de-taylor-y-fayol.html

[11] DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Almacenamiento, Comercialización, Congelación, Conservación, Consumidor 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

- **Congelación:**

Es un método rápido, limpio y eficaz para conservar productos en un estado lo más próximo posible al fresco. Las frutas que se preparan y envasan cuidadosamente retienen no solamente el máximo sabor y buen color, sino también un elevado porcentaje de su valor nutritivo original.

- **Conservación:**

Incluye procesos de envasado, congelado, pasteurizado, esterilizado y enfriado, principalmente.

- **Consumidor:**

Es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

- **Clasificación:**

Es la separación de las materias primas en relación a propiedades específicas con el propósito de obtener una óptima calidad en el producto final.[12]

- **Distribución:**

Es una de las sub funciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final.

[12] DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Clasificación, Distribución, Producto, Pulpa de fruta, Recepción. 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

- **Producto:**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

- **Pulpa de Fruta:**

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.

- **Recepción:**

Operación de recibo de la pulpa de fruta en la cual se pesa y se analiza la calidad para obtener los rendimientos finales.

- **Satisfacción del Cliente:**

Es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.[13]

DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Satisfacción del Cliente, Empresa, Empresario 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

1.6.4.1 Definiciones Línea de Emprendimiento

- **Empresa**

Empresa es una organización conformada por personas, que tiene como fin prestar un servicio que demande el mercado obteniendo como finalidad beneficios que sean lucrativos y productivos, teniendo en cuenta que siempre se tendrá como finalidad satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes.

- **Empresario**

Un empresario es aquella persona que es capaz de liderar y está en la capacidad de emprender cosas nuevas, fijándose objetivos y tomando decisiones estratégicas que lo lleven a cumplir unas metas propuestas asumiendo una responsabilidad comercial y legal.

- **Emprendimiento**

El emprendimiento es innovar con ideas que puedan colocarse en práctica a la hora de impulsar lo que se ha visualizado, mostrando un impacto de lo que se hace y así mismo tener acogida con el producto a mostrar adquiriendo un beneficio propio y una estabilidad económica.

- **Innovación**

La innovación es el valor agregado que se le da a un producto el cual lo hace único y permite de esta manera el acogimiento en el mercado del artículo, teniendo cada vez una mejora continua del producto para que cada vez hallan personas nuevas que quieran adquirirlo, teniendo en cuenta que la innovación se realizara con base a las necesidades a satisfacer.[14]

---

[14] DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Emprendimiento, Innovación, Plan de Negocios 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

- **Plan de negocios**

Un plan de negocios es un documentos por medio del cual se hace una descripción completa de un negocio que se quiera crear, en este se presenta en detalle los productos o servicios que se van a ofrecer, los estudios de mercado sobre una muestra tomada, la estructura organizacional de la empresa, las características de los cargos, los gastos y costos del proyectos y plan de financiación.[15]

1.6.4.2 Definiciones Propias

- **Comercializar**

Es el proceso en el cual el producto está siendo entregado a los puntos de distribución en los cuales nos los han solicitado y de ahí sale al consumidor final que es quien va disfrutar del producto, organizando de esta manera los procesos necesarios para facilitar la venta del producto.

- **Distribuir**

Distribuir es el proceso sobre el cual un producto terminado sale de la empresa y entrega en una ruta de distribución al destino final y a la hora requerida de fabricante a comerciante.

[15] COLOMBIA, Turismo Web,Yumbo,2011[En Línea], [Julio 24 de 2011] Disponible en http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/VALLE/MUNICIPIOS/YUMBO/YUMBO.htm

1.6.5 Referente Contextual

1.6.5.1 Zona Industrial del Municipio de Yumbo

Yumbo es conocida como la **Capital Industrial** del Valle del Cauca. Es centro económico, político y cultural de gran actividad. Aproximadamente 1946 importantes empresas industriales, comerciales y de servicios tienen asiento en Yumbo.

Es el centro de producción regional. Al llegar a Yumbo es fácil apreciar grandes extensiones ocupadas por poderosas industrias de grasas y aceites comestibles, llantas, papel y aluminio, entre otros.

La zona industrial de Yumbo quiere cambiar su imagen. Y esa apuesta sólo será posible a través de su modernización, a fin de que más inversionistas lleguen con más empresas a ese lugar.

La modernización está contemplada en el Plan Especial Zona Industrial Yumbo, PEZY, que contempla un gigantesco cronograma de obras de infraestructura vial, mejoramiento en las redes de acueducto y alcantarillados pluvial y sanitario, ambientales y mitigación de inundaciones.

La iniciativa ya fue incluida en el Plan Nacional de Desarrollo, PND, y en su ejecución intervendrán el Municipio de Yumbo, la Gobernación, el Gobierno Nacional, la Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo, y los industriales del sector, con una inversión que supera el medio billón de pesos .

La meta es atraer más empresas a la región, que se establezcan y se queden allí. Razón por la cual todos actores deben vincularse con esta zona, la cual es generadora de 38.786 empleos no sólo de Yumbo sino de sus municipios vecinos.

Yumbo no es solo industria y comercio, sus alrededores ofrecen también diversos atractivos naturales, paisaje montañoso y corregimientos como: Arroyohondo, La

Olga, Dapa, Reserva Hidrográfica Yumbo y Hacienda la Estancia. En octubre debe destacarse su Feria Industrial Comercial y Equina, Festival del Chivo y el Encuentro Nacional de Intérpretes de Música Andina en Noviembre.

1.6.5.2 Datos Generales

Yumbo es uno de los 42 municipios del Valle del Cauca. Está situado al norte de la ciudad de Cali, capital del Departamento y principal centro urbano del suroccidente colombiano.

- **Localización:**

Sur Occidente colombiano en el Departamento del Valle del Cauca, a 3.35 de Latitud Norte y 79.29 Longitud Oeste.

- **Límites:**

Limita al Norte con el municipio de Vijes, por el sur con la ciudad de Santiago de Cali, por el oriente con el Municipio de Palmira, al occidente con el Municipio de La Cumbre y con la cordillera Occidental.

- **Relieve:**

La superficie de Yumbo tiene en su parte plana 5.740 hectáreas y 11.540 hectáreas montañosas.

- **Altura:**

Yumbo está localizado a 1.021 metros sobre el nivel del mar.

- **Extensión:**

El territorio de este municipio abarca un área total de 227.89 kilómetros cuadrados. La distribución de las tierras en los distintos pisos térmicos favorece la variedad de cultivos que se realizan en este municipio.

- **Temperatura:**

La temperatura en la cima de la cordillera es de 16 grados centígrados, aunque no es muy exacto debido a que existen otros factores que influyen sobre la temperatura y que hacen que varíe, como el viento y la nubosidad.

División Geográfica

Área Rural: 10 corregimientos, 16 veredas.

Área Urbana: 4 Comunas, 23 Barrios

Ilustración 2 la Localización del Departamento del Valle del Cauca y en el mismo, el Municipio de Yumbo.

Fuente: Google maps

1.6.5.3 símbolos del municipio de Yumbo

Los símbolos patrios que constituyen el Municipio de Yumbo están representados por la bandera y el escudo tales como lo muestra la figura 1 y 2.[16]

Ilustración 3 Bandera del municipio de yumbo

Fuente: página oficial de la alcaldía municipal

El sol naciente simboliza la vida, la creatividad y la fuerza de nuestro pueblo. El color verde recuerda la belleza y fertilidad de esta tierra. En la franja blanca que divide en dos la bandera, están escritas las palabras PAZ Y TRABAJO, indicando que somos un pueblo trabajador y pacífico. Esta bandera fue ideada por el párroco Fray Alfonso de la Concepción Peña en 1944

Ilustración 4 Escudo del municipio de Yumbo

Fuente: página oficial de la alcaldía municipal.

[16] YUMBO, CAPITAL INDUSTRIAL,Emblemas,2011 [En Línea], [Agosto 14 de 2011] Disponible en www.yumbo.gov.co/nuestra-ciudad/emblemas/+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=co

En la cinta roja que está sobre el escudo se puede leer: 1536 Yumbo 1864. La primera fecha (1536) corresponde a la llegada de los conquistadores Miguel López Muñoz y Sebastián de Belalcázar. La segunda es la fecha en la que Yumbo fue creado como municipio. El Escudo está dividido en tres partes: en la parte superior, de color dorado, aparecen dibujadas 4 chimeneas. Ellas nos dicen que somos un municipio industrial. En la parte inferior sobre el fondo rojo, aparece el rostro de Balto Puente. Este Balto fue un Indio valiente y recorrido, se dice que viajó a España y peleó en la batalla de Lepanto al lado del gran escritor Miguel de Cervantes Saavedra. Junto a Balto sobre fondo azul, aparece un libro cerrado y sobre el libro un tintero con una pluma de ganso. Esto significa que la historia de Yumbo está por escribirse, es una invitación a que tomes la pluma y la escribas. El Escudo está rodeado por unas cañas de azúcar. La caña de azúcar fue traída por Sebastián de Belalcázar y cultivada, antes que en otro lado, en Yumbo. El diseño del Escudo de Yumbo fue hecho por el doctor Raúl Silva Holguín y presentado por Don Fabio Lenis Satizábal, un ciudadano ejemplar de nuestro municipio, al honorable Concejo Municipal en el año de 1979.

1.6.5.4 Entorno Económico

El municipio de Yumbo se caracteriza por ser zona industrial del Valle del Cauca. Se concentra en él la sede de múltiples empresas multinacionales. La vocación de su suelo es industrial. Se encuentran en su territorio fábricas de textiles, productos químicos y metálicos, de cemento, papel, materiales para la construcción y maquinaria agrícola entre otros.[17]

La producción y comercialización de frutas y pulpa de frutas refrigeradas, congeladas y deshidratadas, constituye un sector dinámico relativamente nuevo, ya que el nuevo modelo de consumo alimentario, especialmente de productos frutícolas, se pueden definir como aquel que responde a las nuevas pautas

[17] PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, Eje Económico,2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2012] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/wp-content/uploads/2012/03/Plan_de_Desarrollo_2012-2015_version_2.

sociales de un mercado segmentado horizontal y verticalmente, demandando la incorporación al producto de una serie de características y valores añadidos (las motivaciones para consumir son muy complejas y varían con el sexo, edad, aspectos culturales, étnicos, regionales, etc..), especialmente los relacionados con la calidad, seguridad, naturalidad, diferenciación, accesibilidad y oportunidad.

El abastecimiento de frutas, pulpa de fruta y de los alimentos en general está constituido por el volumen total de alimentos que ingresan al circuito económico de estudio (país, ciudad, región, localidad) para atender la demanda de los consumidores, la cual se suple con la oferta local y las importaciones que provienen tanto de otras regiones del país, como de otros países. En este sentido la oferta de alimentos es la primera etapa en un análisis de consumo, ya que esta provee el flujo de materia inicial dentro de los circuitos económicos y de los Sistemas de Abastecimiento y Distribución.

A partir del año 1938 se desencadenó la industrialización tras el establecimiento de la planta de Cementos Valle, localizada en el lugar donde había funcionado el puerto. Posteriormente se establecen las plantas de Cartón Colombia (1944),Goodyear (1944), Eternit (1945), Celanese (1955), Propal (1957) y Johnson & Johnson (1962). Actualmente funcionan más de 1300 empresas en el municipio, la mayoría de estas empresas cuentan con casinos de alimentación para sus colaboradores, lo cual hace de este sector una plaza ideal para los intereses y objetivos que se desean alcanzar en la empresa Pulpa Fresca.

1.6.5.5 Entorno Social

El municipio de Yumbo de acuerdo con el censo del año 2005 y proyecciones de población del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), al año 2011 cuenta con 106.559 habitantes, de los cuales por género se encuentran distribuidos de manera muy similar entre hombres y mujeres, en decir el 50.14% son hombres y un 49.86% son mujeres. Como grupos poblacionales se estima que

el 13.6% corresponde a afro descendientes, 0.2% a indígenas y el 86.38% como población mestiza. [18]

Este municipio está conformado por 4 comunas y 36 barrios y la estratificación socioeconómica está clasificada de la siguiente forma:

- Bajo
- Medio
- Alto

En la actualidad se encuentran asentadas en municipio de Yumbo más de 1.300 empresas de las cuales la gran mayoría tienen dentro de sus instalaciones casinos de alimentación, por tratarse de fábricas en las cuales generalmente los trabajadores permanecen por largas jornadas y por turnos, las cuales a su vez como mecanismo de bienestar y de motivación al trabajador implementan programas que fomentan hábitos alimenticios saludables los cuales consisten en brindarle al trabajador no solo alimentos de buena calidad sino que además contribuyan con el mantenimiento y mejoramiento de su salud.

Ilustración 5 Primero lo Social en Yumbo

Fuente: página oficial FEDY - Yumbo

[18] FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO DE YUMBO, Mejoramiento Social, 2011 [En línea], [Agosto 24 de 2011] Disponible en http://www.fedy.org.co/

1.6.5.6 Entorno Demográfico

De acuerdo a la información registrada en la Cámara de Comercio de Cali (CCC),sobre el número de empresas y personal ocupado por tipo de empresas ubicadas en el municipio de Yumbo, se encuentra que del total de empresas 1946, existen 1689 registros de empresas como persona natural, es decir, el 86% del total. Seguidamente, se evidencia que son las empresas de sociedad limitada, sociedad en comandita simple y por acciones por acciones simplificadas, son las que más impactan en el municipio, del total de estas empresas se estima que en total hay 29.786 colaboradores activos vinculados. [19] **Ver tabla 1.**

Tabla 1 Unidades Económicas, por actividad Económica, según Municipios, Comunas y Tipo de Organización Juridica

Municipios, Comunas y organización jurídica	Total	Actividad económica		
	Total unidades con actividades	Comercio	Servicios	Industria
YUMBO	**1.946**	**1.213**	**535**	**198**
Persona natural	1.689	1.131	428	130
Sociedad limitada	181	44	78	59
Soc. encomandita simple	8	2	5	1
Soc.encomandita por acciones	1	0	0	1
Sociedad colectiva	2	0	2	0
Sociedad de hecho	2	1	0	1
Empresa unipersonal	7	2	2	3
Soc. economia mixta	1	0	1	0
Organi. economia solida	3	0	3	0
Otra	52	33	16	3

Fuente: Cámara de Comercio de Yumbo

[19] CAMARA DE COMERCIO DE YUMBO, Empresas en el sector industrial de yumbo,2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2012] Disponible en http://www.ccy.gov.co/wp-content/uploads/2012/03/Plan_de_Desarrollo_2012-2015_version_2.

1.6.5.7 Entorno Tecnológico

Para aprovechar las oportunidades que trae el aumento de la demanda mundial de alimentos se requiere de un plan estratégico de mediano y largo plazo, para ello se requiere no solamente hablar de tierras y su adecuación, sino de inversión en innovación tecnológica en el campo, semillas de alto rendimiento y fertilizantes, vías de acceso a los mercados, manejo post cosecha para reducir las pérdidas, gestión de redes estratégicas y acceso a recursos de financiación, entre otros temas. [20]

El proceso de innovación tecnológica posibilita combinar las capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas permitiendo el lanzamiento al mercado de nuevos y mejorados productos o procesos, la repercusión de la tecnología se manifiesta en nuevos productos, nuevas maquinas, nuevas herramientas, nuevos materiales, nuevos servicios, brindando la oportunidad a las empresas de ser mas competitivos en el mercado.

Ilustración 6. Tecnología Agrícola

Fuente: Página Principal Finagro

[20] PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, Tecnologico,2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2012] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/wp-content/uploads/2012/03/Plan_de_Desarrollo_2012-2015_version_2.

1.6.5.8 Entorno Ambiental

El crecimiento económico, la innovación de las actividades industriales y la innovación técnica no controlada contribuyen al deterioro medio ambiental, por tal motivo es importante profundizar en los decretos que permiten implementar las políticas ambientales del sector industrial, se considera que el adecuado manejo de los sólidos, las aguas los contaminantes atmosférico debe ser regulados y verificados.[21]

En el Municipio de Yumbo, se presenta unas condiciones especiales, a nivel de los recursos naturales existentes, que le confieren la capacidad de ofrecer unos servicios ambientales específicos, tales como oxígeno, agua, clima (vientos, lluvias etc.), y paisajes naturales, para su área territorial y la región en su conjunto. Toda esta riqueza en bosques, aguas superficiales y subterráneas, unidades climáticas, suelos forestales, suelos agrícolas y recursos mineros.

Dadas las condiciones de lluvias, de temperaturas y de vientos, Yumbo presenta una humedad relativa promedio alta, en la zona occidental hacia la cima de la cordillera y humedad relativa promedio baja en la zona occidental y valle geográfico; aunque, cuando hay nubes bajas, la presión atmosférica es alta y origina presión de gases hacia abajo, circunstancia por la cual se manifiestan olores desagradables en los alrededores, dada la alta contaminación, afectando la zona urbana y el espacio de la zona industrial.

1.6.5.9 Entorno Cultural

El municipio de Yumbo cuenta con una gran cantidad de personas que apoyan desinteresadamente la cultura, el talento humano, el comercio y la educación. Tiene instituciones educativas públicas, privadas y la Universidad del Valle, Sede Yumbo, que promueven el desarrollo intelectual del municipio.

---

[21] MACHIN HERNANDEZ, Maria Mercedes, Gestión Ambiental, 2011 [En Línea], [Agosto 8 de 2011] Disponible en Revista trimestral Desarrollo Ambiental yumbo.

Se llevan a cabo eventos culturales importantes como el Encuentro Nacional de Intérpretes de Música Colombiana que se realiza en noviembre, y en octubre la Feria Industrial, Comercial y Equina. .[22]

En Colombia la industria de alimentos juega un papel importante el 17 de octubre de cada año se celebra el DIA MUNDIAL DE LA ALIMENTACION (DMA) este fue proclamado en 1979 por la Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), tiene como finalidad la de concientizar a las poblaciones sobre el problema alimentario mundial y fortalecer la solidaridad en la lucha contra el hambre, la desnutrición y la pobreza, también como promoción al consumo de frutas y hortalizas.

El Día coincide con la fecha de fundación de la FAO en 1945. En 1980, la Asamblea General respaldó la observancia del Día por considerar que "la alimentación es un requisito para la supervivencia y el bienestar de la humanidad y una necesidad humana fundamental" (resolución 35/70, del 5 de diciembre).[23]

1.6.6 Referente Legal

En este marco se hablara de la reglamentación que se debe tener en cuenta a la hora de la creación de una empresa manufacturera de pulpa de fruta.

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; por lo tanto se adoptarán y seguirán los lineamientos de la ley 09 de 1979 del Ministerio de Salud El Titulo V de la Ley 09 de 1979 del Ministerio de Salud reglamenta parcialmente lo relacionado con la elaboración, conservación

---

[22] INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA DE YUMBO, Cultural y Turismo, 2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2011] Disponible en http://imcy.gov.co/imcy/

[23] ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA, Día Mundial de la Alimentación, 2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2011] Disponible en http://www.fao.org/home/es/.

y comercialización de Jugos, Concentrados, Néctares, Pulpas, Pulpas Azucaradas y refrescos de frutas De conformidad con el artículo 306 de la Ley 09 de 1979, todos los alimentos o bebidas que se expendan bajo marca de fábrica y con nombres determinados, requerirán de registro sanitario de acuerdo con la reglamentación que para el efecto expida el ministerio de salud.

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.[24]

Los alimentos de origen vegetal de conformidad con el párrafo primero del artículo tercero del Decreto 3075 de 1997, se consideran como alimentos de menor riesgo en salud pública, por no estar incluidos en la clasificación de alto riesgo que señala dicho artículo y por lo tanto podrán ampararse bajo un mismo registro sanitario en las condiciones señaladas en dicho Decreto. Cuando el país al cual se exporten estos productos exija requisitos adicionales a los de la presente reglamentación, estos se ajustarán a los requeridos por el importador.

El artículo 25 del Decreto 3075 de 1997 recomienda aplicar el Sistema de Aseguramiento de la Calidad Sanitaria o inocuidad, mediante el análisis de peligros y control de puntos críticos o de otro sistema que garantice resultados similares, el cual deberá ser sustentado y estar disponible para su consulta por la autoridad sanitaria competente; el Sistema HACCP(Analisis de Peligros y puntos críticos de control) es utilizado y reconocido actualmente en el ámbito internacional para asegurar la inocuidad de los alimentos y que la Comisión Conjunta FAO/OMS (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la

[24]FORERO DE SAADE, Maria Teresa. MINISTRA DE SALUD, INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS, Decreto 3075 de 1997 2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2011] Disponible en http://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_3075_1997.pdf

Alimentación)/(Organización Mundial de Comercio) del Códex Alimentarios, propuso a los países miembros la adopción del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico HACCP, como estrategia de aseguramiento de la inocuidad de alimentos y entregó en el Anexo al CAC/RCO 1-1969, Rev.3 (1997) las directrices para su aplicación. [25]

El decreto número 60 de 2002 (enero 18) promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - HACCP en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación.

1.6.6.1 Normas Generales

La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la Empresa como la base para el desarrollo. Específicamente, el artículo indica: Normas generales específicas Leyes Promoción de la Creación de Empresas.

Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento Constitución Política Ley MYPIMES.

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley, La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones, El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional, Así mismo, en el Artículo 58 la Constitución Política hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los

[25] MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL OBSERVATORIO AGRO CADENAS COLOMBIA, Industria de Frutas y Hortalizas Colombia, 2011, [En Línea], [Septiembre 04 de 2011] Disponible en http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Foros/agroindustria_hortifruticola1.

colombianos, sujeto al interés público o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria. [26]

El artículo establece: Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores.

- **Ley 424 del estatuto tributario**

La pulpa de fruta es un producto que está excluido del IVA según esta ley, ya que es un producto que no requiere de un proceso más elaborado.

- **Ley de la cultura y el emprendimiento**

En Enero de 2006 el presidente de la república Doctor Álvaro Uribe Vélez y un grupo de sus colaboradores, se dieron a la tarea de formalizar uno de los más importantes proyectos de proyección, visualización y funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas para el sostenimiento rentable de la economía menos favorecida del país y la explotación en buen sentido de la palabra de las ideas que cada Colombiano día a día refleja para su sostenimiento real.

De una manera organizada y muy bien fundamentada, se dictó la ley 1014 de 2006 conocida con el nombre de “Fomento a la cultura del emprendimiento”, la cual se estructura dentro de unas bases sólidas gubernamentales y de los entes de control a nivel central, departamental, regional y en última instancia local.

ESTATUTO TRIBUTARIO, Ley 424 del Estatuto Tributario, 2011 [En Línea], [Septiembre 06 de 2011] Disponible en www.secretariadesenado.gov.co /código/estatutotributario.html MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, Registros de Potección,2011[En Línea], [Septiembre 06 de 2011] Disponible en http://www.minsalud.gov.co/Paginas/default.aspx

Su marco de creación comprende una serie de ideas creativas y competentes que incentivan de manera directa y segura la creación de microempresas con igualdad y oportunidad.[27]

- **Resolución 4254 del 22/sep. del 2011 según INVIMA**

El Ministerio de la Protección Social por medio de la Resolución 4254 expide el Reglamento Técnico mediante el cual se establecen disposiciones relacionadas con el rotulado o etiquetado de los envases o empaques de alimentos derivados de Organismos Genéticamente Modificados – OGM. Para consumo humano, así como para la identificación de las materias primas que sean o contengan OGM y que se emplean en la fabricación de alimentos para el consumo humano.

1.7 ASPECTOS METODOLOGICOS

1.7.1 Tipo de Estudio

1.7.1.1 Exploratorio

Para la investigación de mercado se utilizó la técnica exploratoria, en este estudio se realizaron encuestas con preguntas abiertas y cerradas, con el fin de conocer los antecedentes de consumo de bebidas naturales, productos de repostería y panadería e identificar las tendencias de consumo de pulpa de fruta de los colaboradores en los casinos de alimentación de las empresas del sector, buscando encontrar el mercado donde la empresa que se dedicara a la manufactura de pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo ubicada en el municipio de Yumbo del Departamento del Valle del Cauca está sujeto a diferentes artículos de revistas, periódicos, libros, empresas inmersas en el sector, tesis o información electrónica enfocada a estudios ya realizados correspondientes al desarrollo de

[27]INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS, el rotulado o etiquetado de los envases o empaques de alimentos derivados de Organismos Genéticamente Modificados, 2011 [En Línea], [Septiembre 08 de 2011] Disponible en http://web.invima.gov.co/portal/faces/index.jsp?id=55391.

este tipo de empresas y el estado en que se encuentran actualmente en el mercado vallecaucano.

1.7.1.2 Descriptivo

Para la planeación de la investigación se requirió de la aplicación de técnicas y procedimientos metodológicos, el estudio descriptivo se elaboró a partir de la información existente, juicio común y la opinión de los competidores ya existentes en el mercado del sector al cual se va a dirigir la oferta.

Además del estudio exploratorio, es importante desarrollar un estudio descriptivo que permita identificar características de forma investigativa, tales como: identificación de la población; número de empresas asentadas en el municipio de Yumbo, numero de casinos de alimentación en cada una de las empresas, comportamientos sociales, preferencias, consumo diario, semanal y mensual etc. De esta manera se obtendrá información concreta que le da mayor estructura al desarrollo del proyecto. En este sentido será de gran utilidad la utilización de técnicas específicas de recolección de información como lo es la observación, encuestas y entrevistas.

1.8 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

1.8.1.1 Método de Observación

Es una técnica de la información que consiste básicamente, en observar y recoger las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas, objetos y sucesos a fin de obtener información sobre el fenómeno de interés, sin entrar en contacto con ellos.[28]

La observación es el punto de partida que permitirá identificar el sitio ideal para la macro localización y micro localización en el municipio de Yumbo de dicha manufactura de pulpa de fruta, esta información debe ser corroborada con los

[28] THOMPSON, Ivan. Definiciones,2011 [En Línea], [Septiembre 10 de 2011] Disponible en http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion.html

datos obtenidos de la encuesta y parte de los datos registrados en el análisis respectivo, procurando mediante una observación estructurada y la descripción del fenómeno de estudio. Del mismo modo se involucrara un estudio analítico porque en su desarrollo se hace un análisis del mercado, las características del producto, lo financiero y los aspectos legales que se requieren para el desarrollo de esta idea de negocio.

1.8.1.2 Método la Encuesta

La encuesta es el método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida (Buendía y otros, 1998, p.120).

La encuesta es una herramienta la cual nos permite tener información clara y precisa de la satisfacción que tiene el cliente con la empresa y la mejora en la toma de decisiones en cuanto a las expectativas del consumidor.

1.8.2 Fuentes y Técnicas para Recolección de Información

Al momento de definir cómo se va a abordar la recolección de datos se hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas fuentes de información tanto primaria como secundaria.

Mediante la siguiente **tabla 2** se describen las fuentes utilizadas que sirven como línea de análisis de la presente investigación: **Ver tabla 2 pag.57**

Tabla 2 Fuentes de Información Primarias (Fp) y Secundarias (Fs)

	RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN		
VARIABLE	**TECNICAS**	**FUENTES**	**HERRAMIENTAS**
ESTUDIO DE MERCADO	Mediante la Encuesta la entrevista y la observación.	**FP:** Por medio de la encuesta nos permitira identificar cuales son las posibles preferencias de nuestros clientes actuales y potenciales **FS:** Instituto de vigilancia de medicamentos y alimentos INVIMA y el Ministerio de Agricultura.	Realizar la Encuestas, aplicar el metodo de Observación, Guiar por medio de entrevistas personales y telefonicas.
ESTUDIO TECNICO OPERATIVO	Apoyo en las fuentes de Información.	**FP:** Entes Municipales tales como: Camara de Comercio Cali- Sede Yumbo, FEDY, Fundación Empresarial para el Desarrollo de Yumbo y la Alcaldia Municipal **FS:** Micro y Macro localización, Flujograma.	Analisis sobre la información obtenida mediante la Observación.
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	Observación en los procesos de Comercialización	**FP**: Visitas a empresas comercializadoras de pulpa de fruta en el Municipio de Yumbo. **FS:** Organigrama, politicas de Empresas,Manual de Funciones, Analisis de puestos de Trabajo y nivel de competencias.	Conocimientos impartidos sobre la descripcion de cargos, nivel de competencias, perfiles y puestos de trabajo.
ESTUDIO FINANCIERO	Analisis del plan de Inversión y financiación del proyecto.	**FP**: Directrices de los docentes en la area contable, revisión del plan de inversión y el capital inicial. **FS**: Textos contables, plan de inversión, plan de presupuestos, analisis de costos y gastos.	Soporte en excel para llevar toda la información financiera mas y clara y precisa, aparte del documento en word.

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

1.9 RESULTADOS ESPERADOS

- Conocer las posibilidades que se tiene en el sector que se está evaluando para la creación de un proyecto, en donde con cada uno de los entornos se identifique la población y las diferentes variables que pueden afectar a los consumidores a la hora de obtener el producto y a los comercializadora al momento de sacarlo al mercado.

- Analizar un estudio de mercado que permita identificar los posibles clientes actuales y potenciales, sus gustos, preferencias, y estrategias que sean más efectivas a la hora de detectar oportunidades, reducir riesgos y evaluar desempeños.

- Identificar la locación, infraestructura y adecuación que permita la puesta en marcha del proyecto.

- Diseñar una estructura organizacional y administrativa de acuerdo a las normas legales establecidas para así poder operar como empresa.

- Definir un plan de inversión en donde se conozcan datos y herramientas fundamentales para el adecuado análisis y manejo de los recursos financieros con los que se cuenta para la ejecución del proyecto.

2. ANALISIS DEL MERCADO

El estudio de mercado para el proyecto, tiene como fin analizar cómo ha sido el comportamiento histórico y las tendencias del mercado de las frutas en fresco y procesadas, la proveeduría para el proyecto, la determinación de la demanda en donde está inmerso, los gustos y preferencias del consumidor final, y la cadena de comercialización; con el fin de obtener la información suficiente para poder tomar decisiones con el mayor grado de certidumbre respecto a las relaciones del proyecto con su entorno y para estimar la demanda actual y futura del mismo.

Este estudio de mercadeo se centra básicamente en la viabilidad del negocio a partir de la investigación de mercados, que tendrá en cuenta varios puntos tales como análisis del mercado, oferta, demanda, encuestas, recopilación de información y análisis de estos, marketing (logo, eslogan, publicidad) fijación de precios y distribución.

2.1. ANALISIS DEL SECTOR

El sector frutícola ha crecido en los últimos 5 años a tasas superiores a las del sector agropecuario y muestra una tendencia creciente. A través de la especialización por regiones y productos, el desarrollo empresarial, la dotación de la infraestructura y la innovación tecnológica se espera convertir al sector hortofrutícola en uno con gran capacidad exportadora, con sostenibilidad ambiental y gran generador de empleo y riqueza.[29]

La producción del sector alimentos responde en su mayor parte a la demanda interna y ha reflejado una importante aceleración. El sector está compuesto por los subsectores de carnes y pescados (18%); frutas y hortalizas, (15%); productos

[29] http://www.proexport.com.co/sites/default/files/periodico_de_las_oportunidades_-_ptp.pdf

lácteos (20%); productos de molinería (29%); productos de panadería (8%) y otros (10%) En febrero de 2010, la producción del sector presentó un comportamiento favorable similar al total de la industria, el subsector de frutas y hortalizas presentó un importante crecimiento de 22%, Así mismo, la producción del subsector de productos lácteos presentó un crecimiento de 2.8% comparado con el mismo período del año anterior. Por su parte, el subsector de producción, transformación y conservación de carne y pescado decreció su producción en un leve 3% con respecto al mismo período del año anterior de igual forma, entre enero y febrero de 2010, las ventas de los subsectores han registrado un repunte positivo en su comportamiento. A febrero de 2010, las ventas del subsector de cárnicos y pescados aumentaron un leve 0.8%, las ventas de frutas y hortalizas, aceites y grasas presentaron un incremento de 4.7% y las ventas de lácteos presentaron un crecimiento de 2.4% con respecto al mismo periodo del año anterior. Lo anterior evidencia un comportamiento de las ventas con una tendencia semejante al de la producción.[30]

El gran dinamismo de la industria de jugos se explica entre otras razones por el aumento en el consumo de jugos naturales frente a los jugos envasados, en concordancia con los cambios en los hábitos de consumo de los colombianos, que han hecho aumentar las comidas fuera del hogar; propiciado por una agresiva estrategia publicitaria asumida por los grandes conglomerados económicos que entraron a participar en el mercado durante la década del noventa. Según información de la Asociación Colombiana de Procesadores de Jugos de Frutas, ASOJUGOS, la evolución del consumo per cápita de jugo (envasado o producido industrialmente) desde 1994 hasta el 2000 ha mostrado un crecimiento notable; así, mientras en 1994 el consumo anual era de apenas un litro por persona, en el 2000 alcanzó los cinco litros por persona. Se destaca tambien la importancia del

[30] El sector de alimentos (CIIU Bancóldex 311), contiene los establecimientos dedicados a cárnicos y pescado.lácteos, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas. Participación en la producción de alimentos según Encuesta Anual Manufacturera 2001Entre enero y febrero de 2010, la producción total de la industria creció 2.4% con respecto al mismo periodo del año anterior.

consumo de jugos naturales fuera del hogar, que corresponde a las dos terceras partes del total. Sin embargo, aun con estos incrementos, Colombia se ubica muy por debajo de otros países en consumo per-cápita, a pesar del drástico incremento en la producción industrial de jugos en la última década. .[31]

Estas empresas que han trasladado su campo de batalla al sector de los jugos y bebidas naturales, apoyadas en las tendencias crecientes de estos productos en los mercados internacionales de alto poder adquisitivo, hacen prever el desarrollo del mercado nacional y la multiplicación del consumo. Los cambios mencionados se reflejan en la multiplicación de las inversiones en publicidad, en la llegada de nuevas empresas productoras, en la mejor calidad de los productos ofrecidos y en la aparición de nuevos tipos de envases, especialmente de los denominados asépticos, que permiten la conservación de una bebida de aceptable calidad, sin necesidad de refrigeración.

La agroindustria de frutas utiliza como materia prima para procesamiento tanto frutas frescas como frutas procesadas. Las empresas que demandan frutas frescas son aquellas cuyo producto final son pulpas concentradas o simples, que pueden tener destino industrial o doméstico. Las empresas que demandan frutas procesadas tales como pulpas, utilizan ésta como materia prima para la fabricación de bebidas.

Es importante, además, resaltar la relación entre el sector primario y la industria, en donde el mercado nacional aparte de su segmentación en renglones primarios con mínima elaboración, continúa su evolución hacia la búsqueda de bienes con mayor valor agregado. La concepción que se tenía de que el sector agropecuario era una reserva de recursos y de excedentes que se pueden explotar en forma indefinida en beneficio de los otros sectores de la economía, está rebatida en su

[31] ASOCIACIÓN DE PROCESADORES DE JUGOS Y PULPAS, evolución del consumo per cápita, 2012 [En Línea], [Mayo 12 de 2012] Disponible en http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Foros/agroindustria_hortifruticola1.

totalidad. Hoy, se determina que el sector primario es un dinamizador del ciclo económico del País, así siga siendo suministrador de recursos para el resto de la economía, por tanto se debe dar prioridad al aumento de la productividad agropecuaria y a los ingresos del campesino si queremos expandir los mercados y crear un superávit en el sector, que pueda ser transferido a otros, contando con un compromiso institucional para fomentar inversiones en el sector y con unas bien estructuradas Políticas hacia el mismo.

Sector secundario o industrial en Colombia, comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Este Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

- **Industrial extractivo:** extracción minera y de petróleo.
- **Industrial de transformación:** envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

- **Empleabilidad**

Los otros indicadores del mercado laboral, como la participación, ocupación y subempleo obtuvieron cifras descendentes en el 2011. La tasa global de participación que representa la relación entre la fuerza laboral y la población en edad de trabajar indica que en Cali-Yumbo llegó a 64,9% luego de haber estado en 67,5% en el 2010. Esta cifra fue el resultado de un descenso de 2,4% en la población económicamente activa frente al incremento en la población en edad de trabajar de 1,5%, Por su parte, la tasa de ocupación totalizó 54,9%, es decir 3,3

menos respecto a 2010, como consecuencia del crecimiento inferior en el número de ocupados (4,2%) frente a la de la población en edad de trabajar (1,5%).[32]

Resulta oportuno advertir que simultáneo a la reducción en los ocupados, los desocupados crecieron en la ciudad en 9,0%; esto permite establecer que la reducción en la tasa de ocupación y el incremento en el desempleo se produjeron por el desajuste presentado en el mercado laboral local, donde el aparato productivo de la ciudad debe crecer a tasas más altas, para que pueda absorber ese exceso de mano de obra disponible en la ciudad y no permita la fuga de la que se encuentra ocupada). **Ver tabla 3**.

Tabla 3 Población - Empleabilidad

concepto	2010	2011
porcentajes		
% poblacion en edad de trabajar	80,7	81
tasa global de participacion	67,5	64,9
tasa de ocupación	58,2	54,9
tasa de desempleo	13,7	15,4
T.D Abierto	12,7	14,5
T.D Oculto	1,0	0,8
Tasa de Subempleo subjetivo	37,9	28,6
Insuficiencia de Horas	16,1	8,7
Empleo inadecuado por Competencias	20,8	14,6
Empleo Inadecuado por Ingresos	30,8	24,7
Tasa de subempleo objetivo	15,9	12,1
Insuficiencia de Horas	6,9	3,8
Empleo inadecuado por Competencias	9,0	7,1
Empleo Inadecuado por Ingresos	12,6	10,3
miles		
población total	2299	2326
poblacion en edad de trabajar	1856	1884
poblacion economicamente activa	1253	1223
ocupados	1080	1035
desocupados	172	188
abiertos	159	178
ocultos	13	10
inactivos	603	662
subempleados subjetivos	475	349
Insuficiencia de Horas	201	107
Empleo inadecuado por Competencias	260	178
Empleo Inadecuado por Ingresos	386	302
subempleados objetivos	199	148
Insuficiencia de Horas	86	46
Empleo inadecuado por Competencias	113	87
Empleo Inadecuado por Ingresos	158	126

fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadisticas (DANE)

[32] DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS (DANE),Informe de coyuntura Económica Regional Departamento del Valle del Cauca, [2011], 2013 [En Línea],[Julio 02 de 2013] Disponible en http://www.dane.gov.co/files/icer/2011/valledelcauca_icer__11.pdf

- **Producto Interno Bruto**

La industria arrancó mal el año y en enero de 2013 su producción cayó -1,7%, según la Muestra Mensual Manufacturera (MMM) que reveló el DANE, el desplome de la producción en el primer mes del 2013 se debe a que 28 de los 48 subsectores industriales registraron disminución en la producción.

Por ejemplo, confecciones, con -18,1%, minerales no metálicos, con -7,3%, hilatura y tejedura, con -28,7%, y hierro y acero, con -11,3%.

Por el contrario, creció la producción de otros productos alimenticios, con 13,5%, elaboración de bebidas, con 8,2%, lácteos, con 9,5%, y otros productos químicos, con 3,6%, mientras que las ventas de la industria efectuadas en punto de fábrica, sin incluir trilla de café, disminuyeron en enero el -2,5% en enero, cuando un año atrás habían crecido el 3,7%.[33]

Las industrias con mayores descensos en las ventas fueron refinación de petróleo, con -18,1%, productos de plástico, con -10,6%, minerales no metálicos, con-6,3%, confecciones, con -10,3% y hierro y acero, con --8,4%.

En cuanto al Producto Interno Bruto, a nivel nacional creció un 2.8% en el primer trimestre del 2013, la Zona Industrial de Yumbo le aporta un 48% al PIB industrial del Valle; 68% al del Municipio de Yumbo y 6% al del país.

[33] PORTAFOLIO.CO, Producción Industrial cayó 1,7% en Enero, En igual periodo de 2012, había registrado un crecimiento de 2,1% y se estaba desacelerando, pero no en terreno negativo 2013[En Línea],[Julio 02 de 2013] Disponible en http://www.portafolio.co/economia/industria-cayo-17

2.1.1 Análisis de las Fuerzas de Porter

- **Poder de negociación entre clientes**

Las negociaciones en una primera fase se dará con clientes administradores de casinos de alimentación como lo es Sodexo, el cual administra el 60% del total de las empresas en la zona industrial del municipio de Yumbo, la diferenciación del producto la da la Stevia que ofrece gran ventaja costo vs beneficio y que será la ventaja competitiva del producto para el cliente frente lo que recibe actualmente por la competencia.

- **Poder de negociación de proveedores**

Se contara con proveedores a los que se brindara apoyo en conocimiento y oportunidades de crecer en el mercado objetivo, esto contribuirá al mejoramiento de las relaciones afianzándolas a largo plazo; lo que nos permitirá lograr la fidelización de estos con la empresa, permitiéndonos abastecimiento permanente en todas las épocas del año. El grupo de proveedores se verán directamente beneficiado de la relación comercial con el líder en consumo de este producto en el mercado.

- **Amenaza de sustitutos**

Existe una alta posibilidad de encontrar productos sustitutos como jugos bajos en azucares, néctares, frutas en almíbar, frutas deshidratadas entre otros pero ninguno representa el mismo beneficio en costo debido a la rendición de la Stevia equivalente a 200 veces más que el azúcar, además la Stevia supera según estudios realizados el mayor número de ventajas medicinales por tratarse de una planta rica en cualidades y atributos como:

- La Stevia es un hipotensor suave (baja la presión arterial que esté demasiado alta).

- Mejora las funciones gastrointestinales.
- Puede ayudar en la desintoxicación del tabaco y del alcohol, ya que el té de stevia reduce el deseo hacia estos dos tóxicos.
- Previene e inhibe la reproducción de bacterias y organismos infecciosos y mejora la resistencia frente a resfriados y gripes.

- **Amenaza de nuevos jugadores**

La posibilidad de encontrar nuevos competidores es latente, pero se deberá trabajar en minimizar el impacto con la fidelización del mercado garantizando que Pulpa fresca sea la mejor opción en calidad y precio para el cliente.

- **Barreras de entrada**

Como barreras de entrada en el mercado se encuentran los estigmas de consumo de Pulpa de fruta por temor al consumo de conservantes y enducolorantes artificiales, también por precio y por desconocimiento de la Stevia, lo que hará necesario el trabajo arduo de presentación del portafolio de los innumerables beneficios del consumo de la pulpa de fruta con la garantía de ser 100% natural sumado a la extensa lista de beneficios de la Stevia.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de la Demanda

La industria de la pulpa de fruta congelada en el sector industrial de casinos de alimentación busca optimizar los tiempos de respuesta en sus servicios con productos prácticos que disminuyan los costos de mano de obra, para conocer la demanda del producto se utiliza como fuente primaria la encuesta realizada en los casinos de las diferentes empresas de la zona industrial del Municipio de Yumbo, estadísticas oficiales emitidas por la cámara de comercio de dicho Municipio y el Ministerio de agricultura y desarrollo rural.

- Análisis de la fuente primaria: (Aplicación de encuestas)
- Territorio geográfico: Municipio de Yumbo (zona industrial)
- Tamaño del mercado: 513 empresas con casinos de alimentación
- Segmento del mercado: 154 empresas en las que se encuentra implementado el programa comer sano equivalente al 50% de la participación total de Sodexo. Pulpa fresca incursionara con un 5% de participación en 8 empresas de este segmento.
- Mercado potencial a corto plazo: 95% de mercado con programas comer sano
- Consumo mensual: Mora 960 kl , Maracuyá 760 Kl y Lulo 1640 Kl.
- Espacio muestral: muestreo piloto de 1 encuesta
- Perfil del cliente: Casinos de alimentación de consumo masivo con servicios entre 200 y 400 por comida (desayuno, almuerzo y comida)
- Perfil del consumidor final: empleados consumidores finales operarios y administrativos.

❖ **Beneficios notables**

- Rendimiento de la pulpa
- Consumo de bebida natural con alto porcentaje nutricional
- Productividad del empleado
- Bienestar
- Salud
- Stevia endulzante 100% natural ecológico y cero calorías contribuyendo a la disminución de los indicies de obesidad y diabetes de la población.

La industria productora de jugos demandó 11,700 toneladas de frutas frescas, mientras que la industria productora de pulpas demandó 23,500 toneladas.

En la siguiente tabla se puede observar la demanda de pulpa de fruta en el sector industrial como materia prima para la elaboración de diferentes productos. [34] **Ver tabla 4.**

Tabla 4 Observatorio Agro cadenas Colombia

Observatorio Agrocadenas Colombia
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

TABLA 2. DEMANDA INDUSTRIAL DE HORTALIZAS Y FRUTAS PROCESADAS COMO MATERIA PRIMA VOLUMEN DE LAS COMPRAS (KGS.)

Producto	1993	1997	2000	Prom. 93-00		Crec. 93-00
Pulpa de frutas	690,328	16,453,989	15,340,076	9,365,490	36.4%	52.7%
Pulpa de tomate			2,233,894	6,096,987	23.7%	
Mermelada de frutas	1,200,803	3,027,337	1,999,790	2,156,753	8.4%	8.2%
Pasta de tomate	603,420	3,248,393	417,709	1,786,207	6.9%	4.4%
Concentrados de frutas empacados para preparacion de sorbetes y similares	400,290	1,808,778	1,070,186	1,553,010	6.0%	11.2%
Frutas n.e.p en conserva envasadas	164,267	653,811	2,008,568	1,342,809	5.2%	41.9%
Uvas pasas	1,169,177	943,070	670,222	797,144	3.1%	-5.7%
Platano deshidratados			657,348	559,104	2.2%	
Jaleas de frutas	263,568	488,939	556,431	471,276	1.8%	7.7%
Frutas deshidratadas	261,821	337,682	343,730	282,630	1.1%	25.7%
Legumbres deshidratadas	7,616	344,418	407,995	239,468	0.9%	64.4%
Preparados n.e.p de frutas, legumbres, hortalizas y otros vegetales	10,000	148,131	178,490	228,816	0.9%	25.1%
Tuberculos deshidratados	2,078	21,859	277,363	224,073	0.9%	68.0%
Cebollas y ajos deshidratados	165,081	117,502	215,203	134,225	0.5%	4.8%
Hortalizas deshidratadas	46,805	31,534	100,265	89,139	0.3%	-3.0%
Jaleas y mermeladas n.e.p	1,817	29,016	141,816	87,366	0.3%	25.5%
Ciruelas pasas	82,818	18,982	21,447	46,588	0.2%	-18.2%
Salsa de tomate	113,516	2,359	6,972	42,997	0.2%	-51.8%
Pasta de frutas, legumbres y hortalizas	12,105	14,710	138,603	37,703	0.1%	40.9%
Frutas pasas n.e.p	3,098	45,197	33,060	35,360	0.1%	30.9%
Duraznos en conserva envasados	616	28,341	64,245	26,259	0.1%	49.5%
Piña en conserva envasada		12,103	11,283	17,367	0.1%	
Frijoles envasados				16,690	0.1%	
Garbanzos envasados	15,000	32,000		14,309	0.1%	
Ajies y pimientos deshidratados	21,296	23,386	6,468	13,697	0.1%	-0.2%
Jugos de frutas envasados	14,391		16,780	13,405	0.1%	

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

[34] CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, Demanda Industrial Frutas Frescas,2012[En Línea],[Junio 13 de 2012] Disponible en http://www.cci.org.co/ccinew/index.html, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, Consumo de Fruta Promedio, 2012 [En Línea], [Junio 13 de 2012] Disponible en http://www.who.int/es/

- **Mercado Objetivo**

De acuerdo a la información anterior el mercado objetivo estará enfocado hacia el sector industrial, específicamente hacia los casinos de alimentación de las empresas, las cuales de acuerdo a la información suministrada por la cámara de comercio de Yumbo en la actualidad se encuentran asentadas en el municipio de Yumbo 1946 empresas, de las cuales 733 hacen parte del mercado objetivo de Pulpa Fresca por tratarse de fábricas y empresas en las cuales generalmente los trabajadores permanecen por largas jornadas, de estas 733 empresas Sodexo líder mundial en administración de casinos provee sus servicios a 308 empresas de este sector las cuales dentro de sus políticas organizacionales ofrecen a sus colaboradores programas de bienestar en los cuales promueven los buenos hábitos de alimentación, lo cual es propicio para los beneficios que ofrece Pulpa Fresca haciendo de este un aliado ideal para el desarrollo de estos programas, de acuerdo a un promedio histórico de compras de los casinos de alimentación que administra Sodexo el consumo mensual de pulpa de fruta es 13.442 kilos y en las referencias de nuestro interés 3434 discriminados así: Mora 1225Kl, Lulo 1265 Kl y Maracuyá 944Kl, sin descartar que a mediano plazo la oferta en cuanto a referencias de pulpa de fruta aumente lo cual que redundara en un aumento de la demanda.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en este segmento de mercado es el esquema que están implementando muchas empresas en sus planes de bienestar y desarrollo en los cuales destinan un recurso para incentivar al personal, asegurándoles a sus colaboradores los básicos de bienestar.

El producto a ofrecer es un producto natural el cual lo hace diferente de los productos ya existentes en el mercado, siendo este un producto innovador ya que su valor agregado es el endulzante medicinal y natural ***stevia*** aportante de múltiples beneficios multivitaminicos para el consumidor.

La idea es abarcar este nicho de mercado con argumentos reales dándoles a conocer los múltiples beneficios que ofrece la Stevia, el cual hace de nuestro producto un aliado ideal como complemento a la nutrición de los colaboradores, además de todas las bondades que ofrece nuestro producto a nivel de la salud, bienestar y cuidados para los clientes, siendo este un aliado estratégico para los administradores de los casinos ya que le permite ahorrar tiempo, mano de obra y costos.

En la siguiente tabla veremos el total de pulpa comprada por la empresa sodexo para la preparación de las bebidas. **Ver tabla 5.**

Tabla 5 Consumo Mensual Empresa SODEXO

PRODUCT	CANT.	FRUTIHELEN	AGROFRUT	FRUTIDELICIAS	CANOA SAS
	Kilos	abr-12	may-13	jun-11	jul-12
Coronilla	132	2.635		2.271	0
curuba	15	2.845		0	3.500
fresa	974	3.696	5.651	3.300	5.030
guanabana	204	6.756	6.205	5.380	7.640
guayaba	1.050	2.670	3.142	2.312	3.830
limon	1.854	6.320	5.405	4.123	4.780
lulo	1.265	5.960	4.980	4.682	6.880
mandarina	128	6.000		4.158	7.100
mango	1.689	3.101	4.090	3.120	5.090
maracuya	944	5.062	6.650	4.573	6.740
mora	1.225	5.247	5.246	4.026	6.180
naranja	710	3.588	5.335	3.457	4.680
papaya	60	3.959	3.339	3.762	4.810
piña	1.138	3.261	3.745	2.665	4.400
tomate de arbol	742	2.790	3.745	3.276	5.360
uva	1.302	3.627	3.686	3.537	6.070

fuente:Información suministrada por una Colaboradora Empresa SODEXO S.A

Según información de consumo por pulpa de fruta, el mayor consumo se da en los sabores de mora y lulo, siendo la maracuyá el más bajo. Ver tabla 6.

Tabla 6 Referencias pulpas de fruta

REFERENCIA	KILOS
MORA	1.225
LULO	1.265
MARACUYA	944

Fuente: Tabla SODEXO S.A

- **Demográfico**

Yumbo es uno de los municipios más ricos del valle del cauca, actualmente se encuentran instaladas 1.946 grandes empresas que limitan con Cali entre las que se encuentran Cementos Argos, Bavaria, Good Year, entre otras gigantes de la economía mundial.

Pulpa Fresca SAS estará ubicada en la comuna 4 exactamente en el barrio FRAY PEÑA del municipio de Yumbo, sus principales clientes estarán ubicados al ORIENTE de la capital Industrial.

El total de la superficie del municipio de Yumbo es de 229,52 Km^2 lo que muestra un amplio espacio para el desarrollo y crecimiento de otras empresas en el sector Industrial. Ver tabla 7.

Tabla 7 División Geográfica

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD
Superficie Total del Municipio	229,52	km2
comunas	6,11	km2
corregimientos	223,41	km2
protección rio cauca	12,8	km2
suelo urbano	6,11	km2
suelo rural	223,41	km2
suelo de expansión	1,09	km2
suelo suburbano	6,17	km2
suelo de protección	3,81	km2
piso termico calido	66	km2
piso termico templado	158	km2
piso termico frio	9	km2

Fuente: Departamento Administrativo del Planeación e Informática Municipal

- **Segmentación socioeconómica**

Clasifica el mercado según variables que miden el poder adquisitivo, la posición social y cultural de los consumidores.

Según información del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas el ingreso promedio de los colaboradores de las empresas aledañas al sector

Industrial del Municipio de yumbo se encuentra entre 600.000 y 1.500.000, así mismo su clase social, Profesión y nivel de estudios. Ver tabla 8.

Tabla 8 Variables Socio Económicas

VARIABLES SOCIOECONOMICAS	NIVELES,INTERVALOS O CLASES
Ingresos	600.000 - 1.500.000
Clase Social	Baja, Media, alta
Profesión	Empleado, funcionario, ejecutivo, otros
Nivel de Estudios	primarios, medios y secundarios

fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadisticas (DANE)

2.2.2 Análisis de la Oferta

Son múltiples beneficios los que ofrece el consumo de bebidas a base de frutas 100% naturales acompañado de un endulzante rico en propiedades y beneficios medicinales como lo es la Stevia, las pulpas, mora, maracuyá y lulo congeladas actúan como reguladoras de los suministros de cada fruta, y se procesan en las épocas de cosecha para utilizarlas cuando haya poca disponibilidad de ellas.

Día a día se presenta en general la tendencia al consumo de alimentos de alto valor nutritivo y de fácil consumo, como lo son las pulpas de frutas congeladas cada una con sus propias características y atributos, mencionados en la pag.

La línea de productos, constará inicialmente de 3 sabores diferentes como lo son mora, maracuyá y lulo, acompañados de una propuesta de valor con una excelente operación logística que permitirá despachos diarios disminuyendo el manejo de inventarios de los clientes a los cuales vamos a dirigir nuestra oferta, entregas rápidas y oportunas como valor agregado al servicio que ofreceremos.

Dentro de la oferta también se encuentra el servicio de distribución del producto desde la empresa hasta los diferentes casinos de alimentación o centros de

despacho se utilizará una moto con termoking instalado, el cual cuenta con una capacidad de carga de 300kg.

Este vehículo se encuentra dotado con un compartimiento térmicamente aislado que garantiza la conservación de la cadena de frío en los recorridos entre el centro de distribución y los clientes casinos de alimentación o centros de despacho.

2.2.2.1 Determinación de la Oferta

Actualmente, en el país las empresas ofrecen al mercado pulpa de fruta convencional, a diferencia de pulpa fresca la cual ofrecerá pulpa de fruta con un endulzante natural como lo es la Stevia Medicinal, por lo cual las empresas del Sector Industrial no están familiarizadas con dicha pulpa, aunque se observa una tendencia para conocer pulpas de fruta diferente a las demás, según información suministrada por las empresas encuestadas.

2.2.2.2 Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se estimó la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente de pupa de fruta en los casinos de alimentación, para el cual se utilizó el método de proyección de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes de la pulpa.

La proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, debido a que tiene como finalidad determinar la situación del mercado al que se quiere ingresar. **Ver Tabla 9.pàg.74.**

Tabla 9 Proyección de la Demanda Consumo

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
11.520	11.874	12.241	12.618	13.009
9.120	9.400	9.690	9.989	10.299
19.680	20.284	20.911	21.555	22.223
40.320	41.558	42.842	44.162	45.531

Fuente: Grupo de Ivestigación

La cuantificación de la oferta estará limitada y determinada a la capacidad de producción del producto, esta capacidad de producción se irá incrementando gradualmente de acuerdo al comportamiento del mercado, lo cual permitirá ampliar la infraestructura de la planta, contratar más mano de obra, personal operativo, personal de logística y distribución del producto, personal de ventas, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente y exceder sus expectativas en cuanto a calidad del producto y servicio. **Ver tabla 10.**

Tabla 10 Capacidad de Producción

CANTIDAD DE KILOS PRODUCIDOS POR HORA	CANTIDAD DE PULPA PRODUCIDOS DIARIOS	DIAS AL MES LABORADOS	CANTIDAD DE PULPA PRODUCIDOS MENSUAL	CANTIDAD DE PULPA PRODUCIDOS ANUAL
20	160	25	4000	48000

Fuente: Grupo de Investigación

En la siguiente tabla se proyectara la oferta de la pulpa de fruta de acuerdo a la capacidad de producción Vs. La demanda de acuerdo a la proyección de ventas teniendo en cuenta el comportamiento aparente de consumo, de esta forma se podrá determinar si se tiene la capacidad de atender el mercado objetivo. **Ver Tabla 11.Pàg. 75**

Tabla 11 Oferta Vs Demanda

AÑO	1	2	3	4	5
OFERTA	48000	48000	48000	48000	48000
DEMANDA	40320	41558	42842	44161	45530
EXCESO DE OFERTA	**7680**	**6442**	**5158**	**3839**	**2470**

Fuente Grupo de Investigación

De acuerdo al cuadro anterior podemos determinar que hay exceso de oferta, para lo cual se desarrollaran estrategias comerciales que permitirán la captación de nuevos clientes e identificar y penetrar en nuevos segmentos de mercado, con el fin de ampliar la demanda.

2.2.2.3 Factores Determinantes de la Oferta

2.2.2.3.1 Recolección de Información

Para la recolección de la información relativa a la oferta de la materia prima y a la demanda futura de las pulpas de frutas congeladas de la Empresa Manufacturera de pulpa de Frutas se llevó a cabo la siguiente metodología:

- Diseño de formularios para recolección de información primaria.
- Recolección de información.
- Selección de la muestra.
- Diseño y validación de formularios para encuestas.
- Información secundaria.
- Procesamiento y Análisis.

2.2.2.4 Precio

- **Análisis del Precio**

A nivel de precios es de señalar la importancia de fijar una política de precios acorde con las características del mercado, en donde la importancia del negocio está dada por los grandes volúmenes que se pueden transar con unos márgenes de comercialización reducidos, pues es muy diferente la venta en el supermercado de 1 porción de 250 gr. de pulpa a un precio de venta final de $2.000 que una venta en los casinos de alimentación de 10 ó 20 Kg. de pulpa empacada en porciones de 1 Kg, lo cual conlleva menores costos de comercialización y empaque.

- **Precio de Venta**

El precio de venta se calculó teniendo en cuenta el precio actual de la competencia con el fin de ingresar con precios competitivos al mercado.

El cálculo fue el siguiente costo del producto (1+margen de utilidad) para hallar el costo de cada producto a ofrecer, se hizo tomando el valor total de la materia prima de cada pulpa de fruta, dividido por la capacidad de la maquina 20 kilos (20.000 gramos), multiplicado por el gramaje estándar del producto a ofrecer que es de un kilo. **Ver tabla 12.**

Tabla 12 Precio de Venta sin MDO y sin CIF

MARGENES BRUTOS			
PRODUCTO	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Pulpa de fruta mora 1000gr	2350	90%	4.465
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	2.150	90%	4.085
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	2.650	90%	5.035

Fuente: Grupo de Investigación

Para hallar el costo con MDO y CIF se hizo de la siguiente manera:

Se tomo el resultado del costo de los márgenes brutos del cuadro anterior sumado con la mano de obra de cada pulpa, más el costo indirecto de fabricación. (2.350+182+213 =2744) Ver tabla 13.

Tabla 13 Precio de Venta con MDO y CIF

MARGENES BRUTOS CON MANO DE OBRA + CIF			
PRODUCTO	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Pulpa de fruta mora 1000gr	2.744	90%	5.215
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	2.544	90%	4.835
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	3.044	90%	5.785

Fuente: Grupo de Investigación

2.2.2.5 Competencia

Dentro del municipio se observa la presencia de algunas empresas comercializadoras de pulpa de fruta como lo son pulpi fresh, delifruit, frutidelicias entre otras. De acuerdo al sondeo que se ha realizado en el sector, las empresas ofrecen pulpa de fruta convencional, lo que hace de esto una oportunidad de mercado para pulpa fresca siendo el aliado de la salud de sus consumidores ya que se brinda un endulzante medicinal que la hace diferente a las demás.[35]

Nuestros principales competidores son:

- Pulpi Fresh
- Delifruit
- Frutidelicias
- Frutihelen
- Agrufrut
- Canoa S.A.S

[35] FRUTIDELICIAS, Productos Ofrecidos,2013[En Línea], [Mayo 03 de 2013] Disponible en http://www.Frutideliciast.com.co/productos/

En la siguiente tabla se encuentra condensada la información de la competencia visto desde las 4p (plaza, producto, precio y promoción) de donde se puede determinar que ninguna maneja endulzantes en las pulpas ofrecidas, estos datos nos permite conocer al detalle el mercado y afianzar las decisiones de precio y desarrollo del producto. [36] **Ver tabla 14.**

Tabla 14 Las 4p de la Competencia

EMPRESA	PLAZA	PRODUCTO	PRECIO			PROMOCIÓN
			MORA	MARACUYA	LULO	
CANOA S.A.S	Empresas administradoras de casino de alimentación, escuelas,panaderias, hospitales,restaurantes,hoteles etc. Con una participación en el mercado, Canoa S.A.S 25%,Pulpifresh 20%, Frutidelicias 12%, delifrut 9% y agrofrut 8%.	Pulpa de fruta congelada y concentrados de fruta (mora, maracuya, lulo, guanabana, mango y fresa)	125gr: 900	125gr: 900	250gr: 1500	ventas online, en dias de mercado campesino martes y jueves manejan descuentos del 30%
			250gr: 1600	250gr: 1700	500gr: 3000	
			500gr: 3200	500gr: 3400	1000gr: 7000	
			1000gr: 6400	1000gr: 6800		
			MORA	MARACUYA	LULO	
PULPIFRESH		pulpa de fruta congelada, jaleas y mermeladas (lulo, mora,mango,maracuya, fresa)	125gr: 800	125gr: 700	125gr: 950	promociones en los supermercados pague 2 lleve 3, mercaderistas promocionando el producto.
			250gr: 1250	250gr: 1200	250gr: 1400	
			500gr: 2500	500gr: 2350	500gr: 2650	
			1000gr: 5000	1000gr: 4700	1000gr: 5300	
			MORA	MARACUYA	LULO	
FRUTIDELICIAS		pulpa de fruta (Mora,maracuya lulo, papaya,guayaba)	500gr: 2500	500gr: 2600	500gr: 2700	Excibiciones o demostraciones en el punto de venta.
			1000gr: 5000	1000gr: 5200	1000gr: 5400	
			MORA	MARACUYA	LULO	
DELIFRUIT		pulpa de fruta (fresa.guanabana,banano,mora,maracuya, lulo,fresa)	500gr: 2500	500gr: 2800	500gr: 2500	Productos gratuitos que se ofrecen por la compra de la pulpa de fruta, (vasos)
			1000gr: 4700	1000gr: 5000	1000gr: 5000	
			MORA	MARACUYA	LULO	
AGROFRUT		pulpa de fruta mermelada, salsas y vegetales recortados (mermelada de mora, fresa y piña,pulpa de mora, lulo y guanabana)	500gr: 2750	500gr: 3400	500gr: 2700	concursos, rifas y juegos por la compra del producto, degustaciones en los supermercados.
			1000gr: 5500	1000gr: 6800	1000gr: 5300	

Fuente: Pagina Principal de cada Empresa
fuente: PROEXPORT, COLOMBIA

[36] C.I PROEXPORT,COLOMBIA, Directorio AgroIndustrial,2013 [En Línea],[Julio 02 de 2013] Disponible en http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Directorio_agroindustrial.pdf

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Pulpa fresca S.A.S será una unidad de negocio que se dedicara a la manufactura de pulpa de fruta, mora, maracuyá y lulo ubicada en el municipio de Yumbo Valle en el barrio Fray peña, que brindara a sus clientes un producto de calidad, buen precio y excelente presentación para las empresas que integran el sector industrial del municipio.

Con este producto se pretende incursionar en el campo de la manufactura de pulpa de frutas, en un comienzo se iniciara con la pulpa de mora, maracuyá y lulo 100% natural libre de conservantes y colorantes, endulzado con stevia medicinal.

De acuerdo con las bondades nutricionales con las que cuenta la stevia, podemos evidenciar su alto contenido de vitaminas, que favorecen la nutrición de cada individuo, por lo tanto, este producto se convierte en un suplemento muy importante para la dieta de los consumidores. Ver tabla 15.

Tabla 15 Tabla Nutricional de la Stevia

TABLA NUTRICIONAL DE LA STEVIA	
Vitamina A	24UI
Vitamina B2	0.224Mg
Vitamina B6	0.288 Mg
Vitamina E	0.136Mg
Calcio	96Mg
Potasio	1.760 Mg
Sodio	17.6 Mg

Fuente: Stevia del Tolima S.A

2.3.1 Atributos de la Pulpa de Fruta

Algunos de los atributos de las pulpas de fruta a ofrecer son los siguientes: [37]

[37] MINISTERIO DE SALUD, por que consumir pulpa de fruta, 2013[En Línea],[Julio 02 de 2013] Disponible en http://www.ministeriodesalud.go.cr/gestores_en_salud/tecnologias/vida_saludables/moras.

- **Pulpa de Mora**

El consumo de pulpa de mora aumenta las defensas frente al catarro y otras enfermedades infecciosas gracias a su contenido en vitamina C. También favorece el buen funcionamiento de la vista y revitaliza la piel debido a su riqueza en vitamina A. Por su bajo contenido en calorías y su elevada proporción de fibra vegetal, las moras pueden formar parte de cualquier dieta adelgazante, así mismo, tienen propiedades ligeramente diuréticas, combate las enfermedades del aparato respiratorio, las inflamaciones del intestino, del estómago y es utilizada para combatir los altos índices de colesterol.

- **Pulpa de Maracuyá**

Su composición tiene un elevado porcentaje de agua, casi las tres partes de su peso, su aporte más notable, muy rica en vitaminas y minerales, como Vitamina C, provitamina A o beta caroteno, ambas fundamentales para el organismo, para tener un cabello sano, el cuidado de la piel, la visión y el sistema inmunológico. Los minerales presentes en esta fruta son el potasio, fósforo y magnesio, muy recomendados para las personas que cuidan su cuerpo por tener muy bajo aporte calórico; también brinda un gran aporte de fibras, ideal para las personas con estreñimiento.

- **Pulpa de Lulo**

Contiene proteínas, fósforo, niacina, ácido ascórbico hierro y calcio, Ayuda a combatir enfermedades nerviosas y ayuda a mejorar los niveles de sueños, participa en la formación de uñas, huesos y cabello. Disminuye los niveles de colesterol. Por ser una fuente de energía es muy efectivo para los niños.

Esta pulpa de fruta es nutritiva y curativa, su valor vitamínico se basa principalmente en vitamina B y C. Su alto valor curativo se ve en casos de

enfermedades de las encías, escorbuto, dolor de muelas, dientes, debilidad dental en general, depura la sangre, combate los catarros, es muy eficaz en enfermedades de los bronquios, actúa muy bien en casos de acidez estomacal, ayuda en casos de estreñimiento, combate las mucosidades de la garganta evitando que se formen placas bacterianas que provocan infecciones, libera las vías respiratorias colaborando en la mejor oxigenación de los órganos, combate ronqueras, fiebres, bronquitis, y es un auxiliar para hacer fomentos en casos de golpes o torceduras aliviando la zona afectada.

- **Ventajas del consumo de pulpa de fruta**

- Son pulpas de frutas naturales, congeladas, sin conservantes, empacadas en bolsas de 1000 gramos. (Mayor Rendimiento).
- La pulpa se diferencia en el jugo por su consistencia.
- Permite conservar el aroma, color y sabor, la congelación permite preservar la pulpa hasta un año evitando pérdidas por pudrición y mala selección de la fruta.
- No se acumulan desperdicios, solo se conserva la parte útil de la fruta.
- Actúan como reguladoras de los suministros de fruta, porque se procesan en épocas de cosecha para utilizarlas cuando haya poca disponibilidad de ellas.
- Minimiza el riesgo de desperdicio en el proceso de retirar la cascara de la fruta a consumir contribuyendo directamente al costo del negocio.
- Es la forma más fácil de mantener fruta para las diferentes preparaciones que se deseen realizar.

- Es la mejor forma de conservar la fruta por espacios de tiempo prolongados y es posible disfrutarla aún en temporadas en las que es imposible conseguirla.
- Requiere muy poco espacio.
- Le ahorra tiempo en las diferentes preparaciones.
- Con la pulpa se puede preparar de forma fácil, ágil y práctica, mermeladas, postres, helados, compotas y otras delicias.

2.3.1Utilización de la Pulpa de Fruta

Prestar un servicio más rápido son sólo algunas de las razones por las que el uso de la pulpa de fruta es cada vez más frecuente en los establecimientos como casinos, restaurantes, bares, cafés, cafeterías de hospitales,hoteles,centros penitenciarios,tiendas vegetarianas,entre otros. Se ofrecerá la pulpa de fruta (mora, el maracuyá y el lulo) totalmente naturales en presentaciones de 1000 gramos, ya que este producto va dirigido a las empresas del sector industrial del Municipio de Yumbo en donde se hace necesario mejorar los hábitos alimenticios de los colaboradores y que mejor que consumir pulpa de fruta 100% natural libre de conservantes y colorantes con su valor agregado endulzante medicinal stevia.

2.3.3. Usos Actuales

El producto tiene su principal uso a nivel industrial en la preparación de alimentos a base de frutas como lo son jugos, mermeladas, salsas y postres.

2.3.4 Usos Potenciales

La pulpa de fruta se puede utilizar en diferentes platos a la hora de degustar de un rico y delicioso aderezo tales como:[38]

- **Conserva**

En latas o frascos de vidrio calentados en ausencia de aire. Las bacterias son eliminadas por calor y se evita la posterior introducción de las mismas en el recipiente por un cierre hermético al vacío.

- **Mermelada**

Son productos elaborados con fruta fresca o bien de pulpa de fruta, estas se trituran y se cocinan con azúcar hasta conseguir una consistencia pastosa. En su elaboración hay que añadir 45 partes de fruta y 55 partes de azúcar. El agregado de colorantes o de jarabe de glucosa como máximo del 12%, sólo se admite con la correspondiente declaración en la etiqueta. Las mermeladas permiten aprovechar aquellas frutas demasiado maduras o deterioradas que no son aptas para presentarlas en la mesa.

- **Jalea**

Son una preparación de consistencia gelatinosa y untuosa, elaboradas a partir de jugos o extractos de frutas frescas por cocción con igual cantidad de azúcar. El azúcar constituye la mayor parte del valor energético de este tipo de derivados de fruta.

---

[38] PERFIL DE FRUTAS TROPICALES FRESCAS Y PROCESADAS EN COLOMBIA, Usos de la Pulpa de Fruta, 2012 [En Línea], [Junio 16 de 2012 de 2012], Disponible en http://www.profruta.gov.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PM2011L-FRUTAS-TROPICALES-FRESCAS-COLOMBIA.html.

2.3.4 Productos Sustitutos y Complementarios

2.3.4.1 Sustitutos

Los productos que pueden llegar a competir con la Pulpa de Frutas Congelada a causa de variaciones en precios, calidad, presentación, gusto de los consumidores, publicidad, etc.; son las frutas frescas, pulpas de frutas conservadas por adición de preservativos químicos, los jugos envasados o néctares y otras frutas procesadas (frutas en almíbar, fruta deshidratada, etc.). También podemos encontrar en este grupo las bebidas instantáneas ya que en gran parte de los hogares colombianos estas bebidas reemplazan los jugos naturales por su bajo precio y su practicidad.

2.3.4.2 Complementarios

El consumo directo de las Pulpas de Frutas Congeladas como sustituto de las frutas frescas no está relacionado directamente a ningún tipo de producto complementario, su utilización en la preparación y consumo como jugo de frutas puede ser aislada (refresco) o relacionarse a productos complementarios como acompañante de las comidas (sobremesa).

2.3.5 Valor Agregado del Producto

Además de ofrecer un producto de excelente calidad, libre de conservantes y colorantes, su valor agregado es un endulzante natural alternativo al azúcar y los endulzantes artificiales, lo que hace de este, un producto ideal para el consumo de cualquier persona que desee conservar una alimentación saludable.

- **¿Qué es la Stevia?**

La stevia (Stevia Rebaudiana Bertoni) es un endulzante natural alternativo al azúcar y a los endulzantes artificiales obtenido a partir de un arbusto originario de Paraguay y Brasil. Ha sido usado desde muy antiguo, como endulzante, por los

indios guaranís y que en países como Japón, hoy en día, supone el 41 % de los endulzantes consumidos.[39]

Las hojas de la planta son 30 veces más dulces que el azúcar y el extracto unas 200 veces más.

En la siguiente tabla se explica la dosificación de la azúcar vs la stevia en términos de rendimiento y calidad. Ver tabla 16.

Tabla 16 Dosificación Stevia del Tolima

DOSIFICACIÓN EN LA INDUSTRIAL ALIMENTICIA COLOMBIANA STEVIA DEL TOLIMA		
AZUCAR	**EQUIVALENTE**	**STEVIA**
50 KILOS O UN SACO	=	DOS LITROS
25 KILOS O MEDIO SACO	=	1 LITRO
1000 GRAMOS O UN KILO	=	15CMS
500 GRAMOS O UNA LIBRA	=	10 CMS
250 GRAMOS O MEDIA LIBRA	=	6 CMS
125 GRAMOS O UN CUARTO DE LIBRA	=	3 CMS
25 GRAMOS	=	1 CMS

Fuente: Pagina Principal de Stevia del Tolima

2.3.5.1 Presentación de la Stevia

- La stevia es ideal para los diabéticos ya que regula los niveles de glucosa en la sangre. En algunos países incluso se utiliza como tratamiento para mejorar la diabetes ya que regula los niveles de insulina.

- Muy aconsejable para perder peso ya que reduce la ansiedad por la comida (tomar de 10 a 15 gotitas 20 minutos antes de las comidas) y al regular la insulina el cuerpo almacena menos grasas.

[39] STEVIA ORGANICA DEL TOLIMA 100% CERTIFICADA, Importancia de la Stevia, 2013 [En Línea], [Mayo 12 de 2013] Disponible en http://www.steviadeltolima.com/

- La stevia disminuye también el deseo o apetencia por tomar dulces y grasas.
- Realza el aroma de las infusiones o alimentos donde se añada.
- Retarda la aparición de la placa de caries (por eso se usa también para hacer enjuagues bucales y como componente de la pasta de dientes) Se pueden añadir una gotitas a las pasta de diente.
- La stevia es un hipotensor suave (baja la presión arterial que esté demasiado alta)
- Es suavemente diurético.
- Mejora las funciones gastrointestinales.
- Puede ayudar en la desintoxicación del tabaco y del alcohol, ya que el té de stevia reduce el deseo hacia estos dos tóxicos.
- Previene e inhibe la reproducción de bacterias y organismos infecciosos. Mejora la resistencia frente a resfriados y gripes.

2.3.5.2 Información nutricional de la Stevia

- Las hojas secas de stevia contienen aproximadamente un 42% de sustancias hidrosolubles (por eso endulza más mezclada con líquidos)
- El principio activo más importante es el Esteviósido. Además contiene proteínas, fibra, hierro, fósforo, calcio, potasio, zinc, rutina, vitamina A y C.

❖ **Producto de Consumo**

Pulpa fresca es un producto 100% natural, elaborado con frutas de excelente calidad, endulzada con Stevia el cual es un en sustituto del azúcar y de los edulcorantes artificiales, este producto aporta una gran cantidad de beneficios al organismo y es el único endulzante natural totalmente seguro para un

consumo habitual y de por vida cuando el azúcar está contraindicado, como es el caso de los diabéticos y de las personas que siguen una dieta para el cuidado de su cuerpo.

- **Duradero o Perecedero**

La pulpa de fruta no contiene presevantes ni colorantes, por ser un producto congelado su duración es mayo a un año.

- **Popular o no Popular**

La pulpa de fruta a ofrecer es un producto popular ya que por ser las pulpas mas apetecidas tienen un mayor reconocimiento en el mercado y son de gran consumo.

- **Necesario o Suntuario**

Es un producto necesario ya que permitirá ahorrar tiempo, costo y mano de obra a los casinos de alimentación que son el mercado de mayor consumo de pulpa de fruta.

- **Nuevo, Tradicional o Conocido en el Mercado**

Teniendo en cuenta que hoy en día la sociedad está siendo invadida por productos alimenticios con artificiales y conservantes, ***pulpa fresca*** llega con un producto nuevo, libre de conservantes y colorantes que no ocasionan daño al organismos del ser humano, al contrario de esto trae beneficios multivitaminicos ya que contiene un endulzante natural y medicinal que la hace diferente a las demás.

- **Marca**

El nombre de la empresa nos permite diferenciar el producto frente a los competidores, creando así una identidad propia.

Nombre de la Empresa: ***Pulpa Fresca S.A.S***

- **Slogan**

El slogan es la frase que identifica a la empresa la cual le da credibilidad, seguridad y confianza de lo que ofrece.

Slogan de la Empresa: ***Frescura a tu Alcance.***

- **Logotipo**

El logotipo representa a la empresa y le da la garantía de diferenciarse en un mercado global.

- **Ventaja en cuanto a Diseño, Empaque y Contenido**

“El que no enseña, no vende”, “la primera impresión jamás se olvida”. La realidad es que nunca tenemos una segunda oportunidad para causar una buena impresión, por lo que resulta evidente el papel que juega hoy en día el empaque como herramienta estratégica.

De acuerdo a Kotler, *un empaque es la cubierta o recipiente de un producto que le brinda protección, facilita su uso y conservación, y le proporciona una importante comunicación de marketing.*[40]

La pulpa será empacada en bolsas de polipropileno de media densidad (calibre 2) y con doble sellado térmico con el fin de garantizar la protección necesaria para el transporte y almacenamiento bajo condiciones de congelación, su presentacion será con una combinación de colores muy llamativos, imágenes y textos alusivos a la Stevia, destacando este producto como el factor diferenciador en el mercado.El producto se exhibirá al público con una sola presentacion por tratarse de clientes industriales e institucionales, el peso del contenido neto es de 1000gr.

- **Ventaja Competitiva**

Pulpa fresca ingresara al mercado como aliado estratégico del programa nutricional comer sano vivir bien implementado por Sodexo, como un producto rico en nutrientes naturales y las generosas propiedades de la mora, maracuyá y lulo sumado al ingrediente innovador Stevia que trae innumerables beneficios medicinales, a medida que los resultados comiencen hacer evidentes en la disminución de los índices de obesidad y problemas en la población de trabajadores, la importancia de incluir este producto se hará cada vez más necesaria.

La salud y el bienestar de un equipo de trabajo son fundamentales no solo para el buen funcionamiento de una organización incluida su productividad, sino también para la satisfacción en cuanto a la vida laboral por parte de los empleados de la compañía. [41]

---

[40] MAQUIVAR, Blass.Director de Marketing de fabric and home care,procter &gamble, Disponible en http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Articulo%20Empaques.PDF

[41] UNIÓN GENERAL DE TRABAJADORES, Especialista en Seguridad y Salud en el Trabajo,2013 [En Línea], [Abril 17 de 2013] Disponible en http://training.itcilo.it/actrav_cdrom2/es/osh/sector1/sector1a.htm

Esta es la tendencia de las grandes compañías, las cuales cada vez se involucran mas con la implementación de programas de bienestar que contribuyan con el mejoramiento de la salud de los colaboradores.

Prueba de lo anterior es que el compromiso del liderazgo directivo con mejorar significativamente la salud de sus trabajadores pasó del 6% en 2009 al 42% en 2010. [42]

Los directivos, Catalina Franco y Andrey Kiselev Psicólogos de la Empresa Cincel S.A.S (Centro de Investigación e Interventoria en Comportamiento Organizacional) afirman que los dos factores clave en el éxito de un programa de bienestar laboral son el apoyo a la gestión y un fuerte apoyo cultural para el bienestar dentro de la organización, mientras que algunos obstáculos son la dificultad a la hora de involucrar a los empleados en las iniciativas de salud y productividad, y la dificultad de medir los resultados de este tipo de iniciativas.

Aunque no todas las compañías cuentan con programas de bienestar laboral, de acuerdo con la encuesta de salud y productividad de willis, ahora la mayoría de los directivos (el 53%) afirman implementar algún tipo de programa con este objetivo. De esa mayoría, el 57% lo describirían como un programa básico.

Aun así, solo el 28% de los directivos encuestados cuenta actualmente con una estrategia definida y específica encaminada a mejorar el compromiso de los empleados en el lugar de trabajo y, de ellos, el 64% considera el bienestar como una parte importante de su estrategia global de motivación.

---

[42] FRANCO, Catalina, Habilidades Directivas, Los Lideres Están Comprometidos Con Los Programas de Bienestar Laboral (Encuesta de salud y productividad de Willis), de Willis North America's Human Capital Practice. 2013 [En Línea], [Abril 23 de 2013] Disponible en http://www.tendencias21.net/Los-lideres-estan-comprometidos-con-los-programas-de-bienestar-laboral. cincelsas_a6171.html

La mayor motivación para la implementación de programas de bienestar laboral por parte de las empresas continúa siendo el alto costo de la salud: buscando disminuir el ausentismo laboral.

SODEXO S.A líder mundial en servicios de alimentación tiene como uno de sus proyectos bandera una campaña de nutrición llamada “Comer sano vivir bien” este programa está enfocado a los colaboradores de las empresas el cual busca que estos puedan aprender a mejorar sus hábitos alimenticios.

Este programa busca concientizar a los colaboradores de la importancia de alimentarse bien y sobre todo de una manera sana, lo cual no solo debe preocupar en la cocina o en la mesa de los hogares, debe tener la misma importancia en el lugar de trabajo, pues es el espacio en el que muchas personas pasan la mayor parte del tiempo de la semana y donde consumen gran parte de sus energías.

Sin embargo, muchas veces la jornada laboral intensiva o la lejanía del puesto de trabajo al hogar, los obliga a comer alimentos altamente calóricos y terminan siendo la causa de algunas de las enfermedades más comunes como: colon irritable, diabetes, gastroenteritis, obesidad, entre otras.

Es por esto que las empresas colombianas han comprendido la importancia de trabajar en los hábitos alimenticios y educación nutricional de sus empleados, buscando aliados estratégicos que contribuyan con el cumplimiento de este objetivo lo cual va a generar grandes beneficios para el colaborador mejorando su calidad de vida lo que redundara en aumento de productividad y la mejora de resultados.

Los 10 casinos de servicios de alimentación más destacados en el 2008 según información suministrada por la superintendencia de las sociedades fueron. **Ver tabla 17.pàg.92**

Tabla 17 Los 10 Casinos de Alimentación más Destacados en el 2008

PUESTO	RAZON SOCIAL	VENTAS 2008	UTILIDAD OPERACIONAL
1	Sodexo Colombia S.A	$ 119.560	$ 2.129
2	proveemos S.A (Compass Group)	$ 118.263	$ 2.086
3	Catering de Colombia S.A	$ 63.644	$ 1.955
4	Salamanca Alimentación Industrial S.A	$ 40.092	$ (27)
5	Petrocasinos S.A	$ 31.498	$ 959
6	Gate Gourmet Colombia LTDA	$ 28.339	$ 7.684
7	Health Food S.A	$ 27.654	$ 433
8	Alimentos spress LTDA	$ 27.116	$ 2.835
9	Inversiones Ibero Caribe LTDA	$ 13.229	$ 448
10	Servicios de Alimentación la Vianda S.A	$ 12.637	$ 527

Fuente: Superintendencia de Sociedades

2.3.6Clientes

Los clientes son las empresas administradoras de los casinos de alimentación encargados de hacer la selección y la compra de los productos para la alimentación de los colaboradores de las empresas del sector industrial del municipio de Yumbo donde se encuentra una oferta de alimentación hacia los colaboradores de esas empresas que atienden clientes en diferentes momentos de consumo: esparcimiento, servicio de restaurante para personas que trabajan o frecuentan la zona y eventos que se realice.

Las empresas administradores de casino ofrecen a los consumidores finales una amplia variedad de bebidas, incluidos jugos naturales. Estas organizaciones pueden manejar una frecuencia de reabastecimiento entre 1 y 2 veces por semana, cuya motivación de compra se basa tanto en precio como en un producto de buena calidad, y ante todo un excelente servicio por parte de los proveedores cumpliendo con los horarios teniendo en cuenta la criticidad en términos de tiempo en los servicios que prestan.

Como cliente principal tenemos los casinos de alimentación empresarial seguido de clientes institucionales y clientes industriales.

Al ubicar la unidad de negocio en Yumbo se perfilan como clientes potenciales las siguientes empresas.

2.3.6.1Perfil Empresas con Casinos de Alimentación Empresarial

A continuación se muestran las empresas clientes de pulpa fresca con casinos de alimentación. Ver tabla 18.

Tabla 18 Empresas con Casinos (Sodexo)

NOMBRE
Empresa Argos
empresa centelsa
Empresa Carton Colombia
Empresa Good Year
Empresa Aldor
Empresa Gecolsa
Empresa Tecnoquimicas
Empresa jhonson & jhonson

fuente: Sodexo S.A

La pulpa de fruta congelada está dirigida a las empresas del sector Industrial del Municipio de Yumbo cuyas organizaciones cuentan con casinos para la alimentación de los empleados, siendo nuestros clientes principales en la cual utilizan la pulpa de fruta para la preparación de jugos, postres, y salsas. [43]

Los administradores de casinos de alimentación denominado sodexo ofrece sus servicios a empresas, hospitales, colegios, clubes, universidades, centros penitenciarios etc., atendiendo las necesidades de cada institución: desayunos, almuerzos, comidas, refrigerios y eventos especiales. Aunque el número de empresas que prestan este servicio puede ser limitado, su importancia radica en la cantidad de empresas que atiende cada una de ellas y del total de platos y bebidas que se sirven diariamente.

A continuación se presentan los consumos mensuales por cada referencia de pulpa de fruta de las empresas clientes principales. **Ver tabla 19.**

[43] ESTUDIO DE TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR DE ALIMENTOS, Servicio de Catering, 2013 [En Línea], [Abril 26 de 2013], Disponible en http://fumec.org.mx/v6/htdocs/alimentos.

Tabla 19 Consumo Mensual Clientes

CONSUMO MENSUAL EN KILOS			
EMPRESAS	MORA	MARACUYA	LULO
CARTON DE COLOMBIA	230	180	250
ARGOS	190	150	200
JHONSON &JHONSON	184	140	180
TECNOQUIMICAS	168	130	160
ALDOR	150	125	140
GOOD YEAR	130	100	130
ALUMINA	100	68	110
GECOLSA	73	51	95
TOTAL	1225	944	1265

Fuente: Información suministrada por un colaborador de sodexo

La forma de operar de los administradores de casinos de alimentación es la siguiente:

- **Oficinas centralizadas entregas dispersas**

La forma de operar de este tipo de empresas es de manera centralizada, en donde el responsable de cada casino informa de sus necesidades de ingredientes e insumos a la oficina principal y es esta la encargada de tramitar los pedidos a sus proveedores y la entrega de los alimentos debe hacerse en cada casino.

- **Exigencias comerciales moderadas**

Dependiendo del tamaño de la empresa los requisitos pueden variar, sin embargo el procedimiento para la compra de pulpa de fruta es mucho más simplificado que el que se realiza con los supermercados.

- **Comprador**

La decisión de compra de nuevos productos está a cargo del comprador de la empresa, sin embargo los menús son consultados con cada uno de los responsables de atender en cada casino, cocineros, ingenieros de alimentos o nutricionistas.

2.3.6.2 Perfil Clientes Institucionales (food service)

A continuación se muestran los posibles clientes de pulpa fresca Ver tabla 20.

Tabla 20 Posibles Clientes Institucionales

NOMBRE
Hospedaje el descanso
Hotel Yumbo plaza
Apartahotel Bolivar Plaza
Hotel el rey del norte
Hotel San Juan
Centro Penitenciario Yumbo
Hospital la Buena Esperanza
Bar kafka

fuente: Grupo de Investigación

Son empresas que utilizan la pulpa de fruta como materia prima para preparación de bebidas, postres o cualquier receta que utilice fruta. Dentro de esta categoría encontramos los hoteles, clubes sociales, bares, hospitales, centros penitenciarios etc.

2.3.6.3Perfil Clientes Industriales

Empresas que utilizan las pulpas de fruta para fabricación de jugos, refrescos, helados, yogures, mermeladas etc. A nivel industrial, como es el caso de gastronor, salamanca, compass group entre otras que ofrecen la prestación de servicios de alimentos y una amplia gama de servicios de apoyo a empresas, escuelas, colegios y hospitales. Ver tabla 21.

Tabla 21 Posibles Clientes Industriales

NOMBRE
Empresa Gastronor
Empresa Salamanca
Empresa Compass Group
Empresa Catering
Petrocasinos S.A
Alimentos Spress LTDA
Servicios de Alimentación la Vianda
Empresa Catering

fuente: Grupo de Investigación

Uno de los objetivos principales de la comercialización de la pulpa de fruta, a demás de brindar facilidades a las empresas, es "afianzar productos de buena calidad". Se dice que en la dieta diaria de los consumidores se encuentran las gaseosas o productos artificiales, por ello se afirma que con un precio menor se puede consumir jugos de calidad 100% fruta natural de esta manera poder abarcar todo el mercado de las empresas administradoras de casinos de alimentación de todo el sector industrial.

2.3.7 Proveedores

Los proveedores de los suministros de la pulpa de fruta, endulzante y demás abastos serán los siguientes:

Hortalizas gourmet empresa que ofrece una gama de productos en categorías para ser comercializados por grandes superficies, canales institucionales e industrias procesadoras de alimento, entre ellos se encuentran las frutas exóticas y pulpa de fruta, ubicada en el municipio de Yumbo Valle.[44]

[44] HORTALIZAS GOURMET H.G, Productos que ofrece, 2013 [En Línea], [Julio 03 de 2013], Disponible en http://www.hgourmet.com.co/productos/

[41] STEVIA DEL TOLIMA ORGANICA, Producto Ofrecido, 2013 [En Línea], [Julio 03 de 2013],disponible en http://www.steviadeltolima.com/stevia-nosotros.html

Stevia del Tolima empresa que ofrece el extracto liquido de stevia bajo la marca comercial stevia del Tolima orgánica obtenido mediante un proceso organico,cero químicos. Ubicada en Cali Valle[45]

Edilplast S.A empresa encargada del empaque en bolsas de polietileno para el suministro de la pulpa de fruta.Ubicada en Cali Valle[46]

Publicidad Brand es la empresa encargada de las etiquetas de pulpa fresca. Ubicada en Yumbo Valle. **Ver tabla 22.**

Tabla 22 Proveedores

PROVEEDOR	SUMINISTRO	CANTIDAD	PRECIO
HORATLIZAS GOURMET	Pulpa de Mora	8 KILOS	12.000
	Pulpa de Maracuya	8 KILOS	10.400
	Pulpa de Lulo	8 KILOS	14.400
STEVIA DEL TOLIMA	Endulzante	1 LITRO	40.000
EDILPLAST S.A	Bolsas de Polietileno	100 UNIDADES	10.000
PUBLICIDAD BRAND	Etiquetas	100 UNIDADES	15.000

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

2.4 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado para identificar aspectos claves de la tendencia de consumo de pulpa de fruta en los casinos de las empresas lo desarrollamos a través del método de observación y la encuesta, la idea es evaluar el grado de aceptación de este producto y las variables que se tienen en cuenta a la hora de escoger un proveedor.

Los productos sustitutos existentes no presentan características de frescura, calidad, sabor y presentación deseada y nuestros competidores directos los procesadores y comercializadores de pulpa de fruta no tienen un factor

[45]EDILPLAST S.A, Bolsas de Polietileno de alta densidad, [En Línea], [Julio 03 de 2013],Disponible en http://www.edilplast.com/productos

diferenciador, solo se limitan a ofrecer pulpa de fruta en diferentes gramajes y presentaciones no hay innovación en este tipo de productos, para lo cual pulpa fresca entra con una ventaja competitiva al mercado.

2.4.1 Desarrollo del Estudio

Para la ejecución del estudio, inicialmente se identificaron y seleccionaron las clases de frutas que serán utilizadas como materia prima, en este caso la pulpa de mora, maracuyá y lulo en el cual se tuvo preferencia hacia estas frutas porque son las pulpas de mayor consumo según indico ASOHOFRUCOL entidad encargada de administrar y coordinar el desarrollo del acuerdo de competitividad de las frutas, encargo delegado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural,las cuales aportan las mayores cifras en cuanto a 21 área sembrada y volúmenes de producción en Colombia y que superan más del 90% por cada una comparadas con la producción nacional. [47]

A partir de esto se diseñaron y validaron los cuestionarios de encuesta y se seleccionó la muestra. Una vez planeado el procedimiento se realizaron los contactos con los diferentes proveedores, canales de distribución y posibles clientes del sector Industrial del municipio de Yumbo.

2.4.2 Diseño de Investigación

2.4.2.1 Técnica a Emplear: La Encuesta

La encuesta es el método de recolección de datos que permite obtener de manera precisa y confiable toda la información de importancia para evaluar la viabilidad del proyecto.

[47] MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO, Participación demanda Industrial de Frutas Frescas, 2011, [en línea],[consultado 19 de Mayo 2011], Disponible en: http://www.minagricultura.gov.co/inicio/default.aspx.

- **Tipo de Estudio**

Cuantitativo/Descriptivo

- **Muestra Poblacional**

Para la muestra se tuvo en cuenta el mercado global el cual consta de **1.946** empresas asentadas, de las cuales **1.213** son de comercio,**535** de servicios y **198** industriales.

De las cuales el **70%** de las empresas industriales y de servicios cuentan con casino de alimentación en el Sector Industrial del municipio de Yumbo correspondiente a **513** empresas que se encuentra en la zona Empresarial.

- **Tipo de Muestra: Muestreo Aleatorio Simple**

Parámetros

N: 513 **Empresas**

Z: 1.96 **Nivel de Confianza**

P: 0.5 **Porcentaje de Éxito**

Q: 0.5 **Porcentaje de no Éxito**

E: 0.06 **Precisión o Error en la Estimación**

Aplicando la formula se obtienen los siguientes datos estadísticos:

$\mathbf{N_0 =}$ $NZ^2PQ \ / \ e^2(N-1)+Z^2PQ$

$\mathbf{N_0 =}$ $513\ (1.96)^2\ (0.5)\ (0.5)\ /\ (0.06)^2\ (513-1)+(1.96)^2\ (0.5)\ (0.5)$

$\mathbf{N_0 =}$ 513 (3.84) (0.25) / (0.0036) (512) + (3.84) (0.25)

$\mathbf{N_0 =}$ 513(0.96) / 1.843 + 0.96

$\mathbf{N_0 =}$ 492.48 / 2.803

N = 176

De acuerdo a la formula, el total de encuestas a realizar en el Sector Industrial del Municipio de Yumbo es de **176** empresas.

- **Modelo de Encuesta**

En este estudio se aplicó una encuesta con preguntas abiertas y cerradas, con el fin de conocer las preferencias y gustos que tienen los casinos de alimentación de las empresas en el consumo de pulpa de fruta del Sector Industrial del Municipio de Yumbo.

- **Tabulación y Recolección de Datos**

Datos preliminares

Pregunta 1:

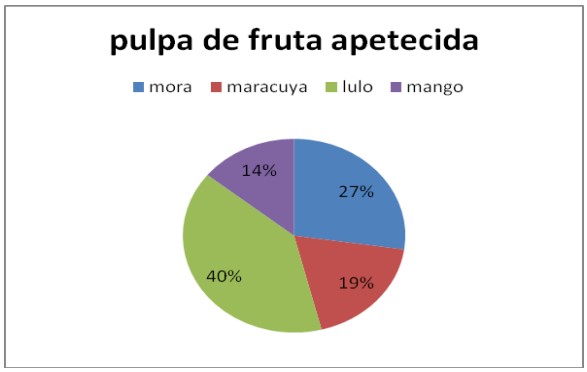
Cuál es la pulpa de fruta más apetecida en los casinos de alimentación de las empresas?

Tabla 23 Porcentaje Pulpa más Apetecida

PULPAS	EMPRESAS	PORCENTAJE
mora	48	27%
maracuya	33	19%
lulo	70	40%
mango	25	14%
total	**176**	**100%**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 1 Pulpa de fruta más apetecida



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

De acuerdo a las encuestas se puede concluir que la pulpa de fruta mas apetecida en los casinos de las empresas es el lulo con una aceptación del 40% seguido de la mora.

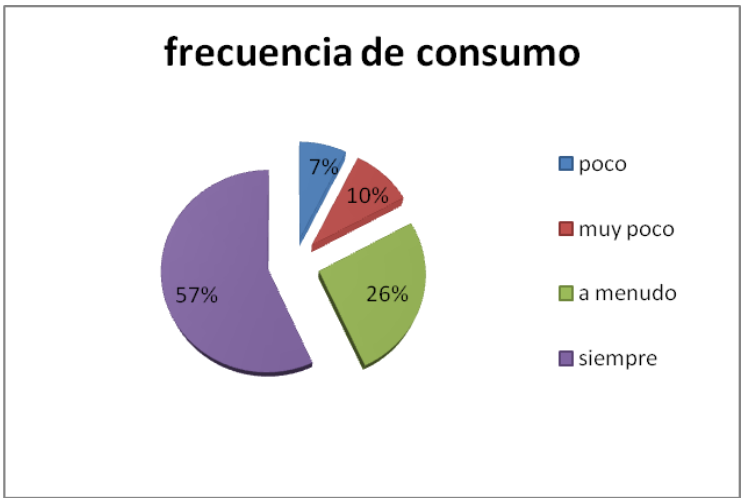
Pregunta 2: Que tan frecuente consumen jugos los servidores de las empresas?

Tabla 24 Frecuencia de Consumo

FRECUENCIA	PORCENTAJE	EMPRESAS
poco	7%	13
muy poco	10%	17
a menudo	26%	46
siempre	57%	100
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 2 Frecuencia de Consumo



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

La tendencia de los colaboradores es al consumo de jugos, los resultados obtenidos fueron los siguientes, SIEMPRE 57%, A MENUDO 26%, MUY POCO 10%, POCO 7%.

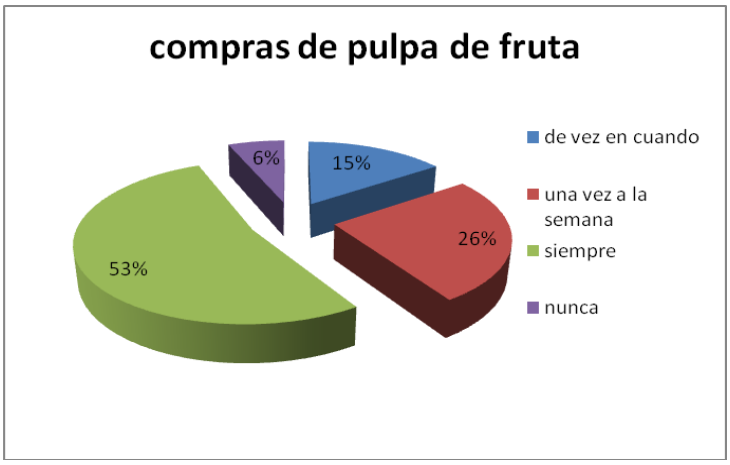
Pregunta 3: Que tan seguido compra pulpa de fruta para la alimentación de los colaboradores?

Tabla 25 Compras de Pulpa de Fruta

PERIODO DE TIEMPO	PORCENTAJES	EMPRESAS
de vez en cuando	15%	27
una vez a la semana	26%	45
siempre	53%	93
nunca	6%	11
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 3 Compras de Pulpa de Fruta



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que la frecuencia de compra de pulpa de fruta es siempre con un 53%, seguido de la compra una vez a la semana con un 26%.

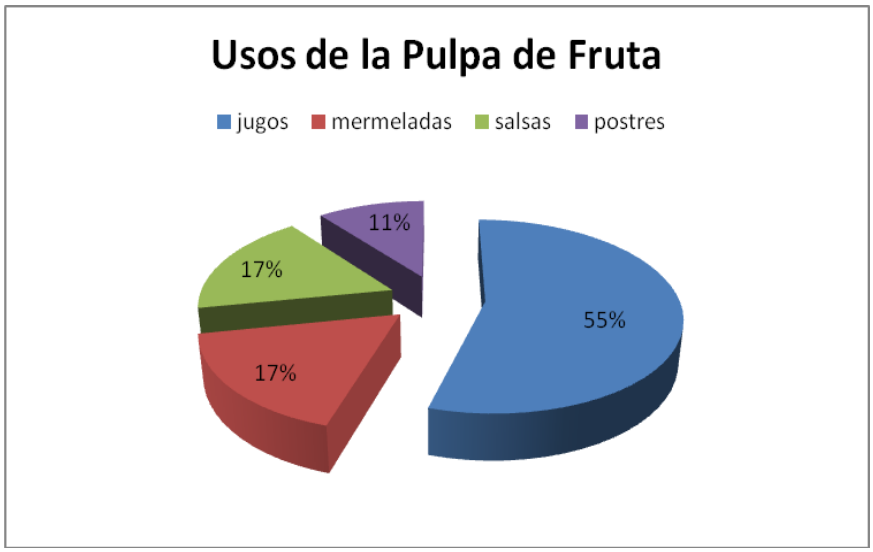
Pregunta 4: En qué tipo de preparación utiliza mas la pulpa de fruta?

Tabla 26 Tipos de Preparación

PREPARACIÓN	PORCENTAJE	EMPRESAS
jugos	57%	100
mermeladas	18%	29
salsas	18%	32
postres	11%	15
total	**104%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 4 Usos de la Pulpa de Fruta



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

Se pudo observar que la tendencia de consumo de los colaboradores de las empresas es hacia los jugos con una participación del 57%.

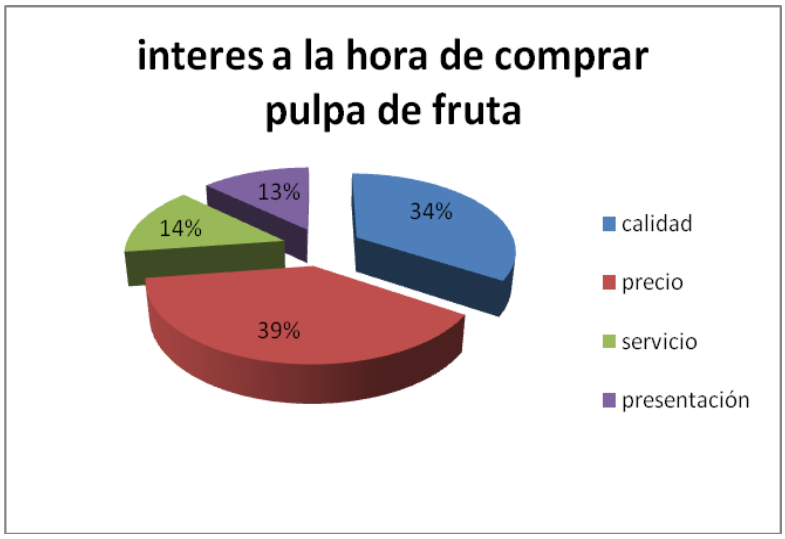
Pregunta 5: A la hora de comprar pulpa de fruta le interesa: calidad, presentación, precio o servicio?

Tabla 27 Interés a la hora de Comprar Pulpa de Fruta

INTERES	PORCENTAJE	EMPRESAS
calidad	34%	60
precio	39%	68
servicio	14%	25
presentación	13%	23
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 5 Interés de Compra



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

Para las empresas encuestadas las características más relevantes e importantes de la pulpa de fruta principalmente es el precio con un 39%,seguido de la calidad y presentación.

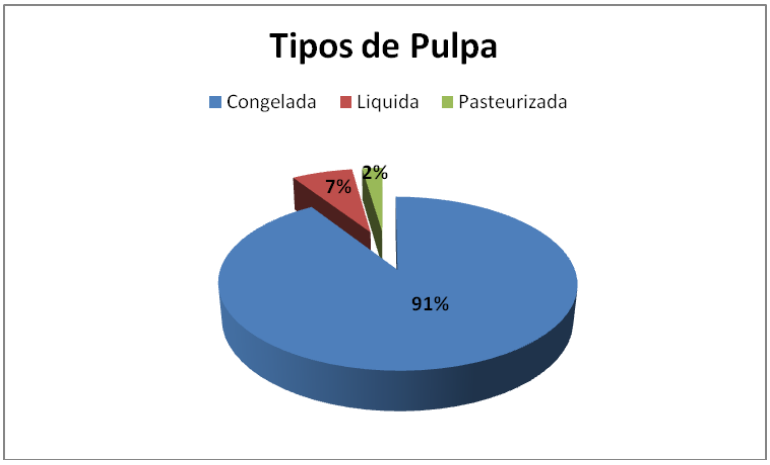
Pregunta 6: Como compra la pupa de fruta?

Tabla 28 Como Compra la Pulpa de Fruta

TIPOS	PORCENTAJE	EMPRESAS
Congelada	91%	160
Liquida	7%	12
Pasteurizada	2%	4
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 6 Tipos de Pulpa



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

De acuerdo a la información suministrada se observa que la tendencia es a la compra de pulpa de fruta congelada con un 91%, en un porcentaje mucho menor la consumen liquida con un 7% y solo un 2% pasteurizada.

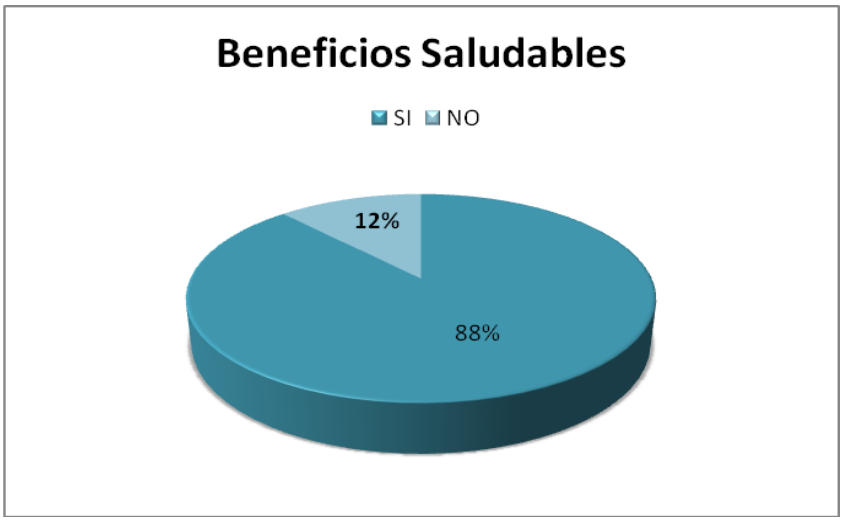
Pregunta 7: estaría dispuesto a pagar un poco mas por productos que aporten beneficios a la salud de sus colaboradores?

Tabla 29 Beneficios a la Salud

BENEFICIOS	PORCENTAJE	EMPRESAS
SI	88%	155
NO	12%	21
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 7 Beneficios Saludables



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

En la grafica se observa que las empresas encuestadas estarian dispuestas a pagar de mas por ofrecer beneficios a sus empleados, la gran mayoria dijo que si con un 88% y solo un 12% no pagaria de mas, lo cual es un muy buen resultado para las atribuciones que ofrece nuestro producto.

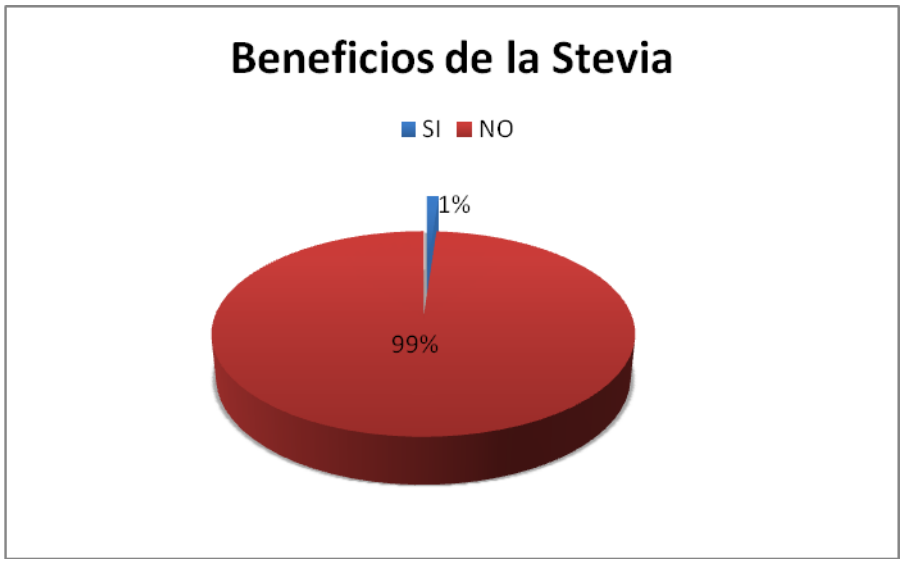
Pregunta 8: Conoce los beneficios de la Stevia?

Tabla 30 Beneficios de la Stevia

BENEFICIOS	PORCENTAJE	EMPRESAS
SI	1%	2
NO	99%	174
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 8 Beneficios de la Stevia



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

La gran mayoria de las empresas encuestadas no conocen los beneficios de la Stevia, de hecho muchas de las empresas encuestadas no estaban familiriazadas con este termino, lo cual nos indica que debemos hacer una campaña en el momento de la introduccion de nuestro producto al mercado para dar a conocer todos los beneficios del mismo.

Pregunta 9: Cuenta con proveedores aliados para fomentar el cuidado de la salud desde la alimentación.

Tabla 31 Proveedores Aliados

ALIADOS	PORCENTAJE	EMPRESAS
SI	7%	12
NO	93%	164
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 9 Proveedores Aliados

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

En la gráfica se puede observar que la mayoría de las empresas no cuentan con proveedores aliados que fomente la salud de los colaboradores, solo un 7% manifiesta contar con proveedores que ofrecen productos benéficos para la salud**.**

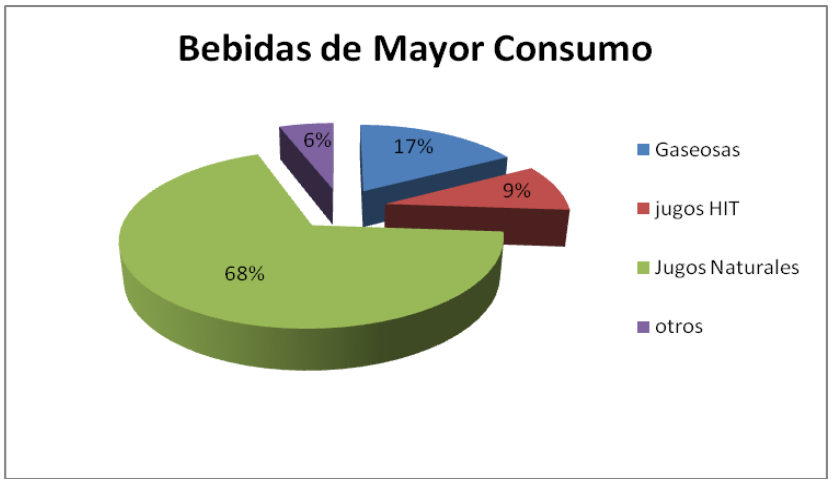
Pregunta 10: Qué tipo de bebida consumen más sus colaboradores?

Tabla 32 Bebidas de Mayor Consumo

BEBIDAS	PORCENTAJE	EMPRESAS
Gaseosas	17%	30
jugos HIT	9%	16
Jugos Naturales	68%	120
otros	6%	10
total	**100%**	**176**

Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

Grafico 10 Bebidas de Mayor Consumo



Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

TENDENCIA

Existe una mayor tendencia hacia productos naturales como lo indico las empresas con una participación del 68%.

2.5 OPORTUNIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTA FRESCA

Como se mencionó anteriormente el interés de los casinos de alimentación es el suministro de platos alimenticios balanceados, en donde la fruta cumple un papel determinante en el cumplimiento de estas dietas siendo utilizada como insumo para el jugo, preparación de postres, ensaladas y ocasionalmente como fruta de mesa. Sin embargo, el manejo empresarial de estos negocios en el que el control de inventario de los insumos, el costo de producción de los platos y la programación del menú hacen parte de los factores de éxito, dificulta la adquisición de fruta fresca teniendo en cuenta la perecibilidad y la cuantificación en porciones. Al evaluar la materia prima se debe considerar el procedimiento para obtener la pulpa de cada una de las frutas, las cuales son consideradas como operaciones adicionales que requieren mano de obra lo que implica la inversión de

tiempo y dinero para obtener la materia prima con la cual se prepararán las bebidas.

2.6 COMERCIALIZACION DE LA PULPA DE FRUTA

Para los casinos de alimentación uno de los aspectos de gran interés es el hecho de contar con insumos que sean de fácil preparación, siendo las pulpas los principales ingredientes para la elaboración de jugos, adicionalmente la posibilidad de prolongar su vida útil o la de cuantificar las porciones son motivos de preferencia de compra. Independientemente del sabor de la pulpa, el interés radica en contar con proveedores confiables, que garanticen la calidad del producto y a precios competitivos. Por tanto, los argumentos de venta no deben enfocarse en el posicionamiento de platos o recetas exóticas sino en las bondades de la pulpa en cuanto rendimiento y costo del producto.

Para la denominación de las pulpas comercializadas en los empaques se designarán con la palabra pulpa, más el nombre de la fruta utilizada en la elaboración, Si en el producto se han incluido dos o más pulpas de frutas, se debe indicar en el rótulo de los mismos los nombres de las frutas utilizadas.

Por último la pulpa de frutas podrá llevar en el rótulo la frase "100% natural", solamente cuando al producto no se le agregue aditivos.

La recepción**,** es una operación de gran importancia a la hora de la comercialización de la pulpa de fruta ya que es necesaria para cualquier actividad productiva en empresas agroindustriales. Consiste en recibir del proveedor la materia prima requerida, de acuerdo a las especificaciones entregadas de antemano por la empresa. El hecho de recibir implica la aceptación de lo entregado, es decir, la aceptación de que la condición del material está de acuerdo con las exigencias de la empresa y su proceso. Esta operación implica el compromiso de un pago por lo recibido y debe tenerse el cuidado de especificar

claramente si lo que cumple con los requisitos es el todo o parte del lote que se recibe, en orden de fijar el monto a pagar por el mismo.

2.6.1 Requisitos para la Manufactura de Pulpa de Fruta

El procedimiento para poder manufacturar las pulpas de frutas corresponde al cumplimiento de los requisitos comerciales de la empresa y del producto: Cámara de Comercio, Nit, Facturación numerada, referencias comerciales y bancarias. Dado el nivel empresarial con que se manejan algunos de los casinos, las exigencias para productos procesados aumentan en materia de licencia de funcionamiento de la empresa, registro sanitario, buenas prácticas de manufactura entre otros. A nivel comercial el mayor interés de estos casinos consiste en contar con un proveedor confiable que entregue los productos en las cantidades y fechas acordadas, manteniendo la calidad del mismo de manera permanente.[48]

La ficha técnica del producto es indispensable para este canal, en este documento se debe certificar las características fisicoquímicas en términos de sólidos solubles expresados como °Brix o acidez. **Ver Tabla 33**

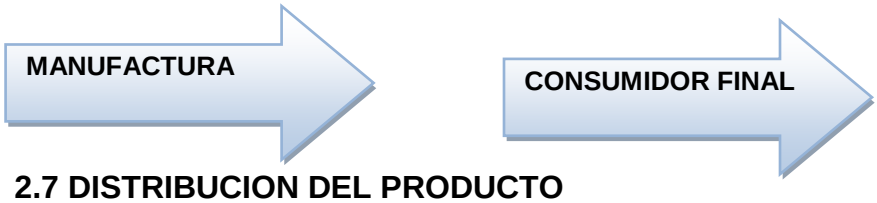
Tabla 33 Requisitos del Canal de Comercialización

REQUISITOS DEL CANAL
Características del producto: Muestras físicas • Entrega a domicilio • Mantener cadena de frío: productos congelados • Productos etiquetados con fecha elaboración, fecha de vencimiento, registro sanitario y No. de lote. • Estados financieros de la empresa proveedora • Copia del Nit y Rut • Facturación numerada • Certificado de Cámara y Comercio • Lista de precios actuales • Referencia comercial • Referencia bancaria • Los pagos pueden variar entre 8 y 30 días dependiendo del casino.

Fuente: Sodexo S.A

[48] TORRES, Andrés. Canales de Comercialización Específicos y Diseños de Estrategias para el Ingreso al Mercado,2013, Presentado en la Universidad Autónoma de Occidente Para Obtención de Grado de Administrador de Empresas.Pág.143.

2.6.2 Modalidades y Condiciones de Comercialización

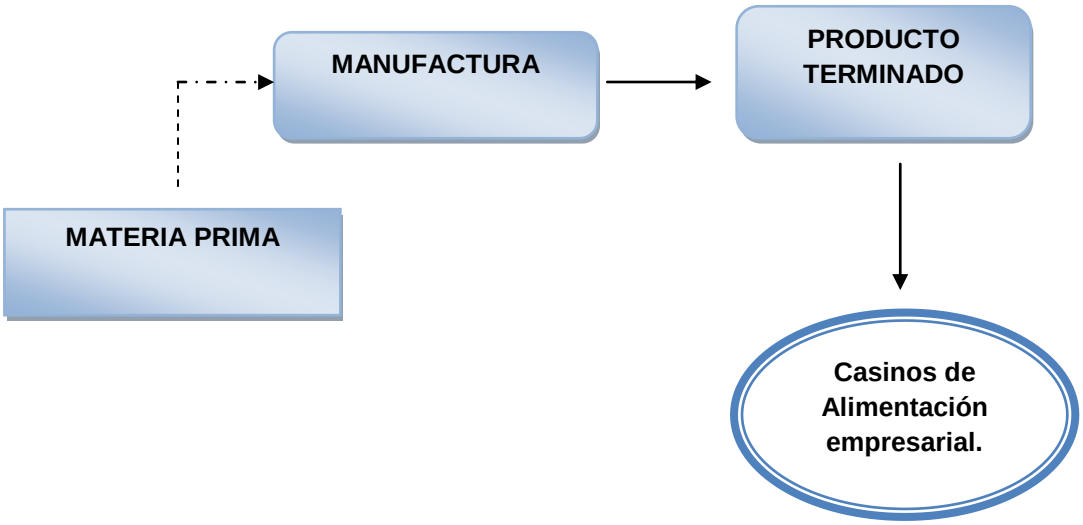


2.7 DISTRIBUCION DEL PRODUCTO

El canal de distribución del producto es un canal directo ya que en el no existen intermediarios, es decir que la distribución se hace de comercializadora a consumidor final, la distribución de la pulpa de fruta se hará en cajas vaciadas de polietileno de alta densidad para uso repetido. Pueden fabricarse prácticamente en todas las formas y tamaños. Son resistentes, rígidas y de superficie lisa, se limpian sin dificultad y pueden encajarse unas dentro de otras cuando están vacías, a fin de ganar espacio.

2.7.1 Proceso Distribución

Grafico 11 Proceso de Distribución



Fuente: grupo de investigación ***Pulpa Fresca***

2.7.2 Ventajas del Canal de Distribución Elegido

Se trata de un canal de distribución directo, La ventaja de hacer uso de este tipo de canal es que nos permite tener un mayor control sobre el producto o sobre la venta, por ejemplo, nos permite asegurarnos de que los productos serán entregados en buenas condiciones, o de poder ofrecer un buen servicio con una excelente atención al cliente.

2.8 EL TRANSPORTE

Para transportar la pulpa de fruta desde la empresa hasta los diferentes casino de alimentación del sector industrial se utilizará un motocarro que cuenta con una capacidad de carga de 300kg. Este vehículo se encuentra dotado con un compartimiento térmicamente aislado que garantiza la conservación de la cadena de frío en los recorridos entre el centro de distribución y el consumidor final.

Ilustración 7 Moto Carro con termoking

Fuente: google - imagenes

2.9 PLAN DE MERCADEO

Este plan determina las estrategias que se van a utilizar para lograr los resultados previstos en términos de comercialización, venta y crecimiento.

2.9.1Estrategia de precios

Dentro de este marco se considero las estrategias para la fijación de precios de nuevos productos, utilizando la estrategia de precios orientados a la competencia, esta estrategia es de alineamiento en la cual el precio corresponde con el valor medio del mercado, consiste en introducir el producto al mercado teniendo en cuenta los precios de los competidores actuales, lo que permitirá al cliente escoger el producto de su preferencia teniendo en cuenta la calidad y las ventajas del mismo.

El precio de introducción que se va a manejar va a ser el mismo que se sostendrá durante todo el año, para este tendremos en cuenta los costos del producto y el comportamiento actual de la competencia.

- **Formas de pago**

Se ofrecerá alternativas de forma de pago del producto credi – contado a dos y a tres meses, a los clientes habituales y que han presentado un buen comportamiento de pago en los pedidos anteriores con el fin de que incrementen su cuota de pedido bajo esta modalidad.

- **Descuentos**

Se otorgaran descuentos a escala estos variaran de acuerdo al volumen de pulpa de fruta solicitada, a mayor volumen mayor será el descuento.

- **Incentivos**

Se ofrecerán incentivos a los clientes que son constantes en sus pedidos, que son puntuales en la cancelación de sus pagos, estos incentivos consistirán en

obsequiar producto adicional, preferiblemente en las referencias de menos consumo, con el fin de incentivar recompra en esta referencia.

2.9.2 Estrategia de Servicio

La distribución del producto se hará de forma propia y directa sin la utilización de intermediarios, lo que garantizara que el producto se entregue a tiempo y de acuerdo a los requerimientos del cliente, además de esta forma se asegura que el producto llegue en condiciones óptimas conservando la calidad y las atribuciones del mismo, debido que el transporte de la pulpa de fruta será en un compartimiento graduado a la temperatura ideal y que conserve las propiedades de la pulpa.

- **Entrega Oportuna**

La entrega del producto se hará de acuerdo a los requerimientos del cliente debido a que no dependemos de terceros para la distribución de este, lo que permitirá atender de manera inmediata a los requerimientos del cliente cuando este tenga alguna actividad extracurricular o se le agote el inventario.

2.9.3 Estrategias de Promoción

Dentro de las estrategias que se desarrollaran para promocionar la pulpa de fruta durante la etapa de introducción del producto al mercado, reconocimiento del producto y posterior posicionamiento, se han contemplado las siguientes.

- **Página web**

La creación y desarrollo de la página Web donde se encontraran banners informativos de las ventajas del consumo de la pulpa de fruta, los beneficios medicinales de la stevia y el portafolio de productos, del mismo modo los datos para el contacto de los interesados.

- **Pendones**

Se utilizaran pendones cerca a los dispensadores de bebidas y en sitios estratégicos de los comedores de los casinos de alimentación que resalten las bondades del producto y las atribuciones de la stevia.

- **Volantes**

Se repartirán volantes durante las actividades y jornadas especiales que realicen las empresas, en restaurantes, universidades, hospitales que permita concientizar acerca de la importancia de desarrollar hábitos de alimentación saludables.

- **Plegables**

Se compartirán plegables en las diferentes empresas potenciales como gastronor, compass group y salamanca con el fin de brindar los diferentes atributos y beneficios que ofrece pulpa fresca en su oferta de valor.

2.9.4 Estrategia de Ventas

La estrategia que se manejara inicialmente con el producto será una primera etapa de conocimiento de marca y del producto, durante la cual se realizaran una serie de actividades que permita al cliente conocer de primera mano las bondades del producto, estas actividades serán, volanteo, degustaciones y otras actividades en el sector industrial del Municipio. Estas consideraciones fundamentan la propuesta de comercialización investigada:

- **Atención personalizada**

El vendedor visitara una vez por semana a cada cliente con el fin de atender sus necesidades e inquietudes generando recordación de la marca y diferenciación de la competencia, además de generar presión de venta e ir aumentando gradualmente la demanda del cliente.

- **Acompañamiento permanente**

Además de la labor comercial que va a desempeñar el vendedor, este estará encargado de velar por el buen estado del producto, técnicas de almacenamiento, rotación del producto, validación del producto, actualización de material pop, programación de actividades.

- **Línea de atención al cliente**

Pulpa Fresca contara con una novedosa y llamativa página web la cual además de ofrecer y destacar las bondades del producto, contara con un enlace en el cual los actuales y potenciales clientes podrán dejar sus peticiones y sugerencias, con la premisa de que estas serán atendidas en máximo 24 horas, la atención de esta línea estará a cargo del asesor de ventas el cual tendrá la responsabilidad de verificar esta página a diario y dar respuesta oportuna.

- **Cuantificación de las Estrategias**

A continuación se presentan las estrategias, cada una con sus responsables, cantidad y cuantificación de lo que se va hacer y sus respectivos resultados esperados de cada una de ellas.**Ver tabla 34.**

Tabla 34 Estrategias de Mercadeo Pulpa Fresca

PRODUCTO	ESTRATEGIA	RESPONSABLE	CANTIDAD	CUANTIFICACION	RESULTADOS ESPERADOS
PROMOCION	CREACION PAGINA WEB	OUTSOURCING	1	$ 1.200.000	Introducir el producto al mercado creando reconocimiendo de la marca y destacando las atribuciones del mismo, logrando crear recordacion en el mercado enfocados a su posterior posicionamiento
	DEGUSTACIONES	VENDEDOR	60kg	$ 165.000	
	PENDONES	VENDEDOR	8	$ 880.000	
	VOLANTES	VENDEDOR	1000	$ 60.000	
	PLEGABLES	VENDEDOR	60	$ 60.000	
PRECIO	FORMAS DE PAGO	ADMINISTRADOR	N.A	N.A	Ofrecer alternativas al cliente que permitan generear recompra y preferencia del producto no solo por las bondades del mismo si no ademas por las facilidades ofrecidas con el fin de fidelizar al cliente
	DESCUENTOS	ADMINISTRADOR	N.A	% de descuento sobre el costo del producto de acuerdo al volumen de la compra	
	INCENTIVOS	ADMINISTRADOR	N.A	Costo del producto adicional	
SERVICIO	DISTRIBUCION DIRECTA	VENDEDOR	1	Gastos del Vehiculo + Costo mano de obra	Brindar un sevicio agil y oportuno en el cual los clientes se sientan satisfechos con la atencion prestada, lo que impactara positivamente en la fidelizacion del cliente y fortalecimiento en el mercado
	ENTREGA DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE	VENDEDOR	1	Costo Mano de obra	
VENTAS	ACOMPAÑAMIENTO PERMANENTE	VENDEDOR	1	Costo Mano de obra	Atender de una manera eficiente y oportuna los requerimientos de los clientes
	ATENCION PERSONALIZADA	VENDEDOR	1	Costo Mano de obra	
	LINEA DE ATENCION VIA WEB	VENDEDOR	N.A	N.A	

fuente: Grupo de Investigación

2.9.5 Cronograma de Actividades

A continuación se muestra el cronograma de actividades con el fin de poder cumplir con una serie de contenidos, teniendo en cuenta una secuencia determinada y un tiempo establecido. **Ver tabla 35.**

Tabla 35 Cronograma de Actividades

	ACTIVIDAD	DETALLE DE ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FRECUENCIA	DURACION	FINALIDAD
PROMOCIONALES	VISITA DEL VENDEDOR A NUEVAS EMPRESAS	Venderdor visitara periodicamente a los clientes	VENDEDOR	1 visita semanal	20 min.	Captacion de nuevos clientes
	DEGUSTACION	Se programaran actividades de degustacion del producto, permitiendo conocer la calidad y las bondades del producto, estas degustaciones se desarrollaran en las ferias y eventos que realicen los clientes y como estrategia de introduccion del producto	VENDEDOR	Eventos - presentacion del producto	4 horas	Dar a conocer las bondades del producto
	VOLANTEO	Entrega de material publicitario volantes y folletos destacando las bondades del producto al personal encargado de las compras del casino - empresa y en las actividades de bienestar que realice la empresa	VENDEDOR	Todos los dias	5 minutos	Recordacion de marca
	PROMOCION	Participar en las ferias y eventos en donde nuestros clientes ofrezcan el producto	VENDEDOR	Eventos - presentacion del producto	Durante la actividad	Promocionar las bondades del producto
	UBICACIÓN ESTRATEGICA DE MATERIAL POP	Ubicar pendones con informacion alusiva al producto en sitios visibles al interior de los casinos de alimentacion	VENDEDOR	N.A	5 minutos	Recordacion de marca
PRECIO	DESCUENTOS	Se ofrecera descuentos de acuerdo al volumen de compra del cliente	ADMINISTRADOR	En cada visita	5 minutos	Altos volumenes de venta
	INCENTIVOS A CLIENTES PREFERENCIALES	Se ofreceran incentivos representados en producto a los clientes catalogados como preferenciales por su constancia en los pedidos y por su puntualidad en los pagos	ADMINISTRADOR	En cada visita	5 minutos	Alta participacion en el mercado
SERVICIO	DISTRIBUCION DIRECTA	La distribucion sera directa, lo que garantizara el cumplimiento en las entregas y que el producto llegue en optimas condiciones	VENDEDOR	Todos los dias	30 minutos	Satisfaccion del cliente
	TIEMPO DE RESPUESTA	Atender de manera oportuna los requerimientos del cliente	VENDEDOR	Todos los dias	Inmediato	Cumplir con las expectativas del cliente
VENTAS	VISITA DEL VENDEDOR UNA VEZ POR SEMANA	Se realizaran visitas personalizadas, mercadeo cliente a cliente	VENDEDOR	Todos los dias	20 minutos	Satisfaccion del cliente
	ACOMPAÑAMIENTO PERMANENTE	El asesor de ventas visitara periodicamente al cliente para validar el estado del producto y disminuir el deterioro de este (averias)	VENDEDOR	Todos los dias	20 minutos	Satisfaccion del cliente
	ATENCION AL CLIENTE VIA WEB	El vendedor validara a diario la pagina web con el fin de atender oportunamnte a los requerimientos del cliente	VENDEDOR	Todos los dias	1 hora	Atencion oportuna
Fuente: Grupo de Investigación						

2.9.6Política de Servicio

Garantizar que las actividades del negocio generen una experiencia memorable con los clientes, afianzando las relaciones comerciales a largo plazo, basados en la confianza, transparencia e integridad en los negocios.

2.9.7 Forma de Pago

La forma de pago que mejor se ajusta a los requerimientos de la empresa es de contado, sin embargo con los clientes constantes o considerados por la empresa como clientes preferibles se podría llegar a un acuerdo de pago a credi contado es decir el 80% de contado y el 20% a crédito.

3. ESTUDIO TECNICO Y OPERACIONAL

Elaborar un estudio permitirá identificar los aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles de la empresa manufacturera de pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo.

Ejecutar un estudio de localización en el cual se analiza la determinación del tamaño óptimo del lugar de comercialización, localización, instalaciones y organización requerida para el desarrollo de las operaciones comerciales y administrativas.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El marco de actuación de la manufacturera de pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo está en ofrecer un producto saludable y nutritivo en el sector industrial del municipio de Yumbo y que se complementa mediante el uso de herramientas tecnológicas y de comunicación que ligadas a una coordinación integral permiten ofrecer un producto de calidad, buen precio y excelente presentación además de cumplir con todos los reglamentos legales vigentes contemplados en el desarrollo del proyecto.

- **Proceso tecnológico del proyecto**

Hemos seleccionado para el proceso de endulzado de la pulpa un nivel intermedio en la escala tecnológica mano de obra – capital, además del proceso de empacado, llenado y sellado lo cual lo hace una máquina para el adecuado proceso que se requiere, con una capacidad de 20 kilos por hora, es decir una producción diaria de 160 kilos.

Esto permite aplicar más fácilmente el objetivo fundamental del proyecto que es contribuir con los planes de bienestar de las empresas los cuales buscan fomentar los buenos hábitos alimenticios y disminuir los índices de ausentismo laboral en la organización.

Para los procesos de selección y adecuación de la pulpa de fruta hemos incorporado al máximo el uso intensivo de la mano de obra, Por otro lado, los criterios de capacidad y calidad, se exigirá un alto grado de rendimiento del proceso para que sea competitivo.

Es importante destacar que existen tecnologías más sofisticadas, pero que en nuestro medio no aportan para el mejoramiento de las operaciones, ya que pierden terreno frente al bajo costo de la mano de obra; y antes bien, se pueden convertir en obstáculos por la dificultad de conseguir, en el ámbito del proyecto, mano de obra calificada para el servicio de un mantenimiento especial.

3.1.1 El Producto

La pulpa de fruta, mora, maracuyá y el lulo es la parte comestible de las frutas o el producto obtenido de la separación de las partes víveres carnosas de estas, mediante procesos tecnológicos adecuados, es el producto pastoso, no diluido, ni

concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, maduras y limpias. [49]

Durante el proceso de las pulpas se utilizan diferentes técnicas, entre las cuales se destaca la congelación; la pulpa de frutas presenta ventajas sobre las frutas frescas y sobre otro tipo de conservas.

Algunas de sus características son:

- la pulpa de fruta congelada permite conservar el aroma, el color y el sabor.
- las características nutritivas en el proceso de congelación varían en menor escala con respecto a otros sistemas de conservación.
- ésta se considera la materia prima base en cualquier producto que necesite fruta. (Mermelada, néctar, jugos concentrados).
- la congelación permite preservar la fruta hasta un año.
- se evitan perdidas por pudrición y mala selección de las frutas.
- las pulpas actúan como reguladores de los suministros de fruta, porque se procesan en las épocas de cosecha para utilizarlas cuando haya poca disponibilidad.

[49] EMPRESA CANOA S.A.S, El Proceso las Mejoras Frutas de Colombia,2011[En Linea],[Abril 16 de 2011] Disponible en la web http://www.pulpas-de-frutas.com/elproceso-mora-granadilla-guanabana-maracuya-limon-lulo-mango-manzana-htm

3.1.1.1 Ficha Técnica de la Pulpa de Mora

Tabla 36 Ficha Técnica de la Mora

FICHA TECNICA	
TIPO	FRUTA
NOMBRE COMÚN	MORA
NOMBRE CIENTIFICO	RUBUS SPP
ORIGEN	AMERICA
FAMILIA	ROSACEAE
GENERO	RUBUS

Fuente: Empresa Canoa S.A.S

Tabla 37 Composición Nutricional Mora

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL		
ELEMENTO O COMPUESTO	UNIDAD	TOTAL
Agua	%	92.8
Proteinas	%	0.6
Grasas	%	0.1
Carbohidratos	%	5.6
Cenizas	Mg	0.4
Tiamina	Mg	0.02
Calorias	Kcal.	23
Fibra	Mg	0.05
Calcio	Mg	42
Fosforo	Mg	10
Acido Ascorbico	Mg	8

Fuente: Empresa Canoa S.A.S

REFERENCIA	GRADOS BRIX	P.H	% ACIDEZ
Pulpa de Mora Congelada	**7.0- 8.0**	**2.9 - 3.1**	**2.30 - 2.90**

3.1.1.2 Ficha Técnica Pulpa de Maracuyá

Tabla 38 Ficha Técnica Maracuyá

FICHA TECNICA	
TIPO	FRUTA
NOMBRE COMÚN	MARACUYÁ
NOMBRE CIENTIFICO	PASIFLORA EDULIS
ORIGEN	AMERICA
FAMILIA	PASIFLORÁCEA
GENERO	PASIFLORA

Fuente: Empresa Canoa S.A.S

Tabla 39 Composición Nutricional Maracuyá

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL		
ELEMENTO O COMPUESTO	UNIDAD	TOTAL
Agua	%	82
Proteinas	%	0.8
Grasas	%	0.6
Carbohidratos	%	15
Fibra	%	0.4
Calcio	Mg	5.0
Fosforo	Mg	18
Vitamina C	Mg	12
Calorias	Kcal.	78
Hierro	Mg	0.3

Fuente: Empresa Canoa S.A.S

REFERENCIA	GRADOS BRIX	P.H	% ACIDEZ
Pulpa de Maracuya Congelada	12.0 - 14.0	2.5 - 3.5	4.00 - 5.50

3.1.1.3 Ficha Técnica de la Pulpa de Lulo

Tabla 40 Ficha Técnica de la Pulpa de Lulo

FICHA TECNICA	
TIPO	FRUTA
NOMBRE COMÚN	LULO
NOMBRE CIENTIFICO	LULO NARANJILLA
ORIGEN	AMERICA
FAMILIA	SOLANACEAE
GENERO	SOLANUM

Fuente: Empresa Canoa S.A.S

Tabla 41 Composición Nutricional Lulo

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL		
ELEMENTO O COMPUESTO	UNIDAD	TOTAL
Agua	%	87.0
Proteinas	%	0.74
Grasas	%	0.17
Carbohidratos	%	8.0
Fibra	%	2.6
Calcio	Mg	34.2
Fosforo	Mg	13.5
Vitamina C	Mg	29.4
Hierro	Mg	1.19

Fuente: Empresa Canoa S.A.S

REFERENCIA	GRADOS BRIX	P.H	% ACIDEZ
Pulpa de Lulo Congelada	7.0 - 9.0	2.5 - 3.5	2.00 - 3.0

3.1.1.4 Descomposición del producto

Los componentes más importantes de la pulpa de fruta pueden agruparse del siguiente modo: agua, proteínas, hidratos de carbono, grasas, minerales y vitaminas. La mayor parte de estos compuestos son nutrientes esenciales, necesarios para el organismo humano.

En los alimentos, las fuentes energéticas más importantes son los hidratos de carbono y las grasas o aceites. En la pulpa de fruta, la contribución energética más importante es la de los hidratos de carbono, ya que en esta se deben considerar muy bien las concentraciones de los nutrientes en las frutas con el fin de diseñar un proceso que no altere ni deteriore en lo posible estas características.

- **El Agua**

El agua es el componente más abundante de las frutas (más del 80%), oscilando entre un 82%, en la mora, un 90%, en el lulo y hasta un 93% en la maracuya. Sin embargo, en contenido en agua de una determinada fruta varía en razón de diferencias estructurales. Puede verse afectado también por las condiciones de cultivo, que influyen en la diferenciación estructural.

- **Las Proteínas**

Las proteínas suelen representar menos del 1% del peso fresco de las pulpas de frutas. Están compuestas por aminoácidos, diez de los cuales se clasifican como esenciales para la dieta humana.

- **Los Hidratos de Carbono**

Los hidratos de carbono son polisacáridos, como el almidón, la celulosa, la hemicelulosa y las sustancias pépticas, o disacáridos y monosacáridos, como la sacarosa, la fructosa y la glucosa. El contenido en estos azúcares varía notablemente durante la maduración. En general, los azúcares abundan en la fruta plenamente madura. Durante la maduración, las frutas que contienen almidón

sufren la hidrólisis total de este polisacárido. Los azúcares más importantes de las frutas son la glucosa y la fructosa, pero en algunas, como la mora, las nectarinas y los albaricoques, el azúcar principal es la sacarosa. La maracuyá y el lulo son ricas en fructosa. En las frutas se encuentran también pequeñas cantidades de otros mono y disacáridos, como la xilosa, la arabinosa, la manosa, la galactosa y la maltosa. En las ciruelas y las peras, se encuentran cantidades relativamente altas de sorbitol, un poliol estructuralmente emparentado con los azúcares, que posee un conocido efecto laxante.

- **La Fibra**

La fibra dietética está constituida, por definición, por las sustancias estructurales de las células vegetales que resisten el ataque de las enzimas digestivas. De ella forman parte los polisacáridos estructurales de la pared celular y la lignina. El contenido en fibra dietética de las pulpas de frutas frescas se encuentra ordinariamente entre 0,7 y 4,7%. La pulpa de fruta con un menor contenido en agua, o cuya porción comestible contiene semillas, ofrecen valores de fibra dietética elevados.

- **Los Lípidos**

El contenido lipídico de las pulpas de frutas suele hallarse por debajo del 1% y varía con el producto. Su valor nutritivo no deriva sólo de que las grasas (aceites) constituyen una fuente energética, sino también del hecho de que el organismo requiere pequeñas cantidades de ácidos grasos insaturados. Uno al menos de estos, el ácido linoléico, es un ácido esencial; sin embargo, las pulpas de frutas no son buena fuente de lípidos y entre las producidas en las zonas templadas son los limones y los tomates los que ofrecen un contenido más alto.

- **Los Minerales**

Aunque las frutas no sean ricas en minerales, el más abundante de ellas es el potasio y se halla combinado con varios ácidos grasos orgánicos. El calcio se halla siempre en las sustancias pépticas de la pared celular de las frutas; el magnesio en las moléculas de clorofila y el fósforo puede jugar un papel importante en el metabolismo de los hidratos de carbono. En general, los elementos minerales contribuyen de una manera destacada a la calidad de las frutas y derivados de las mismas. El contenido mineral suele variar considerablemente con el área en que la fruta se ha cultivado.

- **Las Vitaminas**

El contenido en vitaminas de las distintas pulpas de frutas varía considerablemente con la especie y la variedad, así como con las condiciones de cultivo. La climatología, la composición del suelo, los fertilizantes usados y otra gran cantidad de factores afectan, al contenido vitamínico de las frutas. Las frutas son ricas especialmente en ácido ascórbico.

3.1.1.5 Determinación de materia prima o insumos requeridos

Dentro de los elementos necesarios que constituyen la estructura principal de la comercialización y distribución de pulpa de fruta tenemos los siguientes materiales en inventario para el respectivo funcionamiento de la empresa. Ver tabla 42.

Tabla 42 Inventario

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESTEVIA LIQUIDA LITROS	3	40.000	120.000
PULPA DE MORA DE CASTILLA x 8 KILOS	5	12.000	60.000
PULPA DE MARACUYA x 8 KILOS	5	10.400	52.000
PULPA DE LULO x 8 KILOS	5	14.400	72.000
EMPAQUE PELÍCULAS DE POLIETILENO X 100 UNIDADES	7	10.000	70.000
ETIQUETA X 100 UNIDADES	6	15.000	90.000
TOTAL INVENTARIO			**464.000**

Fuente: Grupo de Investigación

3.1.2 Metodología para el Estudio de la Ingeniería del Proyecto.

3.1.2.1 Ámbito del proyecto

El proyecto se enmarca en el ámbito del cuidado y la alimentación, ya que por medio del consumo del pulpa de fruta se obtienen beneficios que son vitales e importantes para la salud bienestar y cuidados, ofreciendo facilidad a las empresas, ya que es un producto que se tomara menos tiempo para su preparación y limpieza, además de la practicidad que brinda.

3.1.2.2 Conocer el tamaño del proyecto

Cuando se desarrolla la idea de crear un proyecto para la manufactura de pulpa de fruta, sea ésta pequeña o gran empresa, lo primero que se considera es la infraestructura que se requerirá para albergar adecuadamente todos los implementos necesarios para su funcionamiento.

De este modo, se debe dedicar algún tiempo a lograr compatibilizar dos aspectos que son vitales en el desarrollo de un proyecto de esta naturaleza, el costo y la calidad de la infraestructura necesaria para los fines propuestos, la infraestructura comprende diversos aspectos de la implementación de un proyecto, de manera que se deben tener en cuenta los temas relativos a la planta física, los servicios básicos o instalaciones básicas y el equipamiento para lograr el fortalecimiento de un proyecto de esta índole.

3.1.2.3 Seleccionar la Maquinaria y equipos requeridos

La maquinaria y equipos requeridos de un proyecto de esta naturaleza puede ser muy simple dadas las características de ser un sistema sencillo de producción, con volúmenes pequeños y con productos de gran simplicidad tecnológica.

Sin embargo, en una empresa, la simplicidad no debe confundirse nunca con el descuido de los principios básicos que gobiernan la sanidad e higiene industrial y que deben rodear a un sistema de comercialización de alimentos.

Para la realización del proyecto se nombran a continuación algunos activos fijos para el desarrollo de la misma.

A continuación se presentan todos los muebles y enseres necesarios para el desarrollo y funcionamiento de la empresa en su principio. Ver tabla 43.

Tabla 43 Muebles y Enseres

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Oldani 4 Gavetas	3	479.900	1.439.700
Sillas Gerenciales	3	120.000	360.000
Meson en acero inoxidable	1	800.000	800.000
Recipiente para mezcla en acero inoxidable	3	450.000	1.350.000
Mezclador en Acero Inoxidable	3	150.000	450.000
Estanterias	3	80.000	240.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**4.639.700**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora Brother Laser	1	185.000	185.000
Computadores AIO SAMSUNG DP300A2A-B01C	2	1.200.000	2.400.000
PBX	1	110.000	110.000
FAX	1	120.000	120.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**2.815.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Balanza electronica	1	420.000	420.000
Multifuncional (empacadora,llenadora y selladora)	1	7.850.000	7.850.000
Nevera Industrial mixta congelacion y refrigeración producto terminado	1	1.800.000	1.800.000
Refrigerador Industrial	1	1.400.000	1.400.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**11.470.000**
VEHICULOS			
Motocicleta con Termoking	1	5.000.000	5.000.000
TOTAL VEHICULO			**5.000.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**23.924.700**

Fuente: Grupo de Investigación

3.1.2.4 Edificios, estructura y obras de ingeniería civil

Se tomara en alquiler un local en el cual este ubicado en la comuna 4 del municipio de Yumbo en el cual cumpla con todos los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la parte comercial y administrativa.

3.1.2.4.1 Especificaciones para construir o adaptar locales

- Un área para el desarrollo del producto [aprox. 6 x 8 m], si fuera posible, equipada con un ventilador de techo, red para mosquitos y una pieza para almacenar el productos terminados. Abundante luz natural y artificial. [50]

- Suministro eléctrico y tomas de electricidad, en lo posible, en cada pared del área de comercialización, en lugares altos alejados del piso húmedo.

- Agua potable corriente.

.

3.1.3 Diagramas y Planes de Desarrollo

3.1.3.1 Flujograma

En el Flujograma se expresara gráficamente las distintas operaciones que componen el procedimiento para la elaboración del producto, con el propósito de contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas y el tiempo empleado. Ver grafico 12 pág 134.

[50] ADAPTACIONES DE PUESTOS DE TRABAJO, Adaptaciones 2012 [En Línea],[Mayo 12 de 2012] disponible en la web: http// www.ceapat.org/InterPresent2

Grafico 12 Diagrama de Flujo

DESCRIPCION DEL PROCESO	SIMBOLOS DEL DIAGRAMA	DISTANCIA	TIEMPO EN MINUTOS	PERSONAL	CARGO
Recepción de la materia prima			8 Min	1	JEFE DE OPERACIONES
verificacion de la pulpa de fruta			5 Min	1	JEFE DE OPERACIONES
se pesa la pulpa de fruta			5 Min	1	JEFE DE OPERACIONES
almacenaje de la pulpa en el congelador industrial (lista para proceso)			6 Min	1	JEFE DE OPERACIONES
se retira la pulpa de fruta del congelador			4 Min	1	OPERARIO
la pulpa de fruta se reembasa al mezclador		2 m	3 Min	1	OPERARIO
se adiciona la stevia a la pulpa de fruta			3 Min	1	OPERARIO
se retira del mezclador la pulpa de fruta ya endulzada			2 Min	1	OPERARIO
se libera la pulpa para comprobar su homogeneidad en el sabor			1 Min	1	OPERARIO
se deposita la pulpa en el recipiente de la maquina			3 Min	1	OPERARIO
se da inicio a la operación de la maquina(empacadora, llenadora y selladora)			1 Min	1	OPERARIO
se verifica la funcion de la maquina			1 Min	1	OPERARIO
se espera a que la maquina termine con el proceso			60 Min	1	OPERARIO
se toma el producto terminado			2 Min	1	OPERARIO
se verifica calidad de la presentacion con un giro de 360 grados del producto			1 Min	1	OPERARIO
se procede a colocar el producto en el meson de acero inoxidable		1 m	2 Min	1	OPERARIO
se procede a colocar la etiqueta y fecha de vencimiento			10 Min	1	OPERARIO
se lleva la producción al congelador industrial		2 m	4 Min	1	OPERARIO
se rotula la mercancia en el cogelador con fecha del empaque			1 Min	1	JEFE DE OPERACIONES
producto terminado					

fuente: Grupo de Investigación

A continuación se presenta el resumen del proceso del producto, tiempo y distancia para su elaboración. Ver tabla 44.

Tabla 44 Resumen Proceso

RESUMEN	SIMBOLO	CANTIDAD	TIEMPO	DISTANCIA
Operaciones		11	40 Min	
Transportes		3	9 Min	5 metros
Inspección		3	7 Min	
Demora		1	60 Min	
Almacenamiento		2	6 Min	
	TOTAL		2 HORAS 23 MINUTOS	5 METROS

3.1.4 Tecnología

3.1.4.1 Mercado de tecnología

Debido a los requerimientos y características técnicas con las que cuenta el producto es necesario contar con los equipos adecuados que sirvan de herramienta de apoyo para promover y divulgar la misión de pulpa fresca, de este modo la infraestructura contara con la flexibilidad para aportar al óptimo desarrollo del producto al cliente final.

3.1.4.2 Naturaleza de la tecnología requerida

"Desde que el ser humano apareció sobre la Tierra hay tecnología. De hecho, las técnicas utilizadas en la elaboración de instrumentos se toman como una evidencia contundente de los albores de la cultura humana. En general, la tecnología ha sido una fuerza poderosa en el desarrollo de la civilización, más aún cuando se ha fraguado su vínculo con la ciencia. La tecnología lo mismo que el lenguaje, el ritual, los valores, el comercio y las artes es una parte intrínseca de un sistema cultural y les da forma y refleja los valores del sistema; además, es una empresa social compleja que incluye no solamente la investigación, el diseño y las artes, sino también las finanzas, la fabricación, la administración, el trabajo, la comercialización y el mantenimiento en el mundo actua."[51]

La tecnología es necesaria para la comercialización de la pulpa de fruta y por lo tanto la tecnología requerida se tomara con recursos propios.

[51] CIENCIA Y CONOCIMIENTO PARA TODOS, Capitulo 3,copyright ©1989, 1990 by American Association for the Advancement of Science, Disponible en la web http://www.project2061.org/esp/publications/sfaa/online/chap3.htm

3.1.4.3 Fuentes de tecnología

La empresa CI TALSA provee la maquina envasadora integrada modelo CI 400z de tecnología colombiana la cual es calificada y especial para las realizaciones básicas en todo lo relacionado con la empresa, en donde por medio de esta se manejaran los tiempos razonables para la manufactura de la pulpa de fruta y entrega de los pedidos establecidos.

Para el desarrollo de las actividades se pudo comprobar que AIO SAMSUNG y BROTHER son los proveedores confiables en todo lo relacionado con tecnología y dentro de las herramientas tecnológicas tenemos contempladas las siguientes:

- Impresora
- Computador
- Pbx
- Fax

3.1.4.4 Formas de adquirir la tecnología

Al momento de invertir en la tecnología, se contara con profesionales idóneos, capacitados y actualizados, quienes nos ofrecerán asesoría en cuanto al equipamiento que mejor se adapte, en donde nos permita armar un plan de implementación adecuado.

3.1.4.5 Costo de la tecnología

Luego de realizar el análisis respectivo de los precios de los equipos de cómputo y comunicación en el mercado, se logró definir que el costo total de los equipos es de 2.815.000 los cuales están establecidos en la inversión inicial y se detallan en la tabla. **Ver tabla. 45 pág. 137.**

Tabla 45 Equipo de Cómputo y Comunicaciones

EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Brother Laser	1	185.000	185.000
Computadores AIO SAMSUNG DP300A2A-B01CO	2	1.200.000	2.400.000
PBX	1	110.000	110.000
FAX	1	120.000	120.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**2.815.000**

Fuente: Grupo de Investigación

3.1.5 Selección del Equipo

3.1.5.1 Calculo de la maquinaria y equipos

Dentro del proyecto se determinó que las áreas donde se necesitara maquinaria y equipos son:

- Muebles y enseres
- Equipo de cómputo y comunicaciones
- Maquinaria y equipo
- Vehículo

De acuerdo a la función y número de trabajadores que laboraran en la empresa se seleccionan los equipos requeridos para la oficina, los cuales presentan diversas características, **l**as cantidades propuestas son las adecuadas para cumplir a cabalidad con todas las necesidades técnicas y operativas que se puedan presentar en el desarrollo de la idea. **Ver tabla 46 pág 138.**

Tabla 46 Cantidad de Muebles y Enseres

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Oldani 4 Gavetas	3	479.900	1.439.700
Sillas Gerenciales	3	120.000	360.000
Meson en acero inoxidable	1	800.000	800.000
Recipiente para mezcla en acero inoxidable	3	450.000	1.350.000
Mezclador en Acero Inoxidable	3	150.000	450.000
Estanterias	3	80.000	240.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**4.639.700**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora Brother Laser	1	185.000	185.000
Computadores AIO SAMSUNG DP300A2A-B01C	2	1.200.000	2.400.000
PBX	1	110.000	110.000
FAX	1	120.000	120.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**2.815.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Balanza electronica	1	420.000	420.000
Multifuncional (empacadora,llenadora y selladora)	1	7.850.000	7.850.000
Nevera Industrial mixta congelacion y refrigeración producto terminado	1	1.800.000	1.800.000
Refrigerador Industrial	1	1.400.000	1.400.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**11.470.000**
VEHICULOS			
Motocicleta con Termoking	1	5.000.000	5.000.000
TOTAL VEHICULO			**5.000.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**23.924.700**

Fuente: Grupo de Investigación

3.1.5.2 Descripción de la maquinaria y equipos

A continuación se hace una descripción de la maquinaria y equipos requeridos apoyándose en imágenes que ilustren las características de los mismos. Donde se muestra que los equipos son importantes y necesarios para llevar a cabalidad el funcionamiento de la empresa. **Ver tabla 47 pág. 140.**

3.1.5.2.1 Muebles y Enseres

Tabla 47 Muebles y Enseres

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
MUEBLES Y ENSERES		
EQUIPOS	CARACTERISTICAS	IMAGEN ALUSIVA
MUEBLES DE OFICINA	Superficie en color azul y estructura color madera Escritorio compacto, con todas sus partes incluidas. Acabados color naranja y blanco.	
SILLAS GERENCIALES	Respaldo Alto Mecanismo Ejecutivo Reclinable con Base de Nylon	
MESÓN EN ACERO INOXIDABLE	El mesón en acero inoxidable será para realizar las diferentes tareas como son: verificación y validación del proceso de la maquina, conteo de la pulpa y demás actividades relacionadas con esta índole. La mesa de trabajo está hecha en acero inoxidable 304. Sus medidas son: (1.12 x 1.50 x 0.75 CMS). un entrepaño en lamina 304 para recolectar la fruta.	
MEZCLADOR EN ACERO INOXIDABLE	**El mezclador en acero inoxidable será utilizado para el pertinente mezclado de la pulpa y la stevia la cual llevara un tiempo de 20 a 30 minutos con el fin de que la mezcla quede homogénea.** **Elaborada en acero inoxidable 250 calibre 12** **Sus medidas son: (1.00 x 0.60)** **Evacuación: válvula inferior de 1.**	
ESTANTERIAS	**utilizado para el pertinente mezclado de la pulpa y la stevia la cual llevara un tiempo de 20 a 30 minutos con el fin de que la mezcla quede homogénea.** **Elaborada en acero inoxidable 250 calibre 12** **Sus medidas son: (1.00 x 0.60)** **Evacuación: válvula inferior de 1.**	

Fuente: Socoda todo en Acero, Estantería Atlantic Rack

3.1.5.2.2Equipo de cómputo y comunicación

A continuación se presentan todos los equipos de cómputo y comunicación necesarios para el desarrollo y crecimiento de la empresa. **Ver tabla 48.**

Tabla 48 Equipo de Cómputo

EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES		
EQUIPO	**CARACTERISTICAS**	**IMAGEN ALUSIVA**
IMPRESORA BROTHER LASER	**Tipo de dispositivo:** Fax / copiadora / impresora / escáner. **Dimensiones** (Ancho x Profundidad x Altura): 47.6 cm x 47.3 cm x 25.8 cm **Velocidad de copia máxima:** Hasta 31 ppm (mono) / hasta 25 ppm (color) **Tecnología de impresión:** Chorro de tinta (color)	
COMPUTADOR DE ESCRITORIO AIO SAMSUNG	Pentium D 3,4 GHz 2048 MB de RAM 160 GB de disco duro SATA CDRWDVD Windows XP Profesional o Windows 7 Home Antivirus Avast 2012 Office 2013	
PBX CON LINUX	tiene un procesador Dual-Core TI TMS320DM320 que integra un DSP junto con un Core ARM9 de 180MHz., además de 32 Mb de RAM. **Las conexiones de entrada y de salida incluidas son:** Ethernet, 802.11b, un canal RCA analógico y salida estero, mini jack para auriculares y microfono. El Kernel del M20 es el 2.6.19. Tiene unas medidas de 254 x 172 x 140mm y viene con un transformador externo.	
FAX	Están diseñados para el uso de la red telefónica, para enviar y recibir datos, por lo que tienen una velocidad máxima de transmisión de datos en bits por segundo (bps). Tienen 2 puertos RJ-11 para el enviar y recibir datos de la red telefónica.	

Fuente: Mercado Actual Precios y Servicios
http://www.mercadoactual.es/mactual/IMPRESORAS__FAX_OFFICEJET_J6410_MULTIFUNCION_COL_CB029B_BEU_130595_mactual.html

3.1.5.2.3 Maquinaria y equipos

A continuación se presentan toda la maquinaria necesaria para poder llevar a cabalidad el producto, en este caso la pulpa de fruta congelada endulzada con stevia.

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
EQUIPOS	**CARACTERISTICAS**	**IMAGEN ALUSIVA**
BALANZA INDUSTRIAL	Función de cómputo de piezas con piezas de referencia de p.e. 5 o 50 piezas. Puesta a cero automática Tara en todo el rango	
EMPACADORA,LLENADORA Y SELLADORA	La máquina selladora de bolsas facilita y agiliza el proceso de sellado de los operadores, sirve para empacar y sellar densos (yogurt, jugo, pulpa). elaborada en acero inoxidable 304. calibre 16. tolva de 40Kg. dosificador graduable de 100 a 1000 gramos. válvula de paso. mordaza de sello horizontal.	
CONGELADOR INDUSTRIAL	**Manteción: 8 - 5 ºC** **Congelado: -12 / -22 ºC** **Medidas: 120 X 70 X 194 cm.** **Voltaje: 220** **Refrigerante: R134a** **Frecuencia: 50 Hz.**	
CONGELADOR PLAQUETERO	**La finalidad del congelado plaquetero es cesar la actividad enzimática propia de todo alimento y evitar, así, su descomposición o alteración en sus propiedades organolépticas, perdiendo así su calidad. se produce a los -30 ºC. No obstante lo anterior, la mayoría de los congeladores operan alrededor de los -18 ºC.**	

Fuente: Pagina Oficial Empresa MAKRO

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.2.1 macro localización

Para la ubicación del proyecto se observa que en América del Sur específicamente la República de Colombia en la región occidente del departamento del Valle del Cauca, se observan las siguientes variables de localización:

Condiciones climáticas adaptables para la producción de fruta, siendo oportunidad para los comercializadores de pulpa de fruta.

El congreso Colombiano según Ley 1429 de 2010 (Diciembre 29) expide la ley de formalización y generación de empleo. *"incentivos a la formalización en las etapas iníciales de la creación de empresas",* Puesto que la legislación de la nación incentiva a los emprendedores para la instalación de nuevas empresas que generen empleo, desarrollo y bienestar para la comunidad. [52]

El panorama actual de la economía colombiana es favorable para la creación de empresa, gracias a que se encuentra en época de crecimiento según informe económico número 2 del Ministerio de comercio, Industria y turismo. Colombia es un país importante en el contexto global por su dotación de factores (posición geoestratégica, territorio, tamaño poblacional, biodiversidad, calidad de su talento humano).

El plan estratégico del programa nacional de desarrollo tecnológico, industrial y calidad donde se fomenta la innovación y el desarrollo de tecnología en el país desde 2005 al 2015 en la cual "*La industria a escala mundial ha crecido de*

[52] Congreso de Colombia. Ley 697, 2001, Artículo 9-10: Definiciones, p. 4.

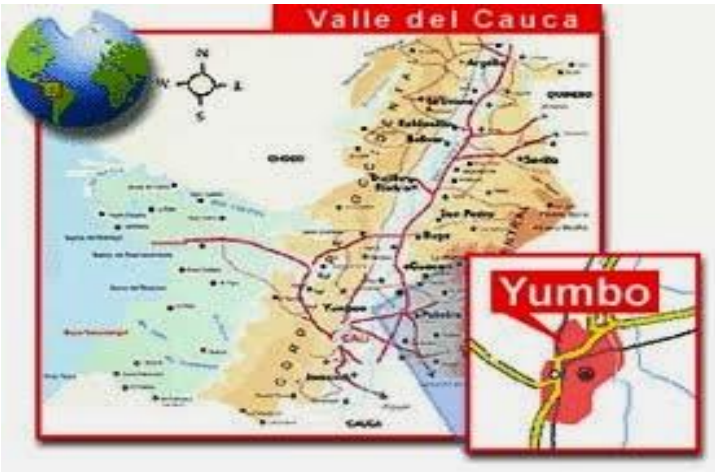
manera importante; muestra un aumento en el mercado del 127% para el periodo 2001-2006, según datos publicados por la Industry Association"[53]

3.2.2 Micro localización

El municipio de Yumbo, es uno de los 42 municipios que conforman el departamento del Valle del Cauca. Situado al norte de la ciudad de Cali, capital Industrial de Colombia. Ubicado en el Sur Occidente de Valle del Cauca a 10 minutos del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón y a 2 horas del Primer Puerto sobre el Pacífico.

El proyecto se ubicará en dicho municipio en la calle 16 nte Nº 3 N 84 barrio portales de yumbo, a continuación se presentaran los requerimientos necesarios en cuanto a transporte, carreteras, restaurante y demás.

Grafico 14: Mapa Valle del Cauca



Fuente: Google - Maps

[53] Tendencias estratégicas en generación de productos innovadores con valor agregado a escala nacional. En: El plan estratégico del programa nacional de desarrollo tecnológico, industrial y calidad. Bogotá.p. 50.

3.2.2.1 Cercanía a Carreteras

Yumbo; Conocida Como la capital industrial de Colombia por sus más de mil fabricas ubicadas en el sur Limítrofe con Cali, es un centro urbano altamente poblado, y por su proximidad con Cali, sus centros urbanos están físicamente conectados. Lo cual facilita la cercanía con los corregimientos y municipios aledaños ya que cuenta con grandes vías que ayudan al encuentro de estos.

Las dos principales vías que atraviesan el municipio pertenecen al Sistema Vial nacional. Cuenta además con una aceptable red vial intermunicipal y veredal.

- **Unidad climática**

Porcentaje del área municipal total

- Unidad Climática Cálido sub.- Húmedo 18%
- Unidad Climática Cálido Seco 30%
- Unidad Climática Cálido Semi Húmedo 24%
- Unidad Climática Medio Seco 8%
- Unidad Climática Medio Húmedo.20%

Es importante resaltar como la unidad climática predominante en el municipio es el Cálido Seco con un 30% de participación sobre el territorio, seguido por el Cálido Semi - húmedo, Cálido sub. húmedo, medio húmedo y medio seco.

3.2.2.2 Transporte

El Municipio de Yumbo cuenta con diversas rutas de transporte que hace más fácil el acceso a las diferentes zonas del perímetro urbano y rural, entre ellos tenemos:

- Tren (recorrido Cali – Yumbo)
- Bus(eventos sociales)
- Buseta (recorrido en el Municipio)
- Balsa(recorrido en el paso de la torre)

3.2.2.3 Disponibilidad de materia prima

Yumbo, es un municipio industrial y empresarial por excelencia, lo que facilita la consecución de la materia prima.

Es necesario contar con una recepción de materias primas, es decir, un recinto donde se pueda mantener la materia prima que se recibe en condiciones adecuadas mientras espera su entrada a proceso. Este lugar, que puede ser un simple alero, o una sala más acondicionada, debe tener algunas características especiales en cuanto a temperatura, humedad, limpieza, condiciones de sol. Es importante considerar que la mayor parte de las materias primas que son motivo de este manual, son de rápida perescibilidad en cuanto a su calidad. Es decir, aún cuando muchas especies mantienen sus condiciones de integridad, su calidad interna varia si las condiciones de almacenamiento no son las adecuadas.

Por esta razón la temperatura debe ser lo más baja posible, fresca. La materia prima no debe quedar expuesta directamente al sol. Como la temperatura de almacenamiento es muy importante, cuando no se cuenta con refrigeración se debe recolectar el material en horas de bajas temperaturas.

Si se cuenta con un lugar fresco, es importante que la humedad sea relativamente alta para evitar que el material se deshidrate y pierda su calidad. En lugares con alta humedad relativa este problema se obvia, pues sólo se requiere buscar un lugar fresco.

Un aspecto que es necesario enfatizar es que el lugar de almacenamiento de materias primas no debe ser utilizado para el almacenamiento de otros productos que pueden ser contaminantes, como pesticidas, pinturas, o utensilios de aseo, los cuales deben tener lugares especiales para su propio almacenamiento.

Nunca se debe olvidar que la calidad del producto será un reflejo de la calidad de la materia prima de la cual proviene, por lo que es necesario cuidar de ella de la mejor manera posible.

3.2.2.4 Calidad de Vida

Actualmente la carencia de empleo en la Capital Industrial, se manifiesta cada vez con más fuerza en el creciente deterioro de la calidad de vida, debido a los bajos niveles de ingreso de las familias, situación que se ve reflejada en el alto porcentaje de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) que alcanza el 39% (Planeación Departamental). La población que vive en situaciones económicas adversas ha tenido que habitar en zonas de ladera, en la modalidad de invasión, provocando que el impacto de las amenazas afecte con mucha intensidad el grado de vulnerabilidad de la comunidad. [54]

3.2.2.5 Disponibilidad de mano de obra

Yumbo como centro industrial generó muchas expectativas por la sospecha de su concentración de mano de obra. Paradójicamente su nivel de desempleo es alto, lo cual tiene una explicación en la inclinación tradicional de la mayor parte de la industria en la base de su contratación de planta y cargos administrativos con personal de Cali; Yumbo siempre ha contado con desventaja porcentual de empleados, por ejemplo un 1,9% en el sector manufacturero 1993. (Alcaldía de Yumbo, PAAL-023). Con el objeto de lograr revertir los indicadores, en Yumbo se desarrollan campañas educativas apoyadas por entidades como el Sena,

---

[54]CORTÉS ORTIZ, María Alejandra, geografía de los riesgos una propuesta pedagógica, Calidad de Vida, Santiago de Cali, Marzo de 2006, Trabajo de Grado Presentado Para Optar al Título de Licenciada en Ciencias Sociales, Universidad del Valle Facultad de Humanidades Departamento de Geografía Plan de Licenciatura de Ciencias Sociales, Director: Espinosa López Rodolfo, Magister en Geografía, Pág. 89.

Universidad del Valle y el Programa jóvenes en Acción, con el fin de mejorar la capacitación y el perfil laboral de la población.

Es importante contar con un personal altamente capacitado para cumplir a cabalidad con el servicio a ofrecer.

3.2.2.6Fuentes de suministros de agua

En cuanto al suministro de agua, el problema es un poco mas critico. Se trata de contar con la cantidad de agua potable que permita asegurar el desarrollo de un proceso higiénico, manejado por personas limpias y con equipos debidamente desinfectados.

3.2.2.7 Acciones para evitar la Contaminación del medio ambiente

Para evitar la contaminación en el Municipio de Yumbo se creó un programa que tiene como objetivos incentivar a las industrias al buen manejo medio ambiental, algunas de ellas son:

- Dictar leyes de prevención de la contaminación, que obliguen a las industrias a implementar un plan de reducción de la generación de residuos y de utilización de materias primas tóxicas.
- Garantizar y estimular el acceso público a la información.
- Implementar políticas para extender la responsabilidad del fabricante de un producto.
- Prohibir o eliminar progresivamente los productos tóxicos. Estas medidas son básicas para evitar la contaminación. [55]

[55] YUMBO, Capital Industrial del Valle del Cauca, Información General del Municipio de Yumbo 2012 [En Línea], [Marzo 16 de 2012] Disponible en la página web: http://yumbovalle.tripod.com/yumbo/yumbo.htm

3.2.2.8 Clima

El municipio de Yumbo cuenta con diversidad de climas, desde cálido hasta frio en corregimientos como Dapa y Santa Inés, además de la Cumbre, municipio cercano que hace parte de los destinos turísticos de los habitantes.

3.2.2.9 Área requerida y forma del sitio

El estudio del área requerida donde se va a desarrollar el producto es tan importante para el desarrollo del proyecto como la comercialización del producto, en este no solo se va a estudiar la mayoría de factores intangibles como el abastecimiento de materia prima, disponibilidad de mano de obra, etc.
Es sumamente importante contar con instalaciones apropiadas y confortables, que puedan ajustarse a todos los requerimientos para el desarrollo del mismo.

Un aspecto que se debe tener presente es el de los detalles a la hora de alquilar una bodega, altamente determinantes de la calidad de una planta física para cumplir con los objetivos de adecuarse a la operación de alimentos y, al mismo tiempo, tener un adecuado período de uso.

Además de las características antes nombradas, se debe considerar que los materiales, especialmente de la zona limpia de las salas de proceso, deben ser fáciles de limpiar y desinfectar. Debe evitarse la complejidad de construcción que derive en la creación de lugares de difícil acceso a la limpieza, ya que éstos pueden transformarse en nidos de pájaros, focos de contaminación por roedores, insectos y, por supuesto, microorganismos.

3.2.2.10 Planta

En el presente plano se muestra las medidas necesarias para la adaptación de las áreas asignadas, cada una con su respectivo funcionamiento y colaborador, distribuido de la siguiente manera:

- **CONVENCIONES**

Área de higiene y de aseo personal

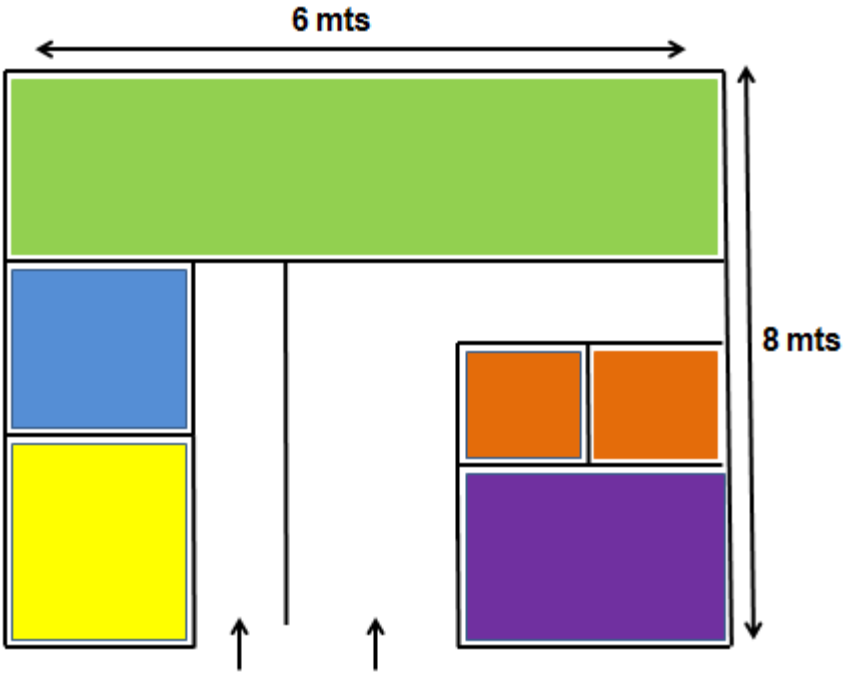
Área operativa

Área administrativa

Área de recibos y despachos

Área de almacenamiento

Grafico 13 Planta

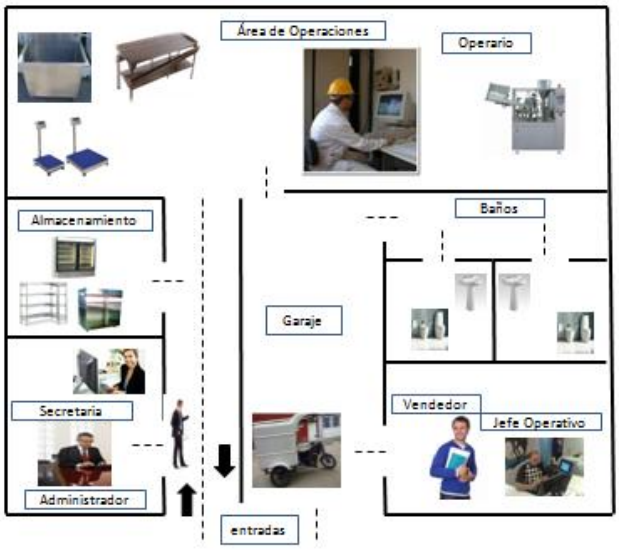


Fuente: Grupo de Investigación ***Pulpa Fresca***

3.2.2.10.1 Distribución en planta

El siguiente grafico muestra la localización, diseño y construcción de la planta según bodegas del barrio fray peña donde se plantea la instalación del proyecto. En donde la localización, diseño y construcción de la planta, es de tipo U en la que se muestra todas las áreas disponiendo de la maquinaria e implementos necesarios para el terminado del producto, identificados así: área de recibos y despachos, Área de higiene y de aseo personal, área de operaciones, área de almacenamiento y área administrativa. Apreciar grafico 14.

Grafico 14 Distribución en Planta



Fuente: Grupo de Investigación ***pulpa fresca***

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura vista desde el campo administrativo en donde se debe tener en cuenta el estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación, en el cual es importante hacer un adecuado proceso de selección del talento humano que contenga perfiles, funciones, responsabilidades y demás aspectos que conduzcan al éxito y mejoramiento continuo de la empresa.

4.1 PENSAMIENTO ESTRATEGICO ADMINISTRATIVO

4.1.1 Misión

Somos los aliados estratégicos de las empresas en ofrecer productos alimenticios a base de fruta natural, contribuyendo al desarrollo eficiente, rentable y con una alta concepción de calidad, servicio y fidelidad.

4.1.2 Visión

Al 2020 ser líderes en el mercado de productos alimenticios a base de fruta natural con amplia cobertura del mercado nacional, integrando un equipo humano capaz de liderar el desarrollo y crecimiento de nuestra organización.

4.1.3 Valores Corporativos

Los valores corporativos son la base sobre la que se construye la organización. Son patrones que ayudan a encaminar la empresa hacia el éxito y a aprovecharla a través del tiempo, los valores en los que se pretende orientar la conducta, las acciones y decisiones del proyecto son los siguientes:

- **Cumplimiento**

Siempre deberá darse pronta respuesta a los requerimientos del cliente tanto interno como externo.

- **Eficacia**

Todo producto ofrecido por nuestra organización tiene como finalidad la efectividad en la satisfacción del cliente y del consumidor final, por tanto cualquier obstáculo que se presente para lograr este cometido será resuelto oficiosamente.

- **Trabajo en equipo**

Nos permite conformar un grupo sólido, unidos por objetivos comunes encaminados siempre a la satisfacción del cliente.

- **Compromiso**

Con nuestros clientes, con los consumidores y con la calidad en los productos que elaboramos diariamente.

- **Responsabilidad**

Estar comprometidos por cumplir la satisfacción y las expectativas de los clientes.

4.1.4 Objetivos organizacionales

- Propiciar un desarrollo social, económico y cultural a partir de la puesta en marcha de proyectos que beneficien la comunidad.
- Alcanzar y mantener los más altos estándares de satisfacción al cliente, a través de productos innovadores.
- Lograr un reconocimiento en el mercado que permita el posicionamiento de nuestros productos.
- Contar con el talento humano idóneo el cual contribuya en el crecimiento de la organización.

4.1.5 Análisis DOFA

Debilidades

- Poca disponibilidad de producción.
- Manejo de un precio elevado por el tipo de producto.
- Alto consumo de energía por ser un producto refrigerado.

Oportunidades

- Apoyo económico por medio de entes como el SENA para el desarrollo de proyectos.
- El ingreso a mercados internacionales.
- Ampliar nuestra línea de producto compaginado con nuestro negocio y objetivo social.

Fortalezas

- Comercialización de un producto innovador -buen valor nutritivo.
- Un excelente servicio al cliente.
- Distribución al alcance del cliente.

Amenazas

- Posicionamiento de la marca.
- Muchas marcas en el mercado, alto nivel de competencia.
- Cambios climáticos.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se realizara una estructura organizacional con el fin de tener conocimiento de los cargos que se necesitaran para cubrir las necesidades de las diferentes áreas, teniendo en cuenta las capacidades, habilidades y demás factores que incidan en el buen desempeño de sus funciones[56].

Se justica la elaboración de esta estructura organizacional porque ella es la base fundamental del cumplimiento de las etapas administrativas, planear , organizar, dirigir y controlar , aparte de ello como definiera Henrry Minztberg en su obra zafarí por la administración (2005).”*Es imperante buscar la evolución de la administración empresarial en función de la creación de una comunidad de propósito”*

4.2.1 Organigrama

Mediante el siguiente organigrama se pretende mostrar gráficamente la estructura de la organización, la posición de los puestos de trabajo que la integran, los niveles jerárquicos y las líneas de autoridad. Tomando como base de agrupamiento “Los Agrupamientos Funcionales” debido a que facilitan la gestión interna de la organización permitiendo a los procesos de trabajo su agrupación por funciones su conocimiento y destreza, de este modo se reúnen los cargos de acuerdo a la similitud de tareas que se desarrollan.

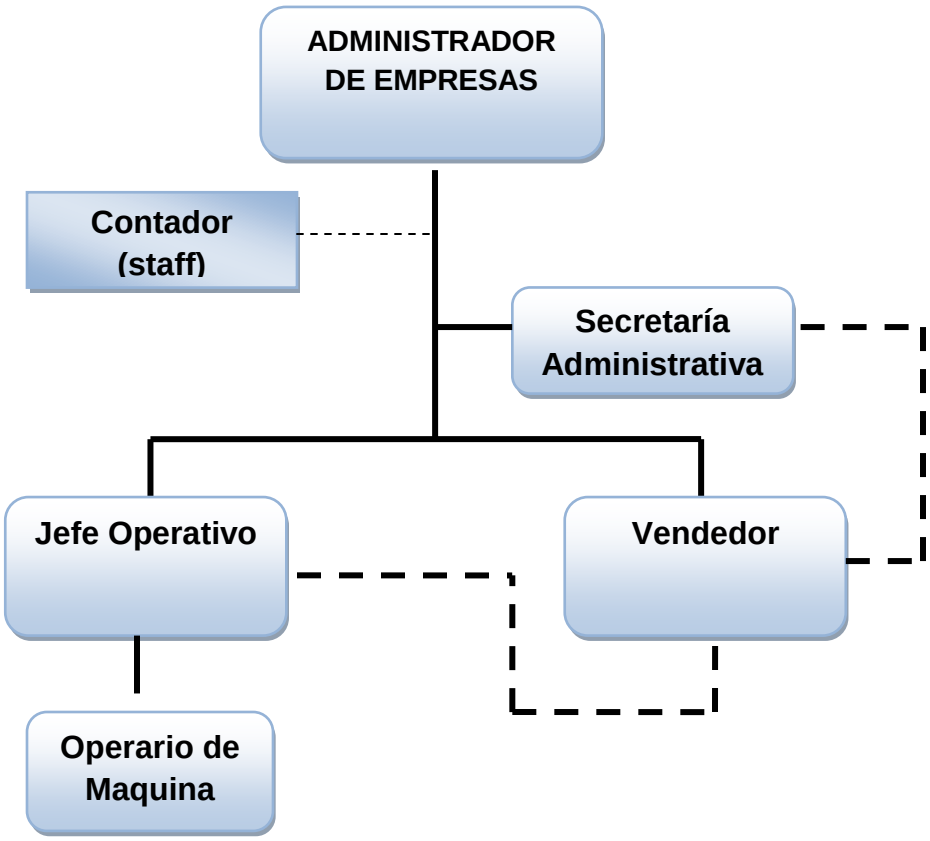
La estructura adaptada permite trabajar simultáneamente con dos o más bases de agrupamiento, en esta las líneas son iguales y conjuntamente responsables de las decisiones tomadas obligando al administrador, jefe operativo y vendedor a conciliar las diferencias que surjan.

---

[56]ENRIQUEZ, Ricardo. Administración Moderna, clases de organigramas, modelos de organigrama, organigrama formal, organigrama horizontal, organigrama informa., organigrama vertícal.2013 [En Línea], [Marzo 16 de 2013] Disponible en http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama_3038.html

Dentro del proceso de toma de decisiones final el poder del administrador va desde la planeación estratégica hasta el núcleo operativo. Ver gráfico 15 pág. 156

Grafico 15 Organigrama



4.3 PERFIL DE LOS CARGOS

4.3.1 Descripción de cargos

Para la puesta en marcha de la empresa comercializadora y distribuidora de pulpa de fruta mora, maracuyá y lulo 100% natural se han establecido los siguientes cargos:

- Administrador de empresas
- Jefe operativo
- Secretaria
- Vendedor

4.3.2 Asignación salarial por puesto de trabajo

De acuerdo a lo expuesto por la Corte Constitucional que: "todo trabajador tiene derecho, de nivel constitucional a que se lo remunere, pues si el pago de sus servicio hace parte del derecho fundamental al trabajo es precisamente en razón de que es la remuneración la causa o el motivo, desde el punto de vista de quien se emplea, para establecer la vinculación laboral."[57] Ver tabla 49.

Los factores que condicionan los sueldos y salarios determinando su valor son:

- Tipo de cargo de la empresa
- Situación económica del país
- Capacidad financiera de la empresa
- Agencia de Empleos

[57] Principio de a trabajo igual, salario igual,.2012 [En Línea], [Marzo 16 de 2012] Disponible en http://www.eluniversal.com.co/consultorio/laboral/principio-de-%E2%80%9C-trabajo-igual-salario-igual%E2%80%9D-vulnerado-empleado-sindicalizado-0

Tabla 49 Asignación de salarios

CARGOS	
NOMBRE CARGO	**SALARIO**
Administrador de Empresas	1.032.400
Secretaria	608.600
Jefe Operativo	825.920
Operario	608.600
Vendedor	608.600

Fuente: Grupo de Investigación

4.3.2.1 Administrador de Empresas

Área: Administrativa

Tipo de contrato: Indefinido

Objetivo General del Puesto de Trabajo

El Gerente General actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la organización, es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la empresa.

Especificación del Puesto

- Título profesional en administración de empresas.
- Especializaciones en áreas afines.
- Edad 24-35 años.
- Experiencia de 2 años en el desempeño de cargos de dirección.
- Alta capacidad de análisis.

Responsabilidad y Funciones a Cargo

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Desarrollar planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero y materiales, es decir, optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

Competencias Corporativas

- Coordinación de grupos y capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para la toma de decisiones.
- Capacidad de organización.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Disposición para la relación social.

Competencias Generales

- Capacidad de negociación.
- Disciplina.

- Analista.
- Recursivo.
- Liderazgo.

4.3.2.2 Jefe Operativo

Área: Operaciones logísticas

Tipo de contrato: Indefinido

Objetivo General del Puesto de Trabajo

El Jefe de Operaciones tiene a su cargo el manejo del departamento técnico dentro del que se incluye la elaboración y supervisión de proyectos de riego, así como también brindar servicio técnico a los clientes en la correcta utilización de los productos, planea y ejecuta cualquier cambio, modificación o mejora. Tiene total autoridad en el manejo del personal a su cargo autorizada para la contratación de personal temporal para proyectos, contratación de personal definitivo junto con la gerencia general.

Especificación del Puesto

- Titulo tecnológico en carreras afines.
- Experiencia mínima 1 año.
- Personalidad atrayente.
- Relaciones interpersonales.

Responsabilidad y función a cargo

- Manejar las operaciones diarias de la empresa.
- Encontrar modos para hacer a la compañía más productiva proveyendo métodos efectivos para las operaciones de la empresa.

- Facilita varios programas en toda la compañía, controla el inventario, maneja la logística, y entrevista, supervisa a los empleados (operario)
- Es el encargado de realizar la planificación de materiales y tiempo de entrega de todos los productos.
- Es el responsable de atender al cliente cuando lo requiera, considerando que se debe atender al cliente el mismo día o máximo al día siguiente.

Competencias corporativas

Manejo de relaciones públicas con el cliente.

Contratación de de transportes de materiales.

Cierre de ventas.

Consolidación de cartera de cliente.

Competencias Generales

- Capacidad de negociación.
- Disciplina.
- Analista.
- Recursivo.
- Liderazgo.

4.3.2.3 Secretaria

Área: Administrativa

Tipo de contrato: Indefinido

Objetivo General del Puesto de Trabajo

Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en las areas establecidas.

Especificación del puesto

- Tecnóloga en gestión empresarial.
- Cursos especializados en el manejo de microsoft office, Star Office, Linux e Internet.
- Edad: 20 – 27 años.
- 1 año de experiencia en cargos similares.

Responsabilidad y función a cargo

- Comunicación constante con los sectoristas de los distintos bancos para el seguimiento de Cartas Fianzas, Pagarés, Líneas de Crédito, Sobregiros.
- Responsable de recepcionar, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia.
- Emisión de correspondencia bajo numeración correlativa y codificada, de acuerdo al departamento que le ordene, y su remisión inmediata.
- Mantenimiento de archivos de contratos suscritos por la empresa con terceros.
- Atención diaria de las agendas de la Gerencia.
- Atención a las entrevistas personales.

- Recepción de mensajes telefónicos de gerencia.
- Control del fondo fijo (Caja chica), de acuerdo a las normas y procedimientos establecidos para tal función.

Competencias Corporativas

- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.
- Brindar apoyo a todos los departamentos.

Competencias Generales

- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Persona proactiva, y organizada.
- Aptitudes para la organización.
- Dinámica.

4.3.2.4 Vendedor

Área: Administrativa

Tipo de contrato: Indefinido

Objetivo General del Puesto de Trabajo

Objetivo del vendedor o tarea que le corresponde realizar, ya no consiste únicamente en vender y brindar un buen servicio al cliente (como pensaban y aún piensan algunos) sino, en realizar un «conjunto de actividades» que le permitan lograr determinados objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Especificación del puesto

- Tecnólogo en Mercadeo y Ventas
- Edad: 20 – 27 años.
- 1 año de experiencia en cargos similares.

Responsabilidad y función a cargo

- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.
- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos que comercializa, como: mensajes promocionales, slogans, información técnica, etc.
- Asesorar a los clientes acerca de cómo los productos o servicios que ofrece pueden satisfacer sus necesidades y deseos; y cómo utilizarlos apropiadamente para que tengan una óptima experiencia con ellos.

- Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados como el departamento de ventas y el de mercadotecnia todo lo que sucede en el mercado, como: inquietudes de los clientes requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia.

- Distribuir el producto en las diferentes empresas.

4.3.2.5 Operario de Procesos

Área: Operaciones

Tipo de contrato: Indefinido

Objetivo General del Puesto de Trabajo

Verificar y validar que el proceso se cumpla a cabalidad optimizando recursos y cumpliendo con las especificaciones establecidas para asegurar la calidad del producto.

Especificación del puesto

- Técnico Industrial

- Edad: 20 – 35 años.

- 1 año de experiencia en cargos similares.

Responsabilidad y función a cargo

- Elaborar los productos que se van a comercializar en la empresa.

- Crear un producto con calidad, que sea del agrado de los clientes.

- Mantener el área de operaciones limpio.

- Seguimiento de la producción y de su progreso, asegurando de que todo esté funcionando sin problemas y eficientemente.

- Mantener registros de la velocidad, eficiencia y los resultados del producto final.

4.4 CAPACITACION DEL PERSONAL

4.4.1 Reclutamiento

La empresa comercializadora y distribuidora de pulpa de fruta, mora maracuyá y lulo 100% natural realizara un método de reclutamiento donde se convocara al personal idóneo que cumpla con todas las expectativas de la organización.

A medida que se vayan contratando el personal y dada la naturaleza de la organización y la importancia de las relaciones en el equipo, todos los demás miembros profesionales del equipo deben dar su opinión antes de la contratación de un nuevo colaborador.

- **Reclutamiento externo**

Avisos por internet y redes sociales tales como: facebook, twitter, correo electrónico, instituciones educativas (SENA) y agencias de empleo.

La organización tendrá como Política de contratación el reclutamiento de personas discapacitadas y si es posible de la misma zona geográfica o barrio donde se encuentre la planta de comercialización; quienes tendrán prioridad frente a otros candidatos.

Sin embargo se tendrá en cuenta, que cuando la empresa inicie la comercialización; en caso de vacantes se utilizara inicialmente el reclutamiento interno.

- **Reclutamiento interno**

Se anunciará en lugares visibles dentro de la empresa la vacante a cubrir y los respectivos requisitos. Lo que ayudará a:

- Dar igualdad de oportunidades.
- Crear mayor apertura en la organización.
- Aumentar el conocimiento de los empleados sobre los requerimientos de los cargos.
- Dar la oportunidad a que cada persona manifieste el lugar en que mejor encaja dentro de la estructura organizacional.

4.4.2 Selección

El proceso que se llevara a cabo para la empresa consiste en el proceso de Selección de personal, la cual lo hace el administrador de empresas, mediante el cual se elige entre un conjunto de solicitantes las personas que más se ajustan a las características exigidas, teniendo en cuenta las condiciones externas e internas de la organización.

- **Entrevistas**

El objetivo de esta es conocer a las personas en términos de sus capacidades, cualidades e intereses actuales y potenciales, con el fin de determinar su adecuación a una vacante específica en la empresa.

La entrevista debe realizársele a las personas que hasta el momento hayan aprobado las pruebas psicotécnicas y se desarrolla con la siguiente secuencia:

- Encuadre y ruptura de hielo.
- Experiencia laboral.
- Educación.
- Antecedentes familiares.

- Adaptación social.
- Salud.
- Autoevaluación.

Elaboración de pruebas técnicas y/o psicotécnicas

Las pruebas técnicas y/o psicotécnicas que se realizarán en la empresa las hace el administrador de la empresa en donde los candidatos deben de tener las siguientes cualidades: Inteligencia, aptitudes, test perceptivos y de atención, memoria, personalidad, motivación y conocimiento.

Las pruebas de conocimiento se diseñaran de acuerdo a los requerimientos del cargo. Se aplican cuando el conocimiento es un factor crítico de éxito para el desempeño del puesto.

La administración de las pruebas deberá tener en cuenta que:

- Pueden aplicarse de forma individual o grupal.
- Debe aplicarse siempre la prueba indicada.
- Las pruebas psicológicas siempre deben de ser aplicadas, calificadas e interpretadas por los Psicólogos que conozcan la prueba.
- Se debe informar al candidato la finalidad de las pruebas.
- En el momento de aplicación crear una ambiente de confianza.
- Un ambiente tranquilo y sin interrupciones.
- Un puesto para el evaluado cómodo, adecuado y con el material suficiente.
- Suministrar instrucciones amplias y claras.

- **Exámenes médicos de Ingreso**

Los exámenes médicos se hacen con el fin de verificar la salud del nuevo empleado, poder prevenir accidentes, evitar ingresos de personas enfermas y descubrir limitaciones físicas.

En La Empresa se realizara el examen médico de ingreso, por médico especialista en Salud Ocupacional, quien hará énfasis en riesgo ergonómico, realizando un examen detallado del sistema óseo y muscular, además enfatizara en problemas dermatológicos y de vías respiratorias; teniendo en cuenta los mayores riesgos laborales que se presentan.

- **Informe a los candidatos seleccionados y no seleccionados**

En la empresa se realizara un cierre del proceso de evaluación de cada candidato. Brindando información a la persona, más allá de la decisión que la empresa tome en relación con su postulación.

- Carta de notificación.
- Carta de rechazo.

- **Informes de selección**

Documento resumen en el cual se especifica el grado de ajuste de los candidatos al perfil del cargo y en el cual debe incluir:

- Conceptos válidos.
- Comprensible para el usuario.
- Respeto a la intimidad del aspirante.
- Predicción.
- Ser útil para tomar decisiones de contratación.
- Base para orientación ocupacional.

- **Referencias personales y laborales**

Se verificarán las referencias del grupo de personas, instituciones, asociaciones bancarias o nexos de tipo comercial con las que el candidato ha tenido contacto.

Se debe verificar la idoneidad, laboriosidad, capacidad y demás antecedentes laborales del futuro colaborador, sobre todo se debe tener presente la necesidad de hacer indagaciones sobre los trabajos o responsabilidades desarrolladas con anterioridad en otras empresas, comportamiento, desempeño laboral; así como por qué motivos dejo de laborar, sueldo que percibía, tiempo que laboró, etc.

4.4.3 Contratación

La contratación y la gestión de los respectivos documentos la realizara la secretaria, con el seguimiento cercano del Administrador.

Los contratos serán a término indefinido acorde al Código Sustantivo de Trabajo, iniciando con periodos de prueba de dos meses.

- Contrato de trabajo.
- Exámenes médicos de ingreso.
- Seguridad Social (salud, pensiones, riesgos profesionales).
- Caja de Compensación Familiar, ICBF y SENA.
- Reglamento Interno de Trabajo.
- Otros documentos necesarios.

Se efectúa la entrega del contrato, apertura de carpeta de hoja de vida del nuevo colaborador y reporte a nómina.

- **Políticas de planes de inducción**

  La inducción estará a cargo del jefe operativo el cual le dará las pautas a seguir.

1. El taller de inducción solamente se otorgará a empleados nuevos, que estén ingresando a la empresa, la administración encargada de la Gestión

Humana, será la única facultada para proporcionar este taller de inducción a los colaboradores.

2. En el desarrollo de este seminario-taller de inducción se le brindará información al colaborador, tanto sobre asuntos administrativos, corporativos como los específicos del cargo y puesto de trabajo, organización de la empresa, productos que oferta al mercado, y principales empleados. Ubicación del cargo dentro de la estructura organizacional, Políticas generales de personal, reglas generales de disciplina, beneficios que espera disfrutar, se hará visita por la planta, explicación sobre las reglas básicas de seguridad industrial y reglamento interno de trabajo.
3. El nuevo personal debe ser presentado a los colaboradores de la organización y explicarle en forma general en qué consistirá su trabajo.
4. Al finalizar el taller, se tendrá como entregable, un manual de bienvenida, un manual de procesos, reglamento interno y organigrama general de la empresa, del cual el colaborador deberá firmar el recibido.
5. Al nuevo personal se le entregarán los documentos del sistema de calidad que correspondan a la misión, visión, y objetivos, para una fácil adaptación de lo que es la empresa.

4.4.4 Desarrollo del Personal

En la organización todo el personal será competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia adecuada.

El éxito de la calidad del producto se garantiza a través de la disposición de un operario con los mejores niveles en sus competencias, que mantiene un alto nivel de conocimiento del producto y motivación por el logro.

En la empresa uno de los aspectos más importantes es el equipo humano que integra la organización; un equipo humano comprometido con su labor diaria y que trabaja siempre el mejoramiento continuo.

Por lo que se hace necesario plantear este proyecto de gestión del aprendizaje organizacional, para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de la compañía.

- **Políticas de Planes de Formación**

La empresa concibe la formación como un proceso continuo de perfeccionamiento institucional y personal orientado a educar la competitividad y el desarrollo de la persona en su ámbito personal, familiar y profesional.

La capacitación es parte esencial de la formación que busca detectar, desarrollar y construir las habilidades que la persona requiere para el buen desempeño del cargo de acuerdo con las competencias personales, corporativas o estratégicas del negocio.

Los módulos curriculares para la formación de nuestros colaboradores, deben cumplir los siguientes lineamientos:

1. Asegurar que los colaboradores dominen y se actualicen permanentemente en los conocimientos y competencias requeridas para el desempeño competente, responsable y ético del cargo (buenas prácticas de manufactura, normas de calidad, manipulación de alimentos y manejo de residuos sólidos).
2. Contribuir al desarrollo integral de las personas como sujetos activos de su propio desarrollo, incentivando y apoyando esfuerzos de autoformación. (seminarios de crecimiento personal, incentivando con permisos el estudio superior, realizando actividades para la familia y la comunidad).
3. Atender las exigencias estratégicas del negocio con metodologías, tendencias y herramientas que estén acordes con las necesidades y el momento que vive la organización.
4. Contar con sistemas de seguimiento y evaluación que retroalimenten el proceso y midan la efectividad del aprendizaje.
5. Contribuir al fortalecimiento de la Cultura Organizacional deseada, que descansa en el entendimiento según el cual la entidad debe ser una comunidad de personas basada en valores y principios.

4.4.5 Mantenimiento y Capacitación

La empresa tiene el objetivo de realizar actividades que permitan a sus colaboradores encontrar el ambiente de trabajo adecuado y agradable para la realización de sus actividades laborales, y satisfacción en su trabajo; Además busca mediar, apoyar y atender los requerimientos y necesidades de los clientes internos, de acuerdo con los criterios institucionales de responsabilidad social. Para ello deben establecerse claramente los siguientes aspectos:

- **Plan de Bienestar Laboral**

Se desarrollará un plan de bienestar para los colaboradores, en alianza estratégica con las Cajas de Compensación Familiar, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales se incluirá:

A cargo del empleador:

- Prima de servicios.
- Auxilio de cesantía.
- Intereses sobre las cesantías.
- Descanso remunerado durante la lactancia.
- Vacaciones.
- Auxilio de transporte.

A cargo de las entidades de seguridad social:

- Enfermedad común.
- Maternidad.
- Enfermedad profesional.
- Accidente de trabajo.
- Pensiones (vejez- invalidez).
- Prestaciones por muerte.
- Atención de urgencias.
- Atención al recién nacido.

Para que el colaborador de la empresa tenga acceso a estos derechos se realizaran los siguientes trámites:

- Inscripción ante una administradora de riesgos profesionales (ARL).
- Inscribir a los colaboradores en una caja de compensación familiar (4% del valor de la nomina).
- Afiliar a los trabajadores al sistema de seguridad social y de pensiones ante las entidades promotoras de salud (EPS) y administradores de fondos de pensiones (AFP).
- Afiliar a los trabajadores a los fondos de cesantías.
- Legalización del reglamento interno de trabajo: presentar al Ministerio de la Protección Social tres copias del reglamento, firmadas por el representante legal.
- Gestionar el programa de salud ocupacional.

4.4.5 Programa de Salud Ocupacional

Mientras la higiene es un principio que se aplica a las personas, la sanidad industrial se aplica a los equipos, e instalaciones.

Es muy importante tener en cuenta diversas normas que permitan adecuar las instalaciones a condiciones de sanidad industrial que aseguren un funcionamiento conveniente del proceso. Pueden resumirse de la siguiente manera:

- Las construcciones deben ser adecuadas para limpiarlas con facilidad, sin dejar espacios cerrados donde no se pueda llegar con el sistema de limpieza y desinfección.
- Los equipos deben ser acondicionados para no dejar lugares ciegos donde se pueda acumular material que se descompone causando serios problemas de contaminación.

- Todas las superficies que se exponen al alimento deben limpiarse y desinfectarse apropiadamente, de acuerdo con una frecuencia que dependerá del tipo de materia prima y proceso usado.
- El cumplimiento de estos requerimientos, disminuye el riesgo de accidentes laborales, sin embargo siempre existe la posibilidad de involuntariamente producirse accidentes.

4.4.6 Administración de Sueldos y Salarios

La aplicación de los principios y técnicas de administración de sueldos, permite articular en forma tal el pago en dinero, con las prestaciones que recibe el trabajador, y aun con las deducciones que su trabajo implique, que se logre, no solo pagar sueldos justos, sino también motivar al trabajador. Ver tabla 50.

Los factores que condicionan los sueldos y salarios determinando su valor son:

- Tipo de cargo de la empresa
- Situación económica del país
- Capacidad financiera de la empresa.
- Agencias de Empleo (Ofertas)

Tabla 50 Asignación de salarios

NOMBRE DEL CARGO	SALARIOS
Administrador de Empresas	1.032.400
Secretaria	608.600
Jefe Operativo	825.920
Operario	608.600
Asesor Comercial	608.600

Fuente:Grupo de Investigación

4.5 CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO A TÉRMINO INDEFINIDO

Dado que el régimen laboral colombiano permite diferentes vínculos laborales la empresa Pulpa fresca S.A.S , contratara con carácter inicial a su personal con un contrato fijo a tres meses, el cual se toma como periodo de prueba pero que debe desembocar en la contratación mediante contrata indefinido esto con el fin de ofrecer estabilidad laboral lo que se verá reflejado en compromiso y sentido de pertenencia , esto en coherencia con el principio organizacional de la estructura hacer una *"comunidad de propósito*".

NOMBRE DEL EMPLEADOR **xxxxxxxxxxxxxxxx**	DIRECCIÓN DEL EMPLEADOR
NOMBRE DEL TRABAJADOR **xxxxxxxxxxxxxxxxx**	DIRECCIÓN DEL TRABAJADOR
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO	CARGO U OFICIO QUE DESEMPEÑARA EL TRABAJADOR **xxxxxxxxxxxxxxxx**
SALARIO **$ x00.000.oo**	
PERIODOS DE PAGO **MENSUAL**	FECHA DE INICIACIÓN DE LABORES **MM-DD-AA**
LUGAR DONDE DESEMPEÑARA LAS LABORES **YUMBO**	CIUDAD DONDE HA SIDO CONTRATADO EL TRABAJADOR **YUMBO**

Entre los suscritos a saber **XXXXXXXXXXXXXXXXXX** mayor de edad, domiciliado y residente en Yumbo, quien obra en nombre y representación **xxxxxxxxxx** quien en el presente contrato se llamará EMPLEADOR, por una parte y por otra **XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX** mayor de edad identificado (a) como aparece al pie de mi firma, con domicilio principal en el municipio Yumbo - Valle y quien en adelante se denomina TRABAJADOR se celebra el presente contrato para el cargo de que se rige por las siguientes cláusulas. **Primera**. El empleador contrata los servicios personales del trabajador para desempeñar en forma exclusiva las funciones inherentes al servicio **XXXXXXXXXXXXXXX**.

Segunda. Además de las obligaciones determinadas en la ley y en los reglamentos, el trabajador se compromete a cumplir con las siguientes obligaciones especiales: 1. A poner al servicio del empleador toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias u ordinarias del oficio mencionado y en las labores anexas y complementarias del mismo, de conformidad con los reglamentos, órdenes e instrucciones que le imparta el empleador o sus representantes observando en su cumplimiento la diligencia y el cuidado necesarios. 2. Guardar estricta reserva de todo cuanto llegue a su conocimiento por razón de su oficio y cuya comunicación a otras personas pueda causar perjuicio al empleador. 3. Prestar el servicio contratado en forma personal, en el territorio de la República de Colombia que indicare el empleador y excepcionalmente fuera de dicho territorio cuando las necesidades del servicio así lo requieran. **Parágrafo único:** Además de las prohibiciones de orden legal y reglamentario, las partes estipulan las siguientes prohibiciones especiales al trabajador: a) Solicitar préstamos especiales o ayuda económica a los clientes del empleador aprovechándose de su cargo u oficio o aceptarles donaciones de cualquier clase sin la previa autorización escrita del empleador; b) Autorizar o ejecutar sin ser de su competencia, operaciones que afecten los intereses del empleador o negociar bienes y/o mercancías del empleador en provecho propio; c) Retener dinero o hacer efectivos cheques recibidos para el empleador; d) Presentar cuentas de gastos ficticias o reportar como cumplidas visitas o tareas no efectuadas; e) Cualquier actitud en los compromisos comerciales, personales o en las relaciones sociales, que pueda afectar en forma nociva la reputación del empleador, y f) Retirar de las instalaciones donde funcione la empresa elementos, máquinas y útiles de propiedad del empleador sin su autorización escrita. El incumplimiento de cualquiera de las anteriores prohibiciones o faltas dará lugar a la terminación inmediata del contrato de trabajo. **Tercera.** El empleador pagará al trabajador por la prestación de sus servicios el salario pactado arriba, más el auxilio de transporte para este año, pagadero en las oportunidades también señaladas arriba. Dentro de este pago se encuentra

incluida la remuneración de los descansos dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo. Se aclara y se conviene que en los casos en los que el trabajador devengue comisiones o cualquiera otra modalidad de salario variable, el 82.5% de dichos ingresos, constituye remuneración ordinaria, y el 17.5% restante está destinado a remunerar el descanso en los días dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VIII del Código Sustantivo del Trabajo. **Parágrafo primero.** Las partes hacen constar que en esta remuneración queda incluido el pago de los servicios que el trabajador se obliga a realizar durante el tiempo estipulado en el presente contrato, y el de la remuneración por recargo nocturno. **Parágrafo segundo.** Si por cualquier circunstancia el trabajador prestare su servicio en día dominical o festivo, no tendrá derecho a sobre remuneración alguna, si tal trabajo no hubiere sido autorizado por el empleador, previamente y por escrito. **Parágrafo tercero** Descuentos El trabajador autoriza para que el empleador descuente cualquier suma de dinero que se cause dentro de la existencia y terminación del contrato de trabajo ya sea por concepto de préstamos, capacitaciones , alimentación a bajo costo, bonos de alimentación, vivienda, utilización de medios de comunicación, bienes dados a cargo y no reintegrados. Este descuento se podrá realizar de la nomina mensual o de las prestaciones sociales o cualquier beneficio que resulte con la ocasión de la existencia o terminación del contrato por cualquier motivo. **Cuarta.** El trabajador se obliga a laborar la jornada ordinaria máxima legal, salvo estipulación expresa y escrita en contrario en los turnos y dentro de las horas señaladas por el empleador, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en el capítulo VI artículo 25 de la Ley 789 de 2002, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma, según el artículo 167 ibídem. **Quinta.** La duración del contrato será indefinida, mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo. **Sexta.** Los primeros dos meses del presente contrato se consideran como

período de prueba y, por consiguiente, cualquiera de las partes podrá terminar el contrato unilateralmente, en cualquier momento durante dicho período. **Séptima**. INVENCIONES. Las invenciones realizadas por el trabajador le pertenecen a la empresa siempre y cuando estas sean realizadas con ocasión y dentro de la ejecución del contrato de trabajo, y como parte del cumplimiento de las obligaciones del cargo. También lo son aquellas que se obtienen mediante los datos y medios conocidos o utilizados en razón de la labor desempeñada **Octava.** Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en los artículos 62 y 63 del C.S.T., modificados por el artículo 7º del Decreto 2351 de 1965; y, además, por parte del empleador, el incumplimiento del trabajador de cualquiera de las obligaciones y prohibiciones previstas en la cláusula segunda, y las demás faltas que para el efecto se califiquen como graves en el espacio reservado para cláusulas adicionales en el presente contrato, o en el reglamento interno de trabajo, órdenes, instrucciones o prohibiciones de carácter general o particular, pactos colectivos, convenciones colectivas o laudo arbitral. **Novena.** Es obligación del trabajador presentarse adecuadamente a su lugar de trabajo y con una presentación personal impecable, esto porque la empresa debe reflejar una imagen positiva frente a sus clientes, por otro lado queda absolutamente prohibido presentarse en estado de embriaguez, o bajo la influencia de sustancias alucinógenas lo que será causal para dar por terminado de forma inmediata el presente contrato. **Décima.** Las partes podrán convenir que el trabajo se preste en lugar distinto del inicialmente contratado, siempre que tales traslados no desmejoren las condiciones laborales y sin que se afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del trabajador o impliquen perjuicios para él. **Décima primera.** Este contrato ha sido redactado estrictamente de acuerdo a la ley y la jurisprudencia y será interpretado de buena fe y en consonancia con el Código Sustantivo del Trabajo cuyo objeto, definido en su artículo 1º, es lograr la justicia en las relaciones entre empleadores y trabajadores dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. **Décima segunda.** El trabajador para

todos los efectos legales y en especial para la aplicación del parágrafo 1 del artículo 29 de la Ley 789 de 2002, se compromete a informar por escrito y de manera inmediata a el empleador cualquier cambio en su dirección de residencia, teniéndose en todo caso como suya la última dirección registrada en su hoja de vida. **Décima tercera.** El presente contrato remplaza en su integridad y deja sin efecto alguno cualquiera otro verbal, escrito o de cualquier índole celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto. Para constancia se firma en dos ejemplares del mismo tenor y valor en Yumbo -Valle, DD-MM de 2012.[58]

Nombre Representante Legal	Nombre Empleado
C.CXXX de xxx	C.CXXX de xxx
Empleador	Trabajador

4.6 MARCO LEGAL

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; por lo tanto se adoptarán y seguirán los lineamientos de la Ley 09 de 1979 del Ministerio de Salud.

[58] SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL,Ley Federal de Trabajo 2013 [En Línea], [Julio 05 de 2013] Disponible en http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma_laboral/archivos/Noviembre.%20Ley%20Federal%20del%20Trabajo%20Actualizada.

4.6.1Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S

La empresa estará regida por una sociedad de acciones simplificadas la cual estará reguardada bajo los siguientes reglamentos.

La Ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento de sus empresas de acuerdo a las necesidades.

Constitución: 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.

El titulo v de la ley 09 de 1979 del ministerio de salud reglamenta parcialmente lo relacionado con la elaboración, conservación y comercialización de Jugos, Concentrados, Néctares, Pulpas, Pulpas Azucaradas y Refrescos de Frutas.

De conformidad con el artículo 306 de la ley 09 de 1979, todos los alimentos o bebidas que se expendan bajo marca de fábrica y con nombres determinados, requerirán de registro sanitario de acuerdo con la reglamentación que para el efecto expida el Ministerio de Salud.

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. Los alimentos de origen vegetal de conformidad con el párrafo primero del artículo tercero del Decreto 3075 de 1997, se consideran como alimentos de menor riesgo en salud pública, por no estar incluidos en la clasificación de alto riesgo que señala dicho artículo y por lo tanto podrán ampararse bajo un mismo registro sanitario en las condiciones señaladas en dicho Decreto.

Cuando el país al cual se exporten estos productos exija requisitos adicionales a los de la presente reglamentación, estos se ajustarán a los requeridos por el importador.

El artículo 25 del decreto 3075 de 1997 recomienda aplicar el Sistema de Aseguramiento de la Calidad Sanitaria o inocuidad, mediante el análisis de peligros y control de puntos críticos o de otro sistema que garantice resultados similares, el cual deberá ser sustentado y estar disponible para su consulta por la autoridad sanitaria competente; el Sistema HACCP es utilizado y reconocido actualmente en el ámbito internacional para asegurar la inocuidad de los alimentos y que la Comisión Conjunta FAO/OMS del Códex Alimentarios, propuso a los países miembros la adopción del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico HACCP, como estrategia de aseguramiento de la inocuidad de alimentos y entregó en el Anexo al CAC/RCO 1-1969, Rev.3 (1997) las directrices para su aplicación.

El decreto número 60 de 2002 promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - HACCP en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación.

Estructura Jurídica

Para la constitución de una empresa de cualquier índole existen unos procedimientos a seguir y unas normas especificas que seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución y funcionamiento de una empresa son:

Requisitos Comerciales

Requisito que se debe tramitar en la Cámara de Comercio del municipio de Yumbo y en cualquier Notaria local; teniendo en cuenta:

Reunir los socios para constituir la empresa.

Verificar en la Cámara de Comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se le va dar a la empresa a crear.

Elaborar la minuta de constitución y presentarlas en la notaria con los siguientes datos básicos: Nombre o razón social; objeto social; clase de sociedad y socios; nacionalidad; duración; domicilio; aporte de capital; representante legal y facultades; distribución de utilidades; causales de disolución; obtener la Escritura Pública Autenticada en la Notaria; matricular la Sociedad en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, Diario Mayor y Balances, Inventarios, Actas; obtener Certificado de Matricula Mercantil. Requisitos de Funcionamiento: Son tramitados en la Alcaldía del municipio de Yumbo Valle.

Obtener el Registro de Industria y Comercio en la Tesorería y diligenciarlo.

Tramitar el Concepto de Bomberos.

Tramitar el Permiso de Planeación Municipal.

Solicitar el concepto sobre las condiciones sanitarias del establecimiento.

Requisitos de Seguridad Laboral: Se deben tramitar en una E.P.S, Cajas de compensación Familiar, Fondo de Pensiones, SENA, e ICBF.

Inscribir a los trabajadores en la E.P.S y Fondo de Pensiones.

Inscribir la empresa en el ICBF, SENA y Caja de Compensación Familiar.

Inscribir a los trabajadores a una A.R.P.

Requisitos Tributarios: Son tramitados en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales; DIAN.

Solicitar el Formulario de Registro Único Tributario (RUT)

Solicitar el Número de Identificación Tributaria (NIT)

Los artículos 60 y 333 de la constitución política de Colombia rezan que el Estado promoverá de acuerdo con la Ley de acceso a la propiedad y que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. [59]

Por disposición de la Ley 28 de 1931, es obligatorio matricular toda empresa o negocio y registrar en la Cámara de Comercio aquellos documentos en los cuales constan actos que pueden afectar a terceros.

La constitución de una sociedad, una reforma de sus estatutos, el cambio de gerente o Junta Directiva, la disolución de una sociedad, su liquidación o quiebra, las inhabilidades para ejercer el comercio, la autorización a un menor, para ser comerciante, en fin toda la vida de los negocios, debe inscribirse ante la Cámara. Para dar cumplimiento a la Ley 716 del 2001 y al Decreto 122 de 2002, a partir del

[59] CONSTITUCIÓN POLITICA DE COLOMBIA, Artículos 60 y 333**,**2012 [En Línea], [Mayo 20 de 2012] Disponible en http://structio.sourceforge.net/leg/constitucion.html

5 de agosto de 2002 se tramitará la asignación del Número de Identificación Tributario (NIT) a través de la Cámara de Comercio local.

5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONOMICO

El estudio financiero y económico es la última etapa del estudio para determinar la viabilidad del proyecto de crear una manufacturera de pulpa de fruta lulo, mora y maracuyá en el Municipio de Yumbo.

En este estudio se determina los recursos que se necesitan para financiar el proyecto, cuál sería la inversión en estructura, equipos, mano de obra etc, también se realizan proyecciones de los gastos y costos de la empresa, al igual que de los activos y pasivos, parámetros generales administrativos del funcionamiento de una empresa como lo son los parámetros laborales, económicos, recaudos y pagos, en este capítulo se sintetiza toda la información numérica sobre el inicio de un proyecto de empresa.

5.1 INVERSION INICIAL

La inversión inicial es el valor individual de los rubros de los activos tangibles e intangibles y de capital de trabajo que se van a generar en el momento de iniciar con el proyecto.

La estimación de la inversión se basa en cotizaciones de los bienes y servicios que se van a utilizar en la ejecución del proyecto, forma parte de infraestructura del negocio, esta es la base para iniciar la producción del mercado al cual se va a dirigir.

En el cuadro 1 veremos el detalle de los recursos que son necesarios para iniciar con las operaciones de manufactura de pulpa de fruta, la cual es en un 50% aportes de los socios y el 50% con un préstamo financiero, el cual se cancela en un plazo de 12 meses, desde la fecha de iniciación de la misma. Ver cuadro 1 Pág.187.

5.1.1 Depreciación

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente desgaste que ese activo a sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso.

En el siguiente cuadro veremos la depreciación proyectada en pesos que se estima durante los 5 años siguientes**. Ver cuadro 2 pág. 188**

5.2 BALANCE INICIAL

El balance es un documento que permite conocer la situación financiera y los resultados de pérdidas o ganancias de una empresa. Por una parte muestra los activos, y por la otra los pasivos. Es decir, se muestra la situación patrimonial y financiera de la empresa y el origen de la situación en determinado periodo.

5.2.1 Balance Inicial sin Financiación

EL balance inicial sin financiación es el que se realiza en el momento de iniciar la empresa, en el cual se registran los activos, los pasivos y el patrimonio con recursos propios. Cuando se crea una empresa se debe aportar determinada cantidad de activos, en el **cuadro 3** veremos la proyección del balance inicial de la comercializadora y distribuidora de pulpa de frutas sin tomar crédito con alguna entidad financiera. **Ver pág. 188.**

5.2.2 Balance Inicial con Financiación en Pesos

En el balance inicial con financiación se detalla el estado económico de la empresa tomando como base las inversiones y la financiación adquirida para el capital inicial, como se mencionó anteriormente para llevar a cabo este proyecto se tomara el 50% de la inversión total con financiación por medio de una entidad. **Ver cuadro 4 pág. 189**

Cuadro 1 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL EN PESOS			
ACTIVOS FIJOS	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Oldani 4 Gavetas	3	479.900	1.439.700
Sillas Gerenciales	3	120.000	360.000
Meson en acero inoxidable	1	800.000	800.000
Recipiente para mezcla en acero inoxidable	3	450.000	1.350.000
Mezclador en Acero Inoxidable	3	150.000	450.000
Estanterias	3	80.000	240.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**4.639.700**
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora Brother Laser	1	185.000	185.000
Computadores AIO SAMSUNG DP300A2A-B01CO	2	1.200.000	2.400.000
PBX	1	110.000	110.000
FAX	1	120.000	120.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**2.815.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Balanza electronica	1	420.000	420.000
Multifuncional (empacadora,llenadora y selladora)	1	7.850.000	7.850.000
Nevera Industrial mixta congelacion y refrigeración producto terminado	1	1.800.000	1.800.000
Refrigerador Industrial	1	1.400.000	1.400.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**11.470.000**
VEHICULOS			
Motocicleta con Termoking	1	5.000.000	5.000.000
TOTAL VEHICULOS			**5.000.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**23.924.700**
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
registro camara de comercio	1	179.475	179.475
escritura publica	1	123.382	123.382
Bomberos	1	55.000	55.000
Uso de Suelos	1	16.000	35.000
Sayco Acimpro	0	0	0
Registro de Invima	1	169.187	169.187
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION			**562.044**
ADECUACIONES			
Electrica	1	380.300	380.300
Pintura	1	500.000	500.000
TOTAL ADECUACIONES			**880.300**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Celular Nokia 1100	2	50.000	100.000
Telefono	1	30.000	30.000
Set De Cuchillos Para Chef	2	25.000	50.000
Cafetera LG	1	52.900	52.900
Vasos En Vidrio	8	950	7.600
Cucharas Mesa	8	600	4.800
Tenedores Mesa	8	600	4.800
Cuchillos Mesa	10	600	6.000
Vaso Café	10	1.200	12.000
Plato Café	20	950	19.000
Lamparas	8	25.000	200.000
Papeleras	5	20.000	100.000
Sillas Rimax	10	18.000	180.000
Calculadora	4	15.000	60.000
Cosedora	4	5.000	20.000
Perforadora	4	5.000	20.000
Dispensador de Cinta	3	4.500	13.500
Guillotina	1	25.000	25.000
Grapadora Triton	2	12.800	25.600
Perforadora Nhitan	2	14.900	29.800
Sacaganchos Triton	2	1.700	3.400
Dispensador De Cinta	2	19.100	38.200
Kit De Almohadilla Y Sello	2	8.700	17.400
Punto Ecologico Ecomundo Rimax	1	80.000	80.000
Trapero	1	8.000	8.000
Recojedor	1	7.000	7.000
Escoba	1	10.000	10.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**1.125.000**
ACTIVOS INTANGIBLES			
Caja software OFFICE y Licencia 5 Und	1	2.000.000	2.000.000
Caja software y Licencia Antivirus 5 Und	1	500.000	500.000
Pagina WEB	1	1.200.000	1.200.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**3.700.000**
PUBLICIDAD PRE OPERATIVA			
Papeleria Preoperativa	1	335.000	335.000
Publicidad Pre Operativa	1	1.160.000	1.160.000
TOTAL PUBLICIDAD PRE OPERATIVA			**1.495.000**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**7.762.344**
CAPITAL DE TRABAJO			
Nominas	3	5.600.164	16.800.493
Gastos de administracion	3	621.620	1.864.860
Gastos de ventas	3	1.205.740	3.617.220
Inventario	3	464.000	1.392.000
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			**23.674.573**
TOTAL INVERSION			**55.361.617**
% DE INVERSION A FINANCIAR			50,00%
INVERSION A FINANCIAR			**27.680.809**
MESES A DIFERIR			12
VALOR DIFERIDO			**646.862**

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 2 Depreciación

DEPRECIACIÓN EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	128.881	1.546.567	1.546.567	1.546.567		
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	5	46.917	563.000	563.000	563.000	563.000	563.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	191.167	2.294.000	2.294.000	2.294.000	2.294.000	2.294.000
VEHICULOS	5	83.333	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
TOTAL		450.297	5.403.567	5.403.567	5.403.567	3.857.000	3.857.000
MESES AÑO	12						

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 3 Balance Inicial sin Financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
Activos Corrientes	
CAJAS BANCOS	23.674.573
CXC	
INVENTARIO	
Total Activos Corrientes	**23.674.573**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000
VEHICULOS	5.000.000
Depreaciacion acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**
Activos Diferidos	
Diferidos	7.762.344
Total Activos Diferidos	**7.762.344**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**
PASIVOS	
Pasivos Corrientes	
CXP	0
Cesantias xP	0
Intereses de Cesantias	0
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0
Ica x Pagar	0
Impuesto de Renta x Pagar	0
Impsto de Renta para la Equidad	0
Total Pasivos Corrientes	**0**
Pasivos No Corrientes	
Obligaciones Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital Social (Aportes)	55.361.617
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0
TOTAL PATRIMONIO	**55.361.617**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 4 Balance Inicial con Financiación

BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
Activos Corrientes	
CAJAS BANCOS	23.674.573
CXC	
INVENTARIO	
Total Activos Corrientes	**23.674.573**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000
VEHICULOS	5.000.000
Depreaciacion acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**
Activos Diferidos	
Diferidos	7.762.344
Total Activos Diferidos	**7.762.344**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**
PASIVOS	
Pasivos Corrientes	
CXP	0
Cesantias xP	0
Intereses de Cesantias	0
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0
Ica x Pagar	0
Impuesto de Renta x Pagar	0
Impuesto de Renta para la Equidad x Pagar	0
Total Pasivos Corrientes	**0**
Pasivos No Corrientes	
Obligaciones Financieras	27.680.809
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**27.680.809**
TOTAL PASIVOS	**27.680.809**
PATRIMONIO	
Capital Social (Aportes)	27.680.809
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0
TOTAL PATRIMONIO	**27.680.809**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**

Fuente: Grupo de Investigación

5.3 TABLA DE AMORTIZACION EN PESOS

En esta tabla se detalla el comportamiento de la financiación que se va a realizar para cubrir el 100% de la inversión inicial que como se había proyectado, esta financiación seria por el 50% es decir $27.680.809, en el siguiente cuadro vemos el comportamiento de los intereses y de la amortización de la deuda, las cuotas que se cancelaran por este crédito serán por valor de $854.116 cuotas fijas durante 5 años con una tasa EA de 31.29% y una tasa mensual de 2,29%. Ver cuadro 5.

Cuadro 5 Amortización en Pesos

TABLA DE AMORTIZACION EN PESOS	
VALOR PRESTAMO	27.680.809
TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	31,29%
TASA NOMINAL MENSUAL	27,53%
TASA MENSUAL	2,29%
numero de periodos	12
numero de cuotas	60

Fuente: Grupo de Investigación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Interes	7.263.595	6.329.339	5.102.754	3.492.371	1.378.099	**23.566.158**
Amortizacion	2.985.798	3.920.054	5.146.639	6.757.023	8.871.295	**27.680.809**
	10.249.393	**10.249.393**	**10.249.393**	**10.249.393**	**10.249.393**	

Fuente: Grupo de Investigación

No de cuota	Cuota	Interes	Amortizacion	Saldo
0				27.680.809
1	854.116	635.159	218.957	27.461.852
2	854.116	630.135	223.981	27.237.871
3	854.116	624.996	229.121	27.008.750
4	854.116	619.738	234.378	26.774.372
5	854.116	614.360	239.756	26.534.616
6	854.116	608.859	245.257	26.289.359
7	854.116	603.231	250.885	26.038.474
8	854.116	597.474	256.642	25.781.833
9	854.116	591.586	262.531	25.519.302
10	854.116	585.562	268.554	25.250.748
11	854.116	579.399	274.717	24.976.031
12	854.116	573.096	281.020	24.695.011
13	854.116	566.648	287.469	24.407.542
14	854.116	560.051	294.065	24.113.477
15	854.116	553.304	300.812	23.812.665
16	854.116	546.401	307.715	23.504.950
17	854.116	539.341	314.775	23.190.175
18	854.116	532.118	321.998	22.868.177
19	854.116	524.729	329.387	22.538.790
20	854.116	517.171	336.945	22.201.845
21	854.116	509.440	344.676	21.857.169
22	854.116	501.531	352.585	21.504.584
23	854.116	493.441	360.676	21.143.908
24	854.116	485.165	368.952	20.774.956
25	854.116	476.699	377.417	20.397.539
26	854.116	468.039	386.078	20.011.461
27	854.116	459.180	394.936	19.616.525
28	854.116	450.117	403.999	19.212.526
29	854.116	440.847	413.269	18.799.258
30	854.116	431.365	422.752	18.376.506
31	854.116	421.664	432.452	17.944.054
32	854.116	411.741	442.375	17.501.679
33	854.116	401.591	452.526	17.049.154
34	854.116	391.207	462.909	16.586.245
35	854.116	380.585	473.531	16.112.714
36	854.116	369.720	484.396	15.628.317
37	854.116	358.605	495.511	15.132.806
38	854.116	347.235	506.881	14.625.925
39	854.116	335.604	518.512	14.107.413
40	854.116	323.706	530.410	13.577.003
41	854.116	311.536	542.580	13.034.422
42	854.116	299.086	555.030	12.479.392
43	854.116	286.350	567.766	11.911.626
44	854.116	273.322	580.794	11.330.832
45	854.116	259.995	594.121	10.736.711
46	854.116	246.363	607.753	10.128.958
47	854.116	232.417	621.699	9.507.259
48	854.116	218.152	635.964	8.871.295
49	854.116	203.559	650.557	8.220.738
50	854.116	188.632	665.484	7.555.254
51	854.116	173.362	680.755	6.874.499
52	854.116	157.741	696.375	6.178.124
53	854.116	141.762	712.354	5.465.770
54	854.116	125.417	728.699	4.737.071
55	854.116	108.696	745.420	3.991.650
56	854.116	91.592	762.524	3.229.126
57	854.116	74.095	780.021	2.449.105
58	854.116	56.197	797.919	1.651.186
59	854.116	37.888	816.228	834.957
60	854.116	19.159	834.957	0
		23.566.158	**27.680.809**	

5.4 PARAMETROS GENERALES

5.4.1 Parámetros Económicos

Los parámetros económicos expuestos a continuación proyectados a 5 años estiman el *IPC*[60](índice en el que se cotejan mensualmente, la evolución del nivel de precios de bienes y servicios de consumo), los impuestos que debo pagar por la actividad económica que se desarrollara y la reserva legal que se debe aprovisionar. Son también de gran importancia para la toma de decisiones y la anticipación a los cambios. El impuesto de Industria y comercio ICA *Lo genera el ejercicio de una actividad dentro de la jurisdicción de Yumbo, en forma directa o indirecta, por personas o sociedades de hecho permanente u ocasional, en inmuebles determinados con el establecimiento de comercio o sin él*[61]*.* Código de Actividad Comercial 2-08 Otras actividades comerciales Tarifa por mil 10 por mil. Ver cuadro 6.

Cuadro 6 Parámetros Económicos

PARAMETROS ECONOMICOS					
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
IPC	3,24%	3,09%	2,95%	2,82%	2,70%
TRM($/US$)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
INCREMENTO PORCENTUAL PRECIOS	1,53%	1,53%	1,53%	1,53%	1,53%
INCREMENTO PORCENTUAL COSTOS	1,41%	1,41%	1,41%	1,41%	1,41%
INCREMENTO UNIDADES	3,05%	3,07%	3,09%	3,08%	3,10%
IVA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO (INC	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ICA (TARIFA X MIL)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
IMPUESTO DE RENTA	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
IMPUESTO DE RENTA PARA LA EQUIDAD	9,00%	9,00%	9,00%	8,00%	8,00%
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Fuente: Grupo de Investigación

[60] Proyecciones de mediano plazo cifras Grupo Bancolombia.- 2012. [en línea]. Colombia: 2012. [consultado 26 de Marzo de 2012]. Disponible en Internet: http://saladeprensa.grupobancolombia.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheadername1=content-type&blobheadername2=Content-Disposition&blobheadername3=MDT-Type&blobheadervalue1=application/pdf&blobheadervalue2=inline%3b+filename%3Dmyfile&blobheadervalue3=abinary%253B%2Bcharset%253DUTF-8&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1266523186942&ssbinary=true

5.4.2 Parámetros Laborales

Con el fin de cumplir con todos los requerimientos de la legislación laboral colombiana vigente se evalúan y calculan todos los aspectos que tienen lugar para el cálculo de las nóminas de los diferentes colaboradores con los que se establecerá una relación laboral. *El acuerdo logrado en la mesa de concertación entre empresarios y trabajadores dejó como producto un decreto que reglamentó de ésta manera el salario mínimo: Salario mínimo será de 608.600 pesos (su incrementó fue de $ 41.900, el Subsidio de transporte será de $ 72.784*[62] **Ver cuadro 7**

Cuadro 7 Parámetros Laborales

PARAMETROS LABORALES	
SALARIO MINIMO LEGAL VIGENTE	608.600
AUXILIO DE TRANSPORTE	72.784
CESANTIAS	8,33%
INTERESES A LAS CESANTIAS	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,16%
SALUD	0,00%
PENSIONES	12,00%
ARL	0,5226%
CAJA DE COMPENSACION	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Grupo de Investigación

5.4.3 Cargos y Salarios

A continuación se relaciona la estructura jerárquica de la empresa y la tabla salarial para cada cargo. Ver Cuadro 8 pág. 193.

[62] Parámetros Laborales. [en línea]. Colombia: 2012. [consultado 26 de Marzo de 2012]. Disponible en Internet: http://www.businesscol.com/empresarial/tributarios/salario_minimo.htm

Los factores que condicionan los sueldos y salarios determinando su valor son:

- Tipo de cargo de la empresa
- Situación económica del país
- Capacidad financiera de la empresa
- Agencia de Empleos

Cuadro 8 Cargos

CARGOS	
NOMBRE CARGO	**SALARIO**
Administrador de Empresas	1.032.400
Secretaria	608.600
Jefe Operativo	825.920
Operario	608.600
Vendedor	608.600

Fuente: Grupo de Investigación

5.4.4 Parámetros Recaudos y Pagos

Teniendo en cuenta el margen de contribución calculado para la compañía se decidió hacer un porcentaje de las ventas a crédito que se consideran importantes para la fidelización de los clientes. Gracias a negociaciones con los proveedores se obtuvo financiación en las compras de los inventarios de un 80% a partir del segundo mes de funcionamiento porcentajes que se pueden apreciar en el cuadro 9.

Cuadro 9 Recaudos

RECAUDOS	
CONTADO	80%
CREDITO	20%
PLAZO (dias)	30

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 10 Pagos

PAGOS	
CONTADO	80%
CREDITO	20%
PLAZO (dias)	30

Fuente: Grupo de Investigación

5.4.5 Parámetros Gastos de Administración

Es los siguientes cuadros se reflejan los gastos en los que se incurre para el debido funcionamiento de la comercializadora de pulpa de fruta, garantizando sus procesos y actividades de comercialización del producto. **Ver cuadro 11.**

Cuadro 11 Gastos de Administración

Permisos y Licencias	
Bomberos	55.000
Uso de Suelos	16.000
SAYCO ACIMPRO	0
Registro de Invima	169.187
Higiene y Sanidad	70.000

fuente: Permisos y Licencias Centros Especializados Permisos Yumbo CEPY

Registro Cámara De Comercio	
Limite Inferior	19.453.500
Limite Superior	20.632.500
Promedio	20.043.000
Porcentaje	0,90%
Valor Registro CCC	**179.475**

Fuente: Camara Comercio Cali

Escritura de Constituciòn	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritura de Constituciòn (0,29% Capital Socia	0,29%		23.924.700
Registro	1	69.382	69.382
Autenticación	10	5.400	54.000
Total Gastos de Constitución			**123.382**

Adecuaciones E Instalaciones	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tomas de Energia	8	3.000	24.000
Conductores electricos	1	120.000	120.000
Cable 8 AWG	20	3.280	65.600
Terminales de Ojo	10	580	5.800
Termoencogible	5	980	4.900
Mano de Obra (Instalaciones Electricas)	1	160.000	160.000
Total Instalaciones Electricas			**380.300**
Cuñete de Pintura	2	192.000	384.000
Rodillo	4	8.000	32.000
Lijas de agua	8	670	5.360
Galon de Pintura de Aceite	2	45.000	90.000
Brocha	4	7.000	28.000
Botella Disolvente	4	15.000	60.000
Mano de Obra	1	130.000	130.000
Total Adecuacion Pintura			**729.360**

Diseño Pagina WEB	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sitio Web de 5 páginas internas, promedio 500 palabras por página Incluye: * Galería de imágenes (edición y presentación de hasta 20 imágenes) *Banner Informativos *Una pagina exclusiva pra descargas * Un formulario de contacto *Una Pagina Servicio al Cliente * Soporte (telefónico, correo, skype u otro) * Optimización SEO básica y presentación de su página a los principales buscadores * Registro de su página en 15 de directorios web (Posicionamiento web)	1	1.200.000	1.200.000
Total Diseño Pagina WEB			**1.200.000**

Papeleria Preoperativa	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Talonario de facturas de Venta	5	10.000	50.000
Portafolio de productos	10	8.000	80.000
Hoja Membreteadas	100	650	65.000
Sobres con el logos	100	400	40.000
Tarjetas de presentacion	1.000	100	100.000
Total Papeleria Preoperativa			**335.000**

Fuente: Grupo de Investigación

Publicidad Preoperativa	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Plegables	60	1.000	60.000
Volantes	1.000	300	300.000
Pendones	8	100.000	800.000
Total Papeleria Preoperativa			**1.160.000**

Fuente: Grupo de Investigación

5.5 PARAMETROS GASTOS Y COSTOS

En él se enumeran todos los gastos administrativos en que incurre la empresa para el inicio de actividades de funcionamiento, entre los cuales se encuentra los gastos administrativos, útiles de oficina y papelería, implementos de aseo y cafetería más gastos de ventas que en total en el primer mes suman un total de cuatro millones treinta y mil quinientos cincuenta pesos. ($4.030.550) **ver cuadro 12 pág. 197.**

Cuadro 12 Parámetros Gastos

PARAMETROS GASTOS			
CAFETERIA			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Vasos Desechables 3 OZ	10	981	9.808
Vasos Desechables 5 OZ	7	1.342	9.395
Servilletas	4	2.065	8.259
cucharas	1	1.549	1.549
café	2	11.356	22.713
aromaticas	5	3.613	18.067
té (nestea)	3	4.130	12.389
TOTAL CAFETERIA			**82.179**
PAPELERIA			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Resma de Papel	2	9.292	18.583
caja de lapiceros	1	3.097	3.097
Caja de Gancho para legajar	3	878	2.633
Caja de Gancho para cosedora	4	1.084	4.336
Tintas para impresora	4	7.227	28.907
Sobres de manila carta	100	155	15.486
Sobres de manila oficio	100	206	20.648
Pegastick x 40 grs.	2	4.594	9.188
Marcadores (Borrables y Permanentes)	4	723	2.891
Resaltadores	3	1.136	3.407
Clips y Chinches	4	1.239	4.956
Otros implementos	1	21.267	21.267
TOTAL PAPELERIA			**135.399**
SERVICIOS ADMINISTRACIÓN			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Alquiler de Bodega	1	1.238.880	1.238.880
Limpieza Oficina Medio Tiempo	1	309.720	309.720
Vigilancia	1	427.414	427.414
Acueducto y alcantarilldo	1	175.508	175.508
Energia	1	1.032.400	1.032.400
Telefono	1	72.268	72.268
Internet	1	56.782	56.782
Honorarios Contables	1	500.000	500.000
TOTAL SERVICIOS ADMINISTRACIÓN			**3.812.972**
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN			**4.030.550**
GASTOS DE VENTAS			
CONCEPTO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Telefono Celular	2	72.165	144.330
Mantenimiento Motocicleta	1	247.776	247.776
Gasolina Motocicleta	10	9.209	92.090
SOAT	1	258.100	258.100
Impuesto Rodamiento Motocicleta	1	129.050	129.050
TOTAL GASTOS DE VENTAS			**742.296**

Fuente: Grupo de Investigación

5.5.1 Gastos por Compra

Este cuadro representa las cantidades de fruta en Kilo que se deben comprar según el pronóstico de compras que se elaboró en el análisis financiero se puede ver la unidad de medida de los insumos que son las cantidades de

comprar para **el inicio de actividad del primer mes** para ser sometido al proceso de comercialización de la pulpa de fruta, teniendo en cuenta el precio unitario de cada paquete por 8 kilos de pulpa. **Ver cuadro 13.**

Cuadro 13 Gastos por Compras

PRECIOS DE REFERENCIA			
PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESTEVIA LIQUIDA LITROS	1	40.000	40.000
PULPA DE MORA DE CASTILLA x 8 KILOS	1	12.000	12.000
PULPA DE MARACUYA x 8 KILOS	1	10.400	10.400
PULPA DE LULO x 8 KILOS	1	14.400	14.400
EMPAQUE PELÍCULAS DE POLIETILENO X 100 UNIDADES	1	10.000	10.000
ETIQUETA X 100 UNIDADES	1	15.000	15.000

Fuente: Grupo de Investigación

PRECIO UNITARIO			
PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESTEVIA LIQUIDA LITROS	1	40.000	40.000
PULPA DE MORA DE CASTILLA KILO	8	1.500	12.000
PULPA DE MARACUYA KILO	8	1.300	10.400
PULPA DE LULO KILO	8	1.800	14.400
EMPAQUE PELÍCULAS DE POLIETILENO UNIDAD	100	100	10.000
ETIQUETA UNIDAD	100	150	15.000
HORAS MENSUALES DE PRODUCCIÓN	192	11.385	2.185.935
CIF MENSUALES	1	2.552.768	2.552.768

Fuente: Grupo de Investigación

5.5.2 Costos por Proceso

En los cuadros se muestra la proyección de los costos indirectos de fabricación de cada uno de los productos a comercializar como son la mora, la maracuyá y el lulo.

El costeo por procesos nos permite tener claridad para computar los costos de cada producto a ofrecer. Los costos del producto son determinados mediante el cálculo de las cantidades necesarias para el proceso teniendo en cuenta los precios unitarios.**Ver cuadro 15 pág. 199.**

Cuadro 14 Costos por Proceso

CALCULO DE COSTOS POR PROCESO DE LA MARACUYA x 20 KILOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pulpa de Maracuya	20	1.300	26.000
Estevia	300	40	12.000
Empaque	20	100	2.000
Etiqueta	20	150	3.000
Total Materia Prima		**1.590**	**43.000**

Fuente: Grupo de Investigación

CALCULO DE COSTOS POR PROCESO DE LA LULO x 20 KILOS			
PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pulpa de Lulo	20	1.800	36.000
Estevia	300	40	12.000
Empaque	20	100	2.000
Etiqueta	20	150	3.000
Total Materia Prima		**2.090**	**53.000**

Fuente: Grupo de Investigación

5.5.3 Márgenes Brutos

En el cuadro 15 tenemos la información del precio de venta de los productos el cual suele representarse como costo + utilidad o margen de utilidad, puesto que el precio de venta debe cubrir el costo del producto más la rentabilidad esperada.

Teniendo en cuenta que el margen de utilidad esperada para cada uno de los productos es del 90 % sobre el valor de costo.

El costo se haya tomado el total de la materia prima utilizada en cada producto, luego se divide por la capacidad de producción de la máquina y de ahí se multiplica por la presentación a ofrecer que es de un kilo. **Ver cuadro 15 pág. 200.**

Cuadro 15 Márgenes Bruto

MARGENES BRUTOS			
PRODUCTO	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Pulpa de fruta mora 1000gr	2350	90%	4.465
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	2.150	90%	4.085
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	2.650	90%	5.035

Fuente: Grupo de Investigación

Para hallar el costo con MDO y CIF se hizo de la siguiente manera:

Se tomo el resultado del costo de los márgenes brutos del cuadro anterior sumado con la mano de obra de cada pulpa, más el costo indirecto de fabricación. (2.350+182+213 =2744)

MARGENES BRUTOS CON MANO DE OBRA + CIF			
PRODUCTO	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Pulpa de fruta mora 1000gr	2.744	90%	5.215
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	2.544	90%	4.835
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	3.044	90%	5.785

Fuente: Grupo de Investigación

5.5.4 Inventarios

Implica la determinación de la cantidad de inventario que deberá tener para poner en marcha la comercialización con que arranca la empresa, las cantidades de unidades a ordenar, con el fin de empezar a cubrir y satisfacer de inmediato las demandas de los clientes.

La empresa debe determinar el nivel apropiado de inventarios en términos de la opción entre los beneficios que se esperan no incurriendo en faltantes y el costo de mantenimiento. Ver cuadro 16 pág 201.

Cuadro 16 Inventarios

CUADRO INVENTARIO			
PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESTEVIA LIQUIDA LITROS	3	40.000	120.000
PULPA DE MORA DE CASTILLA x 8 KILOS	5	12.000	60.000
PULPA DE MARACUYA x 8 KILOS	5	10.400	52.000
PULPA DE LULO x 8 KILOS	5	14.400	72.000
EMPAQUE PELÍCULAS DE POLIETILENO X 100 UNIDADES	7	10.000	70.000
ETIQUETA X 100 UNIDADES	6	15.000	90.000
TOTAL INVENTARIO			**464.000**

Fuente: Grupo de Investigación

PARÁMETROS PARA LA ASIGNACIÓN DE MANO DE OBRA				
PRODUCTO	PORCENTAJE DEDICACION MO	PORCENTAJE CONTRIBUTIVO DEL TOTAL DE LA NOMINA	PRODUCCION MINIMA POSIBLE AL MES	CMO UNITARIO
Pulpa de fruta mora 1000gr	33%	727.916	4.000	182
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	33%	727.916	4.000	182
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	33%	727.916	4.000	182
TOTAL	**100%**	**2.183.749**	**12.000**	**546**

Fuente: Grupo de Investigación

PARÁMETROS PARA ALA ASIGNACIÓN DE LOS CIF				
PRODUCTO	PORCENTAJE DEDICACION CIF	PORCENTAJE CONTRIBUTIVO DEL TOTAL DE LA NOMINA	PRODUCCION MINIMA POSIBLE AL MES	CIF UNITARIO
Pulpa de fruta mora 1000gr	33%	850.072	4.000	213
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	33%	850.072	4.000	213
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	33%	850.072	4.000	213
TOTAL	**100%**	**2.550.215**	**12.000**	**638**

Fuente: Grupo de Investigación

5.6 PROYECCIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Comprende los gastos de administración y ventas en que incurre la comercializadora de pulpa de fruta, ***pulpa fresca*** para su funcionamiento, en los cuales tenemos los gastos administrativos como lo son: cafetería, papelería, alquiler de bodega, limpieza oficina, acueducto y alcantarillado, energía, teléfono, internet y honorarios que en total en el primer mes suman un total de seiscientos veinte un mil seiscientos veinte ($ 621.620) **ver cuadro 17 en la pág.202.**

5.7 NOMINA

La nómina es un recibo individual de salarios, referido a meses naturales. La preparación de cheques o de la transferencia bancaria de nómina constituye una función generalmente separada del mantenimiento de los registros que muestran el salario, cargo, tiempo de trabajo, deducciones y devengados, adiciones de nómina y demás datos relacionados con el personal, que deberán conservarse con el comprobante del abono y los boletines de cotización a la Seguridad Social.

5.7.1 Nomina de Administración y Ventas

En la nómina administrativa se realiza una proyección de salarios de 5 años de los tres colaboradores de esta área como lo son el administrador, la secretaria y el vendedor, teniendo en cuenta todos los aportes fiscales y parafiscales que por ley se deben cancelar, lo cual nos da una nómina mensual por valor de $3.414.229. **Ver cuadro 18 pág.203.**

5.7.2 Nomina de Producción

En la nómina de producción se cuenta con 2 servidores que son: el jefe operativo y el operario en la cual se hace una proyección de nómina a 5 años, donde se muestran los gastos necesarios para desempeñarse durante ese tiempo sin tener retrasos en el pago y además con todas las prestaciones de ley. **Ver cuadro 19 pág.204.**

Cuadro 17 Gastos en Pesos

GASTOS EN PESOS																	
GASTOS ADMINISTRACION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CAFETERIA	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	82.179	986.148	1.016.620	1.046.611	1.076.125	1.105.181
PAPELERIA	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	135.399	1.624.791	1.674.997	1.724.410	1.773.038	1.820.910
Alquiler de Bodega	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	1.486.656	1.532.594	1.577.805	1.622.299	1.666.101
Limpieza Oficina Medio Tiempo	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	46.458	557.496	574.723	591.677	608.362	624.788
Acueducto y alcantarilldo	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	210.610	217.117	223.522	229.826	236.031
Energia	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	1.238.880	1.277.161	1.314.838	1.351.916	1.388.418
Telefono	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	7.227	86.722	89.401	92.039	94.634	97.189
Internet	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	5.678	68.138	70.244	72.316	74.355	76.363
Honorarios Contables	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000	1.237.080	1.273.574	1.309.489	1.344.845
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**621.620**	**7.459.441**	**7.689.938**	**7.916.791**	**8.140.045**	**8.359.826**
GASTOS VENTAS																	
Alquiler de Bodega	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	123.888	1.486.656	1.532.594	1.577.805	1.622.299	1.666.101
Limpieza Oficina Medio Tiempo	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	15.486	185.832	191.574	197.226	202.787	208.263
Acueducto y alcantarilldo	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	42.741	512.896	528.745	544.343	559.693	574.805
Energia	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	17.551	210.610	217.117	223.522	229.826	236.031
Telefono	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	103.240	1.238.880	1.277.161	1.314.838	1.351.916	1.388.418
Internet	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	14.454	173.443	178.803	184.077	189.268	194.378
Honorarios Contables	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	17.035	204.415	210.732	216.948	223.066	229.089
Telefono Celular	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	144.330	1.731.954	1.785.472	1.838.143	1.889.979	1.941.008
Mantenimiento Motocicleta	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	2.973.312	3.065.187	3.155.610	3.244.599	3.332.203
Gasolina Motocicleta	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	92.090	1.105.081	1.139.228	1.172.835	1.205.909	1.238.469
SOAT	258.100												258.100	266.075	273.925	281.649	289.254
Impuesto Rodamiento Motocicleta	129.050												129.050	133.038	136.962	140.825	144.627
TOTALGASTOS DE VENTAS	**1.205.740**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**818.590**	**10.210.230**	**10.525.726**	**10.836.235**	**11.141.816**	**11.442.645**
GASTOS DEPRECIACION	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	5.403.567	5.403.567	5.403.567	3.857.000	3.857.000
GASTOS DIFERIDOS	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	672.562	8.070.744	0	0	0	0
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	**2.950.219**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**2.563.069**	**31.143.981**	**23.619.230**	**24.156.592**	**23.138.861**	**23.659.471**
GASTOS AL FLUJODE CAJA	**1.827.360**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**1.440.210**	**17.669.671**	**18.215.664**	**18.753.026**	**19.281.861**	**19.802.471**
CIF																	
Alquiler de Bodega	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	991.104	11.893.248	12.260.749	12.622.441	12.978.394	13.328.811
Limpieza Oficina Medio Tiempo	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	247.776	2.973.312	3.065.187	3.155.610	3.244.599	3.332.203
Acueducto y alcantarilldo	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	140.406	1.684.877	1.736.939	1.788.179	1.838.606	1.888.248
Energia	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	9.911.040	10.217.291	10.518.701	10.815.329	11.107.342
Telefono	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	57.814	693.773	715.210	736.309	757.073	777.514
Internet	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	39.747	476.969	491.707	506.212	520.488	534.541
Honorarios Contables	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	3.000.000	3.092.700	3.183.935	3.273.722	3.362.112
TOTAL GASTO DE PRODUCCION	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**2.552.768**	**30.633.218**	**31.579.785**	**32.511.389**	**33.428.210**	**34.330.771**

Cuadro 18 Nomina de Administración y Ventas

NOMINA DE ADMINISTRACION Y VENTAS EN PESOS																	
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Administrador de Empresas	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	1.032.400	12.388.800	12.771.614	13.148.377	13.519.161	13.884.178
Secretaria	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
Vendedor	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
TOTAL	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	26.995.195	27.829.347	28.650.312	29.458.251	30.253.624
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																	
PERSONAS CON AUXILIOS	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3					
SALARIOS	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	26.995.195	27.829.347	28.650.312	29.458.251	30.253.624
AUXILIO DE TRANSPORTE	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	2.620.231	2.701.196	2.780.882	2.859.302	2.936.504
CESANTIAS	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	2.466.965	2.543.194	2.618.218	2.692.052	2.764.738
INTERESES A LAS CESANTIAS	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	24.680	296.154	305.305	314.312	323.176	331.901
PRIMAS	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	205.580	2.466.965	2.543.194	2.618.218	2.692.052	2.764.738
VACACIONES	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	102.667	1.232.002	1.270.071	1.307.538	1.344.410	1.380.709
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	3.553.851	3.663.665	3.771.743	3.878.106	3.982.815
ARL	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	154.770	159.553	164.259	168.892	173.452
CAJA DE COMPENSACION	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	1.184.617	1.221.222	1.257.248	1.292.702	1.327.605
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	40.970.751	42.236.747	43.482.731	44.708.944	45.916.086
DATOS AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	2.249.600	26.995.195	27.829.347	28.650.312	29.458.251	30.253.624
AUXILIO DE TRANSPORTE	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	218.353	2.620.231	2.701.196	2.780.882	2.859.302	2.936.504
CESANTIAS													0	2.466.965	2.543.194	2.618.218	2.692.052
INTERESES A LAS CESANTIAS													0	296.154	305.305	314.312	323.176
PRIMAS						1.233.483						1.233.483	2.466.965	2.543.194	2.618.218	2.692.052	2.764.738
VACACIONES												1.232.002	1.232.002	1.270.071	1.307.538	1.344.410	1.380.709
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	296.154	3.553.851	3.663.665	3.771.743	3.878.106	3.982.815
ARL	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	12.898	154.770	159.553	164.259	168.892	173.452
CAJA DE COMPENSACION	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	98.718	1.184.617	1.221.222	1.257.248	1.292.702	1.327.605
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	4.109.205	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	5.341.206	38.207.632	42.151.367	43.398.700	44.626.247	45.834.674

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 19 Nomina de Producción

NOMINA DE PRODUCCIÓN																	
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Jefe Operativo	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	825.920	9.911.040	10.217.291	10.518.701	10.815.329	11.107.342
Operario	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	608.600	7.303.198	7.528.866	7.750.968	7.969.545	8.184.723
TOTAL	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	17.214.238	17.746.158	18.269.669	18.784.874	19.292.065
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																	
PERSONAS CON AUXILIOS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	17.214.238	17.746.158	18.269.669	18.784.874	19.292.065
AUXILIO DE TRANSPORTE	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	1.746.821	1.800.798	1.853.921	1.906.202	1.957.669
CESANTIAS	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	1.579.456	1.628.261	1.676.295	1.723.567	1.770.103
INTERESES A LAS CESANTIAS	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	15.801	189.611	195.470	201.236	206.911	212.497
PRIMAS	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	131.621	1.579.456	1.628.261	1.676.295	1.723.567	1.770.103
VACACIONES	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	65.732	788.780	813.153	837.141	860.749	883.989
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	2.275.327	2.345.635	2.414.831	2.482.929	2.549.968
ARL	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	99.090	102.152	105.166	108.132	111.051
CAJA DE COMPENSACION	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	758.442	781.878	804.944	827.643	849.989
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	2.185.935	26.231.221	27.041.766	27.839.498	28.624.572	29.397.435
DATOS AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	1.434.520	17.214.238	17.746.158	18.269.669	18.784.874	19.292.065
AUXILIO DE TRANSPORTE	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	145.568	1.746.821	1.800.798	1.853.921	1.906.202	1.957.669
CESANTIAS													0	1.579.456	1.628.261	1.676.295	1.723.567
INTERESES A LAS CESANTIAS													0	189.611	195.470	201.236	206.911
PRIMAS						789.728						789.728	1.579.456	1.628.261	1.676.295	1.723.567	1.770.103
VACACIONES												788.780	788.780	813.153	837.141	860.749	883.989
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	189.611	2.275.327	2.345.635	2.414.831	2.482.929	2.549.968
ARL	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	8.258	99.090	102.152	105.166	108.132	111.051
CAJA DE COMPENSACION	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	63.204	758.442	781.878	804.944	827.643	849.989
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	1.841.160	1.841.160	1.841.160	1.841.160	1.841.160	2.630.888	1.841.160	1.841.160	1.841.160	1.841.160	1.841.160	3.419.668	24.462.154	26.987.102	27.785.698	28.571.625	29.345.312

Fuente: Los autores

5.8 DEMANDA

Para realizar el cálculo de la demanda se tuvo en cuenta el mercado global de las empresas asentadas en el Municipio de Yumbo según información suministrada por la Cámara de comercio, el cual arrojo que el número de empresas en el sector Industrial es de 1.946 de las cuales 1.213 son comerciales, 535 de servicios y 198 industriales, en donde 713 empresas son nuestro mercado objetivo (empresas industriales y de servicios), El 70% de estas empresas cuentan con casinos de alimentación información suministrada por la empresa outsourcing sodexo dándonos un total de 513 organizaciones.

Aplicando a técnica de panel de informantes externos, la empresa sodexo líder mundial en el manejo de casinos de alimentación cuenta con una participación del 60% del total de las empresas con un total de 308 empresas a cargo en el sector Industrial del municipio de Yumbo.

De las cuales el 50% de estas empresas cuentan con un programa de alimentación llamado comer sano vivir bien, en donde se busca que los colaboradores de las empresas puedan aprender a mejorar sus hábitos alimenticios, dando un total de 154 empresas, conociendo el mercado se estima una participación del 5% nos da un total de 8 empresas a satisfacer. **Ver cuadro 20 pág. 207.**

(Cartón de Colombia, Argos, Centelsa, Alumina, Jhonson & Johnson, tecnoquimicas,aldor y gecolsa)

5.9 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS EN PESOS

Las ventas y costos de la empresa ***pulpa Fresca*** son halladas por medio de un estudio de demanda realizado con el fin de obtener un resultado preciso de lo que mensualmente podemos llegar a vender y de las utilidades que estas nos dejan, además de todo su costeo y precio hallado para tener un valor puntual. **Ver cuadro 21 pág.208**.

Cuadro 20 Demanda

DEMANDA PULPA DE FRUTA	
Mercado Global	**1.946**
Mercado Objetivo	**733**
Muestra	**70,00%**
N Universo de la Población	513
Z Nivel de Confianza	1,96
P Porcentaje de Éxito	0,5
Q Porcentaje de No Éxito	0,5
e Precisión o Error en la Estimación	0,06
n Población a encuestar	176
% de participacion nivel Municipal	60,0%
Demanda Municipal Existente de Sodexo	308
% de Participación Empresas con el Programa Comer Sano Sodexo	50%
Empresas con el Programa Comer Sano Sodexo	154
% Participación	5%
Demanda Potencial Empresas	8
Demanda Satisfecha por la Empresa Sodexo Consumo Kilos Mensuales Mora	1265
Demanda Satisfecha por la sodexo Consumo Kilos Mensuales Maracuya	944
Demanda Satisfecha por la Empresa sodexo Consumo Kilos Mensuales Lulo	1225
Demanda Potencial Empresas a Satisfacer Consumo Kilos Mensuales Mora	960
Demanda Potencial Empresas a Satisfacer Consumo Kilos Mensuales Marayuca	760
Demanda Potencial Empresas a Satisfacer Consumo Kilos Mensuales Lulo	1640
MESES AÑO	12

Fuente: Grupo de Investigación

CAPACIDAD DE PRODUCCION					
# OPERARIOS	HORAS DIARIAS	CANTIDAD DE KILOS PRODUCIDOS POR HORA	CANTIDAD DE PULPA PRODUCIDOS DIARIOS	DIAS AL MES LABORADOS	CANTIDAD DE PULPA PRODUCIDOS MENSUAL
1	8	20	160	25	4000

Fuente: Grupo de Investigación

PORCENTAJE SEGÚN ESNCUESTA	
Demanda Potencial Empresas a Satisfacer Consumo Kilos Mensuales Mora	24%
Demanda Potencial Empresas a Satisfacer Consumo Kilos Mensuales Marayuc	19%
Demanda Potencial Empresas a Satisfacer Consumo Kilos Mensuales Lulo	41%

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 21 Ventas y Costos

VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
UNIDADES																	
UNIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Pulpa de fruta mora 1000gr	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	11.520	11.874	12.241	12.618	13.009
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	760	9.120	9.400	9.690	9.989	10.299
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	1.640	19.680	20.284	20.911	21.555	22.223
TOTAL	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**3.360**	**40.320**	**41.558**	**42.842**	**44.161**	**45.530**
PRECIO DE VENTA																	
Pulpa de fruta mora 1000gr	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.294	5.375	5.458	5.541
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.835	4.909	4.984	5.060	5.137
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.785	5.873	5.963	6.054	6.147
COSTO UNITARIO																	
Pulpa de fruta mora 1000gr	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.744	2.783	2.822	2.862	2.903
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.544	2.580	2.617	2.654	2.691
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.044	3.087	3.131	3.175	3.220
COSTO UNITARIO SIN CIF - SIN MDO																	
Pulpa de fruta mora 1000gr	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	2.383	2.417	2.451	2.485
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	2.180	2.211	2.242	2.274
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.650	2.687	2.725	2.764	2.803
VENTAS TOTALES																	
Pulpa de fruta mora 1000gr	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	5.005.963	60.071.551	62.863.059	65.797.052	68.861.302	72.082.242
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	3.674.254	44.091.045	46.139.943	48.293.422	50.542.506	52.906.597
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	9.486.653	113.839.834	119.129.938	124.690.062	130.497.033	136.600.940
TOTAL	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**218.002.430**	**228.132.940**	**238.780.536**	**249.900.842**	**261.589.778**
COSTOS TOTALES																	
Pulpa de fruta mora 1000gr	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	2.634.717	31.616.606	33.046.716	34.548.216	36.114.435	37.758.981
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	1.933.818	23.205.813	24.255.479	25.357.543	26.507.109	27.714.166
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	4.992.975	59.915.702	62.625.861	65.471.310	68.439.405	71.555.937
TOTAL	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**9.561.510**	**114.738.121**	**119.928.056**	**125.377.070**	**131.060.949**	**137.029.084**
COSTOS TOTALESSIN MD SIN CIF																	
Pulpa de fruta mora 1000gr	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	2.256.000	27.072.000	28.296.544	29.582.217	30.923.306	32.331.463
Pulpa de fruta maracuya 1000gr	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	1.634.000	19.608.000	20.494.926	21.426.127	22.397.465	23.417.381
Pulpa de fruta Lulo 1000gr	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	4.346.000	52.152.000	54.510.985	56.987.729	59.571.226	62.283.927
TOTAL	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**98.832.000**	**103.302.455**	**107.996.073**	**112.891.998**	**118.032.772**
Precio Promedio	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.407	5.490	5.574	5.659	5.745
Costo Pomedio	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.846	2.886	2.927	2.968	3.010

Fuente: Grupo de Investigación

5.10 IVA

La ley 424 del estatuto tributario indica que la pulpa de fruta es un producto exento de este impuesto[63].**Ver cuadro 22 Pág. 210.**

5.11 RECAUDOS EN PESOS

La información del recaudo realizado por la comercializadora ***Pulpa Fresca***, a partir de la proyección de ventas desde el año 1 hasta el año 5, tomando como referencia los recaudos de contado y crédito, para el caso de ***Pulpa Fresca*** los recaudos se van a manejar el 80% de contado y el 20% a crédito igualmente para los pagos en pesos. **Ver cuadro 23 pág.210.**

5.11.1 Pagos en Pesos

Gracias a las negociaciones con los proveedores, se pudo establecer que durante el primer mes se pagara el 100% del inventario, pero a partir del segundo mes se hará un pago de contado del 20% y crédito de 80% pagadero a 30 días. **Ver cuadro 24 pág.210.**

[63] CAUSANTES DE NO IMPUESTO, Los siguientes bienes se hallan excluidos y por consiguiente su venta o importación no causa el impuesto sobre las ventas. Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/estatuto_tributario_pr018.html

Cuadro 22 Iva

IVA EN PESOS																	
DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA COBRADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA CAUSADO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
IVA AL FLUJO DE CAJA					0				0				0	0	0	0	0
IVA AÑO SIGUIENTE													0	0	0	0	0
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
MESES AÑO	12																
MESES PAGADO POR AÑO	8																
MESES POR PAGAR	4																

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 23 Recaudos

RECAUDO EN PESOS																	
DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	14.533.495	174.401.944	224.330.724	234.800.860	245.735.828	257.229.949
CREDITO		3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	3.633.374	39.967.112	3.633.374	3.802.216	3.979.676	4.165.014
TOTAL RECAUDO	**14.533.495**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**214.369.056**	**227.964.098**	**238.603.076**	**249.715.503**	**261.394.963**
MESES AÑO	12																
MESES RECAUDO	11																

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 24 Pagos

PAGO EN PESOS																	
DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	6.588.800	79.065.600	101.580.747	106.196.139	111.010.464	116.065.559
CREDITO		1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	1.647.200	18.119.200	1.647.200	1.721.708	1.799.935	1.881.533
	6.588.800	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**8.236.000**	**97.184.800**	**103.227.947**	**107.917.846**	**112.810.399**	**117.947.092**
MESES AÑO	12																
MESES RECAUDO	11																

Fuente: Grupo de Investigación

5.12 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica, financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

5.12.1 Estados de Resultado sin Financiación

En el **cuadro 25** se observa el estado de resultados sin financiación de la comercializadora ***Pulpa Fresca*** al detalle, en este estado de resultado no se incluye la obligación que se va a adquirir con la entidad financiera**. Ver cuadro 25 pág 212.**

5.12.2 Estados de Resultado con Financiación

En el **cuadro 26** se observa el estado de resultados con financiación de la comercializadora ***Pulpa Fresca*** en este estado de resultado se incluye la obligación que se va a adquirir con la entidad financiera.

Este estado permite medir los resultados obtenidos por la comercializadora en un periodo de tiempo determinado, en términos de utilidades.

El estado de resultados proyectado es importante, ya que contribuye a observar cómo se cumplen las ventas que se proponen para el período contable de la empresa y determinar si el proyecto es factible. **Ver cuadro 26 pág. 213.**

Cuadro 25 Estado de Resultados Sin Financiación

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	218.002.430	228.132.940	238.780.536	249.900.842	261.589.778
COSTO	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	114.738.121	119.928.056	125.377.070	131.060.949	137.029.084
UTILIDAD BRUTA	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	103.264.309	108.204.884	113.403.466	118.839.893	124.560.694
EGRESOS																	
Nomina	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	40.970.751	42.236.747	43.482.731	44.708.944	45.916.086
Gastos de administracion	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	7.459.441	7.689.938	7.916.791	8.140.045	8.359.826
Gastos de ventas	1.205.740	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	10.210.230	10.525.726	10.836.235	11.141.816	11.442.645
Gastos depreciacion	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	5.403.567	5.403.567	5.403.567	3.857.000	3.857.000
Gastos diferidos	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	7.762.344	0	0	0	0
ICA	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	719.408	752.839	787.976	824.673	863.246
TOTAL EGRESOS	6.398.699	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	72.525.740	66.608.816	68.427.299	68.672.478	70.438.803
UTILIDAD OPERACIONAL	2.206.660	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	30.738.569	41.596.068	44.976.167	50.167.415	54.121.891
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros Préstamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	2.206.660	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	30.738.569	41.596.068	44.976.167	50.167.415	54.121.891
Impuesto de Renta	551.665	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	648.452	7.684.642	10.399.017	11.244.042	12.541.854	13.530.473
CREE	198.599	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	233.443	2.766.471	3.743.646	4.047.855	4.013.393	4.329.751
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	1.456.396	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	1.711.915	20.287.455	27.453.405	29.684.270	33.612.168	36.261.667
Reserva Legal	145.640	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	171.191	2.028.746	2.745.340	2.968.427	3.361.217	3.626.167
UTILIDAD NETA	1.310.756	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	1.540.723	18.258.710	24.708.064	26.715.843	30.250.951	32.635.500
UTILIDAD ACUMULADA													18.258.710	42.966.774	69.682.618	99.933.569	132.569.069
RESERVA LEGAL ACUMULADA													2.028.746	4.774.086	7.742.513	11.103.730	14.729.897

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 26 Estado de Resultados Con Financiación

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	218.002.430	228.132.940	238.780.536	249.900.842	261.589.778
CMV	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	114.738.121	119.928.056	125.377.070	131.060.949	137.029.084
UTILIDAD BRUTA	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	8.605.359	103.264.309	108.204.884	113.403.466	118.839.893	124.560.694
EGRESOS																	
Nomina	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	3.414.229	40.970.751	42.236.747	43.482.731	44.708.944	45.916.086
Gastos de administracion	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	7.459.441	7.689.938	7.916.791	8.140.045	8.359.826
Gastos de ventas	1.205.740	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	10.210.230	10.525.726	10.836.235	11.141.816	11.442.645
Gastos depreciacion	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	450.297	5.403.567	5.403.567	5.403.567	3.857.000	3.857.000
Gastos diferidos	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	646.862	7.762.344	0	0	0	0
ICA	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	59.951	719.408	752.839	787.976	824.673	863.246
TOTAL EGRESOS	6.398.699	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	6.011.549	72.525.740	66.608.816	68.427.299	68.672.478	70.438.803
UTILIDAD OPERACIONAL	2.206.660	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	2.593.810	30.738.569	41.596.068	44.976.167	50.167.415	54.121.891
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros Préstamo	635.159	630.135	624.996	619.738	614.360	608.859	603.231	597.474	591.586	585.562	579.399	573.096	7.263.595	6.329.339	5.102.754	3.492.371	1.378.099
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS	635.159	630.135	624.996	619.738	614.360	608.859	603.231	597.474	591.586	585.562	579.399	573.096	7.263.595	6.329.339	5.102.754	3.492.371	1.378.099
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	1.571.501	1.963.675	1.968.814	1.974.072	1.979.450	1.984.951	1.990.579	1.996.335	2.002.224	2.008.248	2.014.410	2.020.714	23.474.973	35.266.729	39.873.413	46.675.044	52.743.793
Impuesto de Renta	392.875	490.919	492.204	493.518	494.862	496.238	497.645	499.084	500.556	502.062	503.603	505.179	5.868.743	8.816.682	9.968.353	11.668.761	13.185.948
CREE	141.435	176.731	177.193	177.666	178.150	178.646	179.152	179.670	180.200	180.742	181.297	181.864	2.112.748	3.174.006	3.588.607	3.734.004	4.219.503
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	1.037.190	1.296.025	1.299.417	1.302.887	1.306.437	1.310.068	1.313.782	1.317.581	1.321.468	1.325.444	1.329.511	1.333.671	15.493.482	23.276.041	26.316.453	31.272.280	35.338.341
Reserva Legal	103.719	129.603	129.942	130.289	130.644	131.007	131.378	131.758	132.147	132.544	132.951	133.367	1.549.348	2.327.604	2.631.645	3.127.228	3.533.834
UTILIDAD NETA	933.471	1.166.423	1.169.476	1.172.599	1.175.793	1.179.061	1.182.404	1.185.823	1.189.321	1.192.899	1.196.560	1.200.304	13.944.134	20.948.437	23.684.807	28.145.052	31.804.507
UTILIDAD ACUMULADA													13.944.134	34.892.571	58.577.378	86.722.430	118.526.937
RESERVA LEGAL ACUMULADA													1.549.348	3.876.952	6.508.598	9.635.826	13.169.660

Fuente: Grupo de Investigación

5.12.3 Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Análisis Flujo de Caja sin Financiación: El VPN muestra que hay un crecimiento de la empresa proyectado a 5 años, cada valor futuro del flujo de caja traídos a hoy permiten recuperar la inversión y se obtiene un excedente de $30,353.994 cifra altamente positiva para la evaluación del proyecto, es decir hay una maximización de la inversión. Teniendo en cuenta que la DTF del mercado es del 4,39% EA siendo consecuente con lo anterior la T.I.R. es igual a 68,35%, la rentabilidad mínima que se espera recibir es del 12,74%, y la relación B/C indica que por cada peso invertido se recupera 2,55 sin incluir el gasto financiero y la amortización del mismo, este análisis evidencia que el proyecto es viable. **Ver cuadro 27 pág. 215**

Análisis Flujo de Caja con Financiación: El VPN es de $82.269.420 mostrando un aumento. De igual manera aumentaron los otros indicadores. La T.I.R. se encuentra en 114,31% y el costo beneficio en $3,97. Mostrando un flujo de caja interesante para las contrataciones con futuros clientes y teniendo provisión de efectivo para responder en caso de alguna eventualidad. **Ver cuadro 28 pág. 216**.

5.13 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general proyectado se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años.

5.13.1 Balance General Proyectado sin Financiación en Pesos

El balance general proyectado sin financiación muestra la situación real de la empresa en los 5 años siguientes 2013, 2014, 2015, 2016, 2017. Para el caso del total de los activos cuenta con un saldo inicial de $23.924.700 y se incrementa año a año hasta terminar en el 2017 con un saldo de activos $226.447.905 pesos.

Cuadro 27 Flujo de Caja Sin Financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	14.533.495	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	214.369.056	227.964.098	238.603.076	249.715.503	261.394.963
IVA cobrado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	**14.533.495**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**214.369.056**	**227.964.098**	**238.603.076**	**249.715.503**	**261.394.963**
EGRESOS																	
nomina	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	4.109.205	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	5.341.206	38.207.632	42.151.367	43.398.700	44.626.247	45.834.674
gastos de administración	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	7.459.441	7.689.938	7.916.791	8.140.045	8.359.826
gastos de ventas	1.205.740	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	10.210.230	10.525.726	10.836.235	11.141.816	11.442.645
IVA Pagado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta													0	7.684.642	10.399.017	11.244.042	12.541.854
CREE													0	2.766.471	3.743.646	4.047.855	4.013.393
ICA													0	719.408	752.839	787.976	824.673
Pagos	7.914.310	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	113.090.921	119.853.548	125.298.843	130.979.350	136.943.405
TOTAL EGRESOS	**12.617.392**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**15.110.925**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**16.342.926**	**168.968.223**	**191.391.100**	**202.346.070**	**210.967.330**	**219.960.470**
FLUJO OPERACIONAL	**1.916.103**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**3.055.944**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**1.823.943**	**45.400.833**	**36.572.998**	**36.257.006**	**38.748.173**	**41.434.493**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financiero prestamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización prestamo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financiero leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortizacion leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**1.916.103**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**3.055.944**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**1.823.943**	**45.400.833**	**36.572.998**	**36.257.006**	**38.748.173**	**41.434.493**
SALDO INICIAL DE CAJA	23.674.573	25.590.676	29.880.103	34.169.530	38.458.957	42.748.384	45.804.329	50.093.755	54.383.182	58.672.609	62.962.036	67.251.463	23.674.573	69.075.406	105.648.404	141.905.410	180.653.583
	25.590.676	**29.880.103**	**34.169.530**	**38.458.957**	**42.748.384**	**45.804.329**	**50.093.755**	**54.383.182**	**58.672.609**	**62.962.036**	**67.251.463**	**69.075.406**	**69.075.406**	**105.648.404**	**141.905.410**	**180.653.583**	**222.088.075**

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(55.361.617)	45.400.833	36.572.998	36.257.006	38.748.173	41.434.493

DTF(%)	4,39%
SPREAD (%)	8,00%
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	12,74%
VPN (%)	85.715.611
TIR(%)	68,35%
B/C(vecs)	2,55

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 28 Flujo de Caja Con Financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	14.533.495	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	18.166.869	214.369.056	227.964.098	238.603.076	249.715.503	261.394.963
IVA cobrado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	**14.533.495**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**18.166.869**	**214.369.056**	**227.964.098**	**238.603.076**	**249.715.503**	**261.394.963**
EGRESOS																	
Nómina	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	4.109.205	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	2.875.722	5.341.206	38.207.632	42.151.367	43.398.700	44.626.247	45.834.674
Gastos de Administración	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	621.620	7.459.441	7.689.938	7.916.791	8.140.045	8.359.826
Gastos de Ventas	1.205.740	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	818.590	10.210.230	10.525.726	10.836.235	11.141.816	11.442.645
Iva Pagado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Iva total Al Flujo de Caja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuesto de Renta													0	5.868.743	8.816.682	9.968.353	11.668.761
CREE													0	2.112.748	3.174.006	3.588.607	3.734.004
ICA													0	719.408	752.839	787.976	824.673
Pagos	7.914.310	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	9.561.510	152.280.173	119.853.548	125.298.843	130.979.350	136.943.405
TOTAL EGRESOS	**12.617.392**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**15.110.925**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**13.877.442**	**16.342.926**	**168.968.223**	**188.921.477**	**200.194.095**	**209.232.394**	**218.807.988**
FLUJO OPERACIONAL	**1.916.103**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**3.055.944**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**4.289.427**	**1.823.943**	**45.400.833**	**39.042.621**	**38.408.981**	**40.483.109**	**42.586.975**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financiero prestamo	635.159	630.135	624.996	619.738	614.360	608.859	603.231	597.474	591.586	585.562	579.399	573.096	7.263.595	6.329.339	5.102.754	3.492.371	1.378.099
Amortización prestamo	218.957	223.981	229.121	234.378	239.756	245.257	250.885	256.642	262.531	268.554	274.717	281.020	2.985.798	3.920.054	5.146.639	6.757.023	8.871.295
Gastos financiero leasing													0				
Amortizacion leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**854.116**	**10.249.393**	**10.249.393**	**10.249.393**	**10.249.393**	**10.249.393**
FLUJO DE CAJA NETO	**1.061.987**	**3.435.311**	**3.435.311**	**3.435.311**	**3.435.311**	**2.201.828**	**3.435.311**	**3.435.311**	**3.435.311**	**3.435.311**	**3.435.311**	**969.827**	**35.151.439**	**28.793.227**	**28.159.587**	**30.233.716**	**32.337.582**
SALDO INICIAL DE CAJA	23.674.573	24.736.560	28.171.871	31.607.182	35.042.493	38.477.804	40.679.632	44.114.943	47.550.253	50.985.564	54.420.875	57.856.186	23.674.573	58.826.013	87.619.240	115.778.827	146.012.543
SALDO FINAL DE CAJA	**24.736.560**	**28.171.871**	**31.607.182**	**35.042.493**	**38.477.804**	**40.679.632**	**44.114.943**	**47.550.253**	**50.985.564**	**54.420.875**	**57.856.186**	**58.826.013**	**58.826.013**	**87.619.240**	**115.778.827**	**146.012.543**	**178.350.125**

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		(27.680.809)	35.151.439	28.793.227	28.159.587	30.233.716	32.337.582
DTF(%)	4,39%						
SPREAD (%)	8,00%						
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	12,74%						
VPN (%)	82.269.420						
TIR(%)	114,31%						
B/C(vecs)	3,97						

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 29 Balance General Proyectado Sin financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
ACTIVOS	**BALANCE INICIAL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Activos Corrientes						
CAJAS BANCOS	23.674.573	69.075.406	105.648.404	141.905.410	180.653.583	222.088.075
CXC		3.633.374	3.802.216	3.979.676	4.165.014	4.359.830
INVENTARIO		0	0	0	0	0
Total Activos Corrientes	**23.674.573**	**72.708.780**	**109.450.620**	**145.885.085**	**184.818.597**	**226.447.905**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700	4.639.700	4.639.700	4.639.700	4.639.700	4.639.700
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000	2.815.000	2.815.000	2.815.000	2.815.000	2.815.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000	11.470.000	11.470.000	11.470.000	11.470.000	11.470.000
VEHICULOS	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Depreaciacion acumulada	0	5.403.567	10.807.133	16.210.700	20.067.700	23.924.700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**	**18.521.133**	**13.117.567**	**7.714.000**	**3.857.000**	**0**
Activos Diferidos						
Diferidos	7.762.344	0	0	0	0	0
Total Activos Diferidos	**7.762.344**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**	**18.521.133**	**13.117.567**	**7.714.000**	**3.857.000**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**	**91.229.913**	**122.568.187**	**153.599.085**	**188.675.597**	**226.447.905**
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
CXP	0	1.647.200	1.721.708	1.799.935	1.881.533	1.967.213
Cesantias xP	0	2.466.965	2.543.194	2.618.218	2.692.052	2.764.738
Intereses de Cesantias	0	296.154	305.305	314.312	323.176	331.901
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0	0	0	0	0	0
Ica x Pagar	0	719.408	752.839	787.976	824.673	863.246
Impuesto de Renta x Pagar	0	7.684.642	10.399.017	11.244.042	12.541.854	13.530.473
Impsto de Renta para la Equidad	0	2.766.471	3.743.646	4.047.855	4.013.393	4.329.751
Total Pasivos Corrientes	**0**	**15.580.841**	**19.465.709**	**20.812.338**	**22.276.681**	**23.787.322**
Pasivos No Corrientes						
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**15.580.841**	**19.465.709**	**20.812.338**	**22.276.681**	**23.787.322**
PATRIMONIO						
Capital Social (Aportes)	55.361.617	55.361.617	55.361.617	55.361.617	55.361.617	55.361.617
Utilidad Acumulada	0	18.258.710	42.966.774	69.682.618	99.933.569	132.569.069
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0	2.028.746	4.774.086	7.742.513	11.103.730	14.729.897
TOTAL PATRIMONIO	**55.361.617**	**75.649.073**	**103.102.477**	**132.786.748**	**166.398.916**	**202.660.583**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**	**91.229.913**	**122.568.187**	**153.599.085**	**188.675.597**	**226.447.905**

Fuente: Grupo de Investigación

5.13.2 Balance General Proyectado con Financiación

La empresa financieramente se encuentra sin apuros económicos en este momento, los cuales reflejan en el total de sus activos corrientes la capacidad de cubrir sus pasivos corrientes. **Ver cuadro 30 pág. 218.**

Cuadro 30 Balance General Proyectado con Financiación

TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**	**18.521.133**	**13.117.567**	**7.714.000**	**3.857.000**	**0**
Activos Diferidos						
Diferidos	7.762.344	0	0	0	0	0
Total Activos Diferidos	**7.762.344**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**	**18.521.133**	**13.117.567**	**7.714.000**	**3.857.000**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**	**80.980.520**	**104.539.022**	**127.472.503**	**154.034.557**	**182.709.955**
PASIVOS						
Pasivos Corrientes						
CXP	0	1.647.200	1.721.708	1.799.935	1.881.533	1.967.213
Cesantias xP	0	2.466.965	2.543.194	2.618.218	2.692.052	2.764.738
Intereses de Cesantias	0	296.154	305.305	314.312	323.176	331.901
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0	0	0	0	0	0
Ica x Pagar	0	719.408	752.839	787.976	824.673	863.246
Impuesto de Renta x Pagar	0	5.868.743	8.816.682	9.968.353	11.668.761	13.185.948
Impsto de Renta para la Equidad	0	2.112.748	3.174.006	3.588.607	3.734.004	4.219.503
Total Pasivos Corrientes	**0**	**13.111.218**	**17.313.734**	**19.077.401**	**21.124.198**	**23.332.550**
Pasivos No Corrientes						
Obligaciones Financieras	27.680.809	24.695.011	20.774.956	15.628.317	8.871.295	0
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**27.680.809**	**24.695.011**	**20.774.956**	**15.628.317**	**8.871.295**	**0**
TOTAL PASIVOS	**27.680.809**	**37.806.229**	**38.088.690**	**34.705.718**	**29.995.493**	**23.332.550**
PATRIMONIO						
Capital Social (Aportes)	27.680.809	27.680.809	27.680.809	27.680.809	27.680.809	27.680.809
Utilidad Acumulada	0	13.944.134	34.892.571	58.577.378	86.722.430	118.526.937
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0	1.549.348	3.876.952	6.508.598	9.635.826	13.169.660
TOTAL PATRIMONIO	**27.680.809**	**43.174.291**	**66.450.332**	**92.766.784**	**124.039.064**	**159.377.405**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**	**80.980.520**	**104.539.022**	**127.472.503**	**154.034.557**	**182.709.955**

Fuente: Grupo de Investigación

0	**0**	**0**	**0**	**0**

5.14 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social.

5.14.1 Razones Financieras para Estados Financieros sin Financiación

Razones de Liquidez

Las razones de liquidez permiten identificar el grado o índice de liquidez con que cuenta le empresa y para ello se utilizan los siguientes indicadores:

Capital de Trabajo. Se determina restando los activos corrientes al pasivo corriente. Se muestra que los pasivos corrientes son menores a los activos corrientes, permitiendo que la empresa pueda hacer frente a las obligaciones de forma más rápida.

Razón corriente. Para determinar la razón corriente se toma el activo corriente y se divide por el pasivo corriente.

La razón corriente es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa, esto quiere decir que la empresa por cada peso que debe, tiene 4,67 – 5,62 – 7,01 - 8,30 y 9,52 pesos año a año para pagar o respaldar esa deuda.

Prueba acida. La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la capacidad de pago de una empresa.

Esto quiere decir que por cada peso que debe la empresa, dispone de 4,67 – 5,62 – 7,01 - 8,30 y 9,52 pesos para pagarlo año a año, es decir que estaría en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender sus activos.

Días de cartera. El tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes es de 6 días cada dos meses.

Rotación de cartera. La rotación de cartera es un indicador financiero que determina el tiempo en que las cuentas por cobrar toman en convertirse en efectivo, o en otras palabras, es el tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes.

El tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes es de 60 días, es decir 2 meses.

Endeudamiento. Establece la estrategia de financiamiento y la vulnerabilidad de la empresa a esa estructura de financiamiento dada. Vale decir, que establece la proporción de los Activos Totales financiados con fondos ajenos (Pasivo Total).

Podemos deducir que la participación de los acreedores para el año 1 es del 17,08% y para el año 2 es del 15,98% sobre el total de los activos de la compañía; lo cual no es un nivel muy riesgoso.

- **Razones de rentabilidad**

Las razones de rentabilidad, también llamadas de rendimiento se emplean para medir la eficiencia de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos en que debe incurrir y así convertir las ventas en ganancias o utilidades.

Rendimiento sobre activos. El porcentaje que resulta muestra la capacidad de los activos de generar Ganancias, año1 – 20,01% año 2 – 20,16% año 3 – 17,39 año 4 – 16,03% y año 5 -14,41%.

Rendimiento sobre el patrimonio. Esto quiere decir que el patrimonio de la empresa año a año obtuvo una rentabilidad del 20,14%, 23,96%, 20,12%, 18,18% y 16,10%.

Margen bruto. De lo anterior podemos inferir que para el año 1 y 2, la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de ventas fueron del 47,37% y 47,43% respectivamente, por lo cual observamos que existe un aumento del 6% para este periodo, así como también podemos afirmar que a pesar de que los costos de venta aumentaron su impacto sobre la utilidad bruta no es significativa.

Margen operacional. podemos observar que la compañía para el año 1 genero una utilidad operacional del 14,10%, y para el año 2 de 18,23%; por lo anterior evidenciamos un crecimiento de la utilidad en 4,13% .

Margen neto. Como podemos observar las ventas de la empresa para el año 1 y 2 generaron el 8,38% y el 10,83% de utilidad respectivamente, también podemos ver que existe un aumento del 2,46% en la utilidad. Ver cuadro 31.

Cuadro 31 Razones financieras para Estados Financieros sin Financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION						
RAZON FINANCIERA	FORMULA DE CALCULO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	Activo Corriente - Pasivo Corriente	57.127.939	89.984.911	125.072.748	162.541.916	202.660.583
RAZON CORRIENTE	Activo Corriente/Pasivo Corriente	4,67	5,62	7,01	8,30	9,52
PRUEBA ÁCIDA	Activo Corriente - Inventarios/Pasivo Corriente	4,67	5,62	7,01	8,30	9,52
DÍAS DE CARTERA	(cuentas por cobrar/ventas netas)X360	6	6	6	6	6
ROTACIÓN DE CARTERA	Ventas a crédito/Promedio cuentas por cobrar	60	60	60	60	60
ENDEUDAMIENTO	Pasivo Total / Activo Total *100	17,08%	15,88%	13,55%	11,81%	10,50%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	Utilida neta /Activo Total	20,01%	20,16%	17,39%	16,03%	14,41%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	Utilidad neta / Patrimonio Total	24,14%	23,96%	20,12%	18,18%	16,10%
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas Netas	47,37%	47,43%	47,49%	47,55%	47,62%
MARGEN OPERACIONAL	Utilidad operacional / Ventas Netas	14,10%	18,23%	18,84%	20,07%	20,69%
MARGEN NETO	Utililidad neta / Ventas Netas	8,38%	10,83%	11,19%	12,11%	12,48%
DIAS	360					

Fuente: Grupo de Investigación

5.14.2 Razones Financieras para Estados Financieros con Financiación

Razones de Liquidez

Capital de Trabajo. se determina restando los activos corrientes al pasivo corriente. Se muestra que los pasivos corrientes son menores a los activos corrientes, permitiendo que la empresa pueda hacer frente a las obligaciones de forma más rápida.

Razón corriente. la razón corriente es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa, esto quiere decir que la empresa por cada peso que debe, tiene 4,76 – 5,28 – 6,28 – 7,11 y 7,83 pesos año a año para pagar o respaldar esa deuda.

Prueba acida. Esto quiere decir que por cada peso que debe la empresa, dispone de 4,76 – 5,28 – 6,28 – 7,11 y 7,83 pesos para pagarlo año a año, es decir que estaría en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo sin vender sus activos.

Días de cartera. El tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes es de 6 días cada dos meses.

Rotación de cartera. El tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes es de 60 días, es decir cada 2 meses.

Endeudamiento. Podemos deducir que la participación de los acreedores para el año 1 es del 46,69% y para el año 2 es del 36,43% sobre el total de los activos de la compañía.

Rendimiento sobre activos. El porcentaje que resulta muestra la capacidad de los activos de generar Ganancias, año1 17,22%, año 2 20,04%, año 3 18,58%, año 4 18,27% y año 5 17,41%.

Rendimiento sobre el patrimonio. Esto quiere decir que el patrimonio de la empresa año a año obtuvo una rentabilidad del 18,43%, 20,32%, 17,84%, 16,91% y 15,69%.

Margen bruto. De lo anterior podemos inferir que para el año 1 y 2, la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de ventas fueron del 44,37% y 47,43% respectivamente, por lo cual observamos que existe un aumento del 6% para este periodo, así como también podemos afirmar que a pesar de que los costos de venta aumentaron su impacto sobre la utilidad bruta no es significativa.

Margen operacional. podemos observar que la compañía para el año 1 genero una utilidad operacional del 1 14,10%, y para el año 2 de 18,23%; por lo anterior evidenciamos un crecimiento de la utilidad en 4,13% .

Margen neto. Como podemos observar las ventas de la empresa para el año 1 y 2 generaron el 6,40% y el 9,18% de utilidad respectivamente. Ver cuadro 32.

Cuadro 32 Razones financieras para Estados Financieros con Financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION						
RAZON FINANCIERA	**FORMULA DE CALCULO**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
CAPITAL DE TRABAJO	Activo Corriente - Pasivo Corriente	49.348.168	74.107.722	100.681.102	129.053.359	159.377.405
RAZON CORRIENTE	Activo Corriente/Pasivo Corriente	4,76	5,28	6,28	7,11	7,83
PRUEBA ÁCIDA	Activo Corriente - Inventarios/Pasivo Corriente	4,76	5,28	6,28	7,11	7,83
DÍAS DE CARTERA	(cuentas por cobrar/ventas netas)X360	6	6	6	6	6
ROTACIÓN DE CARTERA	Ventas a crédito/Promedio cuentas por cobrar	60	60	60	60	60
ENDEUDAMIENTO	Pasivo Total / Activo Total *100	46,69%	36,43%	27,23%	19,47%	12,77%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	Utilida neta /Activo Total	17,22%	20,04%	18,58%	18,27%	17,41%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	Utilidad neta / Patrimonio Total	18,43%	20,32%	17,84%	16,91%	15,69%
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas Netas	47,37%	47,43%	47,49%	47,55%	47,62%
MARGEN OPERACIONAL	Utilidad operacional / Ventas Netas	14,10%	18,23%	18,84%	20,07%	20,69%
MARGEN NETO	Utililidad neta / Ventas Netas	6,40%	9,18%	9,92%	11,26%	12,16%
DIAS	**360**					

Fuente: Grupo de Investigación

5.15 Análisis Vertical y Horizontal

El análisis financiero dispone de dos herramientas para interpretar y analizar los estados financieros denominados Análisis horizontal y vertical, que consiste en determinar el peso proporcional (en porcentaje) que tiene cada cuenta dentro del estado financiero analizado. Esto permite determinar la composición y estructura de los estados financieros.

5.15.1 Análisis Vertical Balance Proyectado sin Financiación en Pesos

- Del total de activos del año 1 al año 5 le corresponde a caja – bancos los siguientes valores presentando aumentos considerables: año 1 79,70% año 2 89,30% año 3 94,98% año 4 97,96% y el año 5 el 100% mostrando un aumento considerable.

- Con respecto a los activos fijos se evidencia una disminución por la depreciación de cada bien significativa.

- Del total de los pasivos existe una menor representación siendo este menor que los activos corrientes lo que nos muestra que el capital de trabajo de la empresa no se ve comprometido.

- Del total del patrimonio existe una disminución significativa en todo lo relacionado con el capital social a diferencia de la utilidad acumulada que tiene un crecimiento año a año. Ver cuadro 33 pág. 225.

5.15.2 Análisis Vertical Balance Proyectado con Financiación en Pesos

En el análisis vertical con financiación se denota la participación de un préstamo financiero en los pasivos no corrientes el cual cada año va disminuyendo de manera significativa como se muestra a continuación:

Año 1 30,50%, **año 2** 19,87%, **año 3** 12,26%, **año 4** 5,76% y **año 5** 0,00%.

Ver cuadro 34 pág. 226.

Cuadro 33 Análisis Vertical Balance Proyectado Sin Financiación en pesos

ANALISIS VERTICAL BALANCE PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS												
ACTIVOS	**AÑO 0**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 1**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANALISIS VERTICAL**
Activos Corrientes												
CAJAS BANCOS	23.674.573	42,76%	69.075.406	75,72%	105.648.404	86,20%	141.905.410	92,39%	180.653.583	95,75%	222.088.075	98,07%
CXC	0	0,00%	3.633.374	3,98%	3.802.216	3,10%	3.979.676	2,59%	4.165.014	2,21%	4.359.830	1,93%
INVENTARIO	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total Activos Corrientes	**23.674.573**	**42,76%**	**72.708.780**	**79,70%**	**109.450.620**	**89,30%**	**145.885.085**	**94,98%**	**184.818.597**	**97,96%**	**226.447.905**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700	8,38%	4.639.700	5,09%	4.639.700	3,79%	4.639.700	3,02%	4.639.700	2,46%	4.639.700	2,05%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000	5,08%	2.815.000	3,09%	2.815.000	2,30%	2.815.000	1,83%	2.815.000	1,49%	2.815.000	1,24%
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000	20,72%	11.470.000	12,57%	11.470.000	9,36%	11.470.000	7,47%	11.470.000	6,08%	11.470.000	5,07%
VEHICULOS	5.000.000	9,03%	5.000.000	5,48%	5.000.000	4,08%	5.000.000	3,26%	5.000.000	2,65%	5.000.000	2,21%
Depreaciacion acumulada	0	0,00%	5.403.567	5,92%	10.807.133	8,82%	16.210.700	10,55%	20.067.700	10,64%	23.924.700	10,57%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**	**43,22%**	**18.521.133**	**20,30%**	**13.117.567**	**10,70%**	**7.714.000**	**5,02%**	**3.857.000**	**2,04%**	**0**	**0,00%**
Activos Diferidos												
Diferidos	7.762.344	14,02%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total Activos Diferidos	**7.762.344**	**14,02%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**	**57,24%**	**18.521.133**	**20,30%**	**13.117.567**	**10,70%**	**7.714.000**	**5,02%**	**3.857.000**	**2,04%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**		**91.229.913**		**122.568.187**		**153.599.085**		**188.675.597**		**226.447.905**	
PASIVOS												
Pasivos Corrientes												
CXP	0	0,00%	1.647.200	1,81%	1.721.708	1,40%	1.799.935	1,17%	1.881.533	1,00%	1.967.213	0,87%
Cesantias xP	0	0,00%	2.466.965	2,70%	2.543.194	2,07%	2.618.218	1,70%	2.692.052	1,43%	2.764.738	1,22%
Intereses de Cesantias	0	0,00%	296.154	0,32%	305.305	0,25%	314.312	0,20%	323.176	0,17%	331.901	0,15%
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Ica x Pagar	0	0,00%	719.408	0,79%	752.839	0,61%	787.976	0,51%	824.673	0,44%	863.246	0,38%
Impuesto de Renta x Pagar	0	0,00%	7.684.642	8,42%	10.399.017	8,48%	11.244.042	7,32%	12.541.854	6,65%	13.530.473	5,98%
Impsto de Renta para la Equidad	0	0,00%	2.766.471	3,03%	3.743.646	3,05%	4.047.855	2,64%	4.013.393	2,13%	4.329.751	1,91%
Total Pasivos Corrientes	**0**	**0,00%**	**15.580.841**	**17,08%**	**19.465.709**	**15,88%**	**20.812.338**	**13,55%**	**22.276.681**	**11,81%**	**23.787.322**	**10,50%**
Pasivos No Corrientes												
Obligaciones Financieras	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**0,00%**	**15.580.841**	**17,08%**	**19.465.709**	**15,88%**	**20.812.338**	**13,55%**	**22.276.681**	**11,81%**	**23.787.322**	**10,50%**
PATRIMONIO												
Capital Social (Aportes)	55.361.617	100,00%	55.361.617	60,68%	55.361.617	45,17%	55.361.617	36,04%	55.361.617	29,34%	55.361.617	24,45%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	18.258.710	20,01%	42.966.774	35,06%	69.682.618	45,37%	99.933.569	52,97%	132.569.069	58,54%
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0	0,00%	2.028.746	2,22%	4.774.086	3,90%	7.742.513	5,04%	11.103.730	5,89%	14.729.897	6,50%
TOTAL PATRIMONIO	**55.361.617**	**100,00%**	**75.649.073**	**82,92%**	**103.102.477**	**84,12%**	**132.786.748**	**86,45%**	**166.398.916**	**88,19%**	**202.660.583**	**89,50%**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**		**91.229.913**		**122.568.187**		**153.599.085**		**188.675.597**		**226.447.905**	
			0		**0**		**0**		**0**		**0**	

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 34 Análisis Vertical Balance Proyectado Con Financiación en pesos

ANALISIS VERTICAL BALANCE PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS												
ACTIVOS	**AÑO 0**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 1**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANALISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANALISIS VERTICAL**
Activos Corrientes												
CAJAS BANCOS	23.674.573	42,76%	58.826.013	72,64%	87.619.240	83,81%	115.778.827	90,83%	146.012.543	94,79%	178.350.125	97,61%
CXC		0,00%	3.633.374	4,49%	3.802.216	3,64%	3.979.676	3,12%	4.165.014	2,70%	4.359.830	2,39%
INVENTARIO		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total Activos Corrientes	**23.674.573**	**42,76%**	**62.459.386**	**77,13%**	**91.421.456**	**87,45%**	**119.758.503**	**93,95%**	**150.177.557**	**97,50%**	**182.709.955**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700	8,38%	4.639.700	5,73%	4.639.700	4,44%	4.639.700	3,64%	4.639.700	3,01%	4.639.700	2,54%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000	5,08%	2.815.000	3,48%	2.815.000	2,69%	2.815.000	2,21%	2.815.000	1,83%	2.815.000	1,54%
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000	20,72%	11.470.000	14,16%	11.470.000	10,97%	11.470.000	9,00%	11.470.000	7,45%	11.470.000	6,28%
VEHICULOS	5.000.000	9,03%	5.000.000	6,17%	5.000.000	4,78%	5.000.000	3,92%	5.000.000	3,25%	5.000.000	2,74%
Depreaciacion acumulada	0	0,00%	5.403.567	6,67%	10.807.133	10,34%	16.210.700	12,72%	20.067.700	13,03%	23.924.700	13,09%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**	**43,22%**	**18.521.133**	**22,87%**	**13.117.567**	**12,55%**	**7.714.000**	**6,05%**	**3.857.000**	**2,50%**	**0**	**0,00%**
Activos Diferidos												
Diferidos	7.762.344	14,02%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Total Activos Diferidos	**7.762.344**	**14,02%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**	**57,24%**	**18.521.133**	**22,87%**	**13.117.567**	**12,55%**	**7.714.000**	**6,05%**	**3.857.000**	**2,50%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**		**80.980.520**		**104.539.022**		**127.472.503**		**154.034.557**		**182.709.955**	
PASIVOS												
Pasivos Corrientes												
CXP	0	0,00%	1.647.200	2,03%	1.721.708	1,65%	1.799.935	1,41%	1.881.533	1,22%	1.967.213	1,08%
Cesantias xP	0	0,00%	2.466.965	3,05%	2.543.194	2,43%	2.618.218	2,05%	2.692.052	1,75%	2.764.738	1,51%
Intereses de Cesantias	0	0,00%	296.154	0,37%	305.305	0,29%	314.312	0,25%	323.176	0,21%	331.901	0,18%
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Ica x Pagar	0	0,00%	719.408	0,89%	752.839	0,72%	787.976	0,62%	824.673	0,54%	863.246	0,47%
Impuesto de Renta x Pagar	0	0,00%	5.868.743	7,25%	8.816.682	8,43%	9.968.353	7,82%	11.668.761	7,58%	13.185.948	7,22%
Impsto de Renta para la Equidad	0	0,00%	2.112.748	2,61%	3.174.006	3,04%	3.588.607	2,82%	3.734.004	2,42%	4.219.503	2,31%
Total Pasivos Corrientes	**0**	**0,00%**	**13.111.218**	**16,19%**	**17.313.734**	**16,56%**	**19.077.401**	**14,97%**	**21.124.198**	**13,71%**	**23.332.550**	**12,77%**
Pasivos No Corrientes												
Obligaciones Financieras	27.680.809	50,00%	24.695.011	30,50%	20.774.956	19,87%	15.628.317	12,26%	8.871.295	5,76%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**27.680.809**	**50,00%**	**24.695.011**	**30,50%**	**20.774.956**	**19,87%**	**15.628.317**	**12,26%**	**8.871.295**	**5,76%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**27.680.809**	**50,00%**	**37.806.229**	**46,69%**	**38.088.690**	**36,43%**	**34.705.718**	**27,23%**	**29.995.493**	**19,47%**	**23.332.550**	**12,77%**
PATRIMONIO												
Capital Social (Aportes)	27.680.809	50,00%	27.680.809	34,18%	27.680.809	26,48%	27.680.809	21,72%	27.680.809	17,97%	27.680.809	15,15%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	13.944.134	17,22%	34.892.571	33,38%	58.577.378	45,95%	86.722.430	56,30%	118.526.937	64,87%
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0	0,00%	1.549.348	1,91%	3.876.952	3,71%	6.508.598	5,11%	9.635.826	6,26%	13.169.660	7,21%
TOTAL PATRIMONIO	**27.680.809**	**50,00%**	**43.174.291**	**53,31%**	**66.450.332**	**63,57%**	**92.766.784**	**72,77%**	**124.039.064**	**80,53%**	**159.377.405**	**87,23%**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**		**80.980.520**		**104.539.022**		**127.472.503**		**154.034.557**		**182.709.955**	

Fuente: Grupo de Investigación

0	**0**	**0**	**0**	**0**

5.15.3 Análisis Vertical del estado de Resultados sin Financiación en pesos

- Del total de las ventas el 52,63% corresponden a los costos del año 1, del año 2 al 5 hay una disminución del 6% año a año.

- Del total de las ventas el 47,37% corresponde a las utilidades brutas del año 1, en el año 2 las utilidades aumentaron un 2,26% a diferencia del año 3 que disminuyo un 2,14% y en los 2 años siguiente hubo un aumento, mas no fue significativo.

- Del total de los egresos en el primer año hay una participación del 33,27% a diferencia del año siguiente con una disminución del 4,07% sobre el valor total y en los 3 últimos años hay una deducción significativa.

- Respecto a la utilidad operacional hay un crecimiento notorio año a año, lo mismo con la utilidad neta hay un incremento, año 1 8,38%, año 2 10,83%, año 3 11,19% año 4 12,11% y el ultimo año 12,48%.Ver cuadro 35 pág. 228.

5.15.4 Análisis Vertical del estado de Resultados con Financiación en pesos

- Del total de las ventas el 47,37% corresponde a las utilidades brutas del año 1, en el año 2 las utilidades aumentaron un 2.29% a diferencia del año 3 que disminuyó un 2,14% y en los 2 años siguiente hubo un aumento, mas no fue significativo.

- Del total de los egresos en el primer año hay una participación del 33.27% a diferencia del año siguiente con una disminución del 4.07% sobre el valor total y en los 3 últimos años hay una deducción significativa.

- Con respecto al gasto financiero del préstamo año a año va decreciendo.

- Respecto a la utilidad neta se evidencia un crecimiento año a año.

Ver cuadro 36 pág. 229.

Cuadro 35 Análisis Vertical Estado De Resultados Sin Financiación

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
VENTAS	218.002.430	100,00%	228.132.940	100,00%	238.780.536	100,00%	249.900.842	100,00%	261.589.778	100,00%
COSTO	114.738.121	52,63%	119.928.056	52,57%	125.377.070	52,51%	131.060.949	52,45%	137.029.084	52,38%
UTILIDAD BRUTA	**103.264.309**	**47,37%**	**108.204.884**	**49,63%**	**113.403.466**	**47,49%**	**118.839.893**	**47,55%**	**124.560.694**	**47,62%**
EGRESOS										
Nomina	40.970.751	18,79%	42.236.747	18,51%	43.482.731	18,21%	44.708.944	17,89%	45.916.086	17,55%
Gastos de administracion	7.459.441	3,42%	7.689.938	3,37%	7.916.791	3,32%	8.140.045	3,26%	8.359.826	3,20%
Gastos de ventas	10.210.230	4,68%	10.525.726	4,61%	10.836.235	4,54%	11.141.816	4,46%	11.442.645	4,37%
Gastos depreciacion	5.403.567	2,48%	5.403.567	2,37%	5.403.567	2,26%	3.857.000	1,54%	3.857.000	1,47%
Gastos diferidos	7.762.344	3,56%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	719.408	0,33%	752.839	0,33%	787.976	0,33%	824.673	0,33%	863.246	0,33%
TOTAL EGRESOS	**72.525.740**	**33,27%**	**66.608.816**	**29,20%**	**68.427.299**	**28,66%**	**68.672.478**	**27,48%**	**70.438.803**	**26,93%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**30.738.569**	**14,10%**	**41.596.068**	**18,23%**	**44.976.167**	**18,84%**	**50.167.415**	**20,07%**	**54.121.891**	**20,69%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos Financieros Préstamo	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**30.738.569**	**14,10%**	**41.596.068**	**18,23%**	**44.976.167**	**18,84%**	**50.167.415**	**20,07%**	**54.121.891**	**20,69%**
Impuesto de Renta	7.684.642	3,53%	10.399.017	4,56%	11.244.042	4,71%	12.541.854	5,02%	13.530.473	5,17%
CREE	2.766.471	1,27%	3.743.646	1,64%	4.047.855	1,70%	4.013.393	1,61%	4.329.751	1,66%
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	**20.287.455**	**9,31%**	**27.453.405**	**12,03%**	**29.684.270**	**12,43%**	**33.612.168**	**13,45%**	**36.261.667**	**13,86%**
Reserva Legal	2.028.746	0,93%	2.745.340	1,20%	2.968.427	1,24%	3.361.217	1,35%	3.626.167	1,39%
UTILIDAD NETA	**18.258.710**	**8,38%**	**24.708.064**	**10,83%**	**26.715.843**	**11,19%**	**30.250.951**	**12,11%**	**32.635.500**	**12,48%**

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 36 Análisis Vertical Estado De Resultados Con Financiación

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
VENTAS	218.002.430	100,00%	228.132.940	100,00%	238.780.536	100,00%	249.900.842	100,00%	261.589.778	100,00%
COSTOS	114.738.121	52,63%	119.928.056	52,57%	125.377.070	52,51%	131.060.949	52,45%	137.029.084	52,38%
UTILIDAD BRUTA	**103.264.309**	**47,37%**	**108.204.884**	**49,63%**	**113.403.466**	**47,49%**	**118.839.893**	**47,55%**	**124.560.694**	**47,62%**
EGRESOS										
Nomina	40.970.751	18,79%	42.236.747	18,51%	43.482.731	18,21%	44.708.944	17,89%	45.916.086	17,55%
Gastos de administracion	7.459.441	3,42%	7.689.938	3,37%	7.916.791	3,32%	8.140.045	3,26%	8.359.826	3,20%
Gastos de ventas	10.210.230	4,68%	10.525.726	4,61%	10.836.235	4,54%	11.141.816	4,46%	11.442.645	4,37%
Gastos depreciacion	5.403.567	2,48%	5.403.567	2,37%	5.403.567	2,26%	3.857.000	1,54%	3.857.000	1,47%
Gastos diferidos	7.762.344	3,56%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	719.408	0,33%	752.839	0,33%	787.976	0,33%	824.673	0,33%	863.246	0,33%
TOTAL EGRESOS	**72.525.740**	**33,27%**	**66.608.816**	**29,20%**	**68.427.299**	**28,66%**	**68.672.478**	**27,48%**	**70.438.803**	**26,93%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**30.738.569**	**14,10%**	**41.596.068**	**18,23%**	**44.976.167**	**18,84%**	**50.167.415**	**20,07%**	**54.121.891**	**20,69%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos Financieros Préstamo	7.263.595	3,33%	6.329.339	2,77%	5.102.754	2,14%	3.492.371	1,40%	1.378.099	0,53%
Gastos Financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS	**7.263.595**	**3,33%**	**6.329.339**	**2,77%**	**5.102.754**	**2,14%**	**3.492.371**	**1,40%**	**1.378.099**	**0,53%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**23.474.973**	**10,77%**	**35.266.729**	**15,46%**	**39.873.413**	**16,70%**	**46.675.044**	**18,68%**	**52.743.793**	**20,16%**
Impuesto de Renta	5.868.743	2,69%	8.816.682	3,86%	9.968.353	4,17%	11.668.761	4,67%	13.185.948	5,04%
CREE	2.112.748	0,97%	3.174.006	1,39%	3.588.607	1,50%	3.734.004	1,49%	4.219.503	1,61%
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	**15.493.482**	**7,11%**	**23.276.041**	**10,20%**	**26.316.453**	**11,02%**	**31.272.280**	**12,51%**	**35.338.341**	**13,51%**
Reserva Legal	1.549.348	0,71%	2.327.604	1,02%	2.631.645	1,10%	3.127.228	1,25%	3.533.834	1,35%
UTILIDAD NETA	**13.944.134**	**6,40%**	**20.948.437**	**9,18%**	**23.684.807**	**9,92%**	**28.145.052**	**11,26%**	**31.804.507**	**12,16%**

Fuente: Grupo de Investigación

5.15.5 Análisis Horizontal del Balance Proyectado sin Financiación

El análisis horizontal se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un año a otro, registrando y cuantificando los movimientos de cada cuenta de un periodo a otro.

En los anteriores cuadros podemos observar los cambios que se presentan desde el año 0 hasta el año 5 con y sin financiación, el aumento o disminución de cada cuenta en términos absolutos (pesos) y la variación relativa a porcentaje de variación, el cual resulta de dividir la variación absoluta por el valor del año anterior. Ver cuadro 37 pág 231.

5.15.6 Análisis Horizontal del Balance Proyectado con Financiación

Como podemos observar durante el primer año en el balance sin financiación el rubro de los activos tuvo una variación relativa del 64,79% el cual presento un comportamiento descendente hasta el quinto año, en el balance con financiación la variación relativa fue del 46,28% y su comportamiento fue mínimamente ascendente, esto debido a que este último balance cuenta con menos flujo de dinero (caja bancos) debido a las obligaciones financieras adquiridas, y esto hace que la variación a partir del año 0 al año 1 y en los años siguientes sea mucho menor en pesos y por consiguiente en porcentaje.

En el caso de los pasivos la variación absoluta se evidencia a partir del segundo año debido a que en el año 0 no se habían generado egresos, a partir de este segundo año se puede observar que en el caso del balance con financiación la variación es negativa debido a las obligaciones financieras adquiridas, lo cual genera una variabilidad notoria año a año en el patrimonio. Ver cuadro 38 pág. 232.

Cuadro 37 Análisis Horizontal Balance Proyectado Sin Financiación

ANALISIS HORIZONTAL BALANCE PROYECTADO SIN FINANCIACION																
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
Activos Corrientes																
CAJAS BANCOS	23.674.573	69.075.406	45.400.833	191,77%	105.648.404	36.572.998	52,95%	141.905.410	36.257.006	34,32%	180.653.583	38.748.173	27,31%	222.088.075	41.434.493	22,94%
CXC		3.633.374	3.633.374	0,00%	3.802.216	168.842	4,65%	3.979.676	177.460	4,67%	4.165.014	185.338	4,66%	4.359.830	194.816	4,68%
INVENTARIO		0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Total Activos Corrientes	**23.674.573**	**72.708.780**	**49.034.207**	**207,12%**	**109.450.620**	**36.741.840**	**50,53%**	**145.885.085**	**36.434.465**	**33,29%**	**184.818.597**	**38.933.511**	**26,69%**	**226.447.905**	**41.629.308**	**22,52%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%
VEHICULOS	5.000.000	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%
Depreaciacion acumulada	0	5.403.567	5.403.567	0,00%	10.807.133	5.403.567	100,00%	16.210.700	5.403.567	50,00%	20.067.700	3.857.000	23,79%	23.924.700	3.857.000	19,22%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**	**18.521.133**	**(5.403.567)**	**(22,59%)**	**13.117.567**	**(5.403.567)**	**(29,18%)**	**7.714.000**	**(5.403.567)**	**(41,19%)**	**3.857.000**	**(3.857.000)**	**(50,00%)**	**0**	**(3.857.000)**	**(100,00%)**
Activos Diferidos																
Diferidos	7.762.344	0	(7.762.344)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Total Activos Diferidos	**7.762.344**	**0**	**-7.762.344**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**	**18.521.133**	**(13.165.911)**	**(41,55%)**	**13.117.567**	**(5.403.567)**	**(29,18%)**	**7.714.000**	**(5.403.567)**	**(41,19%)**	**3.857.000**	**(3.857.000)**	**(50,00%)**	**0**	**(3.857.000)**	**(100,00%)**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**	**91.229.913**	**35.868.296**	**64,79%**	**122.568.187**	**31.338.273**	**34,35%**	**153.599.085**	**31.030.899**	**25,32%**	**188.675.597**	**35.076.511**	**22,84%**	**226.447.905**	**37.772.308**	**20,02%**
PASIVOS																
Pasivos Corrientes																
CXP	0	1.647.200	1.647.200	0,00%	1.721.708	74.508	4,52%	1.799.935	78.227	4,54%	1.881.533	81.599	4,53%	1.967.213	85.680	4,55%
Cesantias xP	0	2.466.965	2.466.965	0,00%	2.543.194	76.229	3,09%	2.618.218	75.024	2,95%	2.692.052	73.834	2,82%	2.764.738	72.685	2,70%
Intereses de Cesantias	0	296.154	296.154	0,00%	305.305	9.151	3,09%	314.312	9.007	2,95%	323.176	8.864	2,82%	331.901	8.726	2,70%
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Ica x Pagar	0	719.408	719.408	0,00%	752.839	33.431	4,65%	787.976	35.137	4,67%	824.673	36.697	4,66%	863.246	38.573	4,68%
Impuesto de Renta x Pagar	0	7.684.642	7.684.642	0,00%	10.399.017	2.714.375	35,32%	11.244.042	845.025	8,13%	12.541.854	1.297.812	11,54%	13.530.473	988.619	7,88%
Impsto de Renta para la Equidad	0	2.766.471	2.766.471	0,00%	3.743.646	977.175	35,32%	4.047.855	304.209	8,13%	4.013.393	(34.462)	(0,85%)	4.329.751	316.358	7,88%
Total Pasivos Corrientes	**0**	**15.580.841**	**15.580.841**	**0,00%**	**19.465.709**	**3.884.868**	**24,93%**	**20.812.338**	**1.346.628**	**6,92%**	**22.276.681**	**1.464.343**	**7,04%**	**23.787.322**	**1.510.641**	**6,78%**
Pasivos No Corrientes																
Obligaciones Financieras	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**15.580.841**	**15.580.841**	**0,00%**	**19.465.709**	**3.884.868**	**24,93%**	**20.812.338**	**1.346.628**	**6,92%**	**22.276.681**	**1.464.343**	**7,04%**	**23.787.322**	**1.510.641**	**6,78%**
PATRIMONIO																
Capital Social (Aportes)	55.361.617	55.361.617	0	0,00%	55.361.617	0	0,00%	55.361.617	0	0,00%	55.361.617	0	0,00%	55.361.617	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	18.258.710	18.258.710	0,00%	42.966.774	24.708.064	135,32%	69.682.618	26.715.843	62,18%	99.933.569	30.250.951	43,41%	132.569.069	32.635.500	32,66%
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0	2.028.746	2.028.746	0,00%	4.774.086	2.745.340	135,32%	7.742.513	2.968.427	62,18%	11.103.730	3.361.217	43,41%	14.729.897	3.626.167	32,66%
TOTAL PATRIMONIO	**55.361.617**	**75.649.073**	**20.287.455**	**36,65%**	**103.102.477**	**27.453.405**	**36,29%**	**132.786.748**	**29.684.270**	**28,79%**	**166.398.916**	**33.612.168**	**25,31%**	**202.660.583**	**36.261.667**	**21,79%**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**	**91.229.913**	**35.868.296**	**64,79%**	**122.568.187**	**31.338.273**	**34,35%**	**153.599.085**	**31.030.899**	**25,32%**	**188.675.597**	**35.076.511**	**22,84%**	**226.447.905**	**37.772.308**	**20,02%**

Fuente: Grupo de Investigación

0	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Cuadro 38 Análisis Horizontal Balance Proyectado Con Financiación

ANALISIS HORIZONTAL BALANCE PROYECTADO CON FINANCIACION																
ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
Activos Corrientes																
CAJAS BANCOS	23.674.573	58.826.013	35.151.439	148,48%	87.619.240	28.793.227	48,95%	#########	28.159.587	32,14%	146.012.543	30.233.716	26,11%	178.350.125	32.337.582	22,15%
CXC		3.633.374	3.633.374	0,00%	3.802.216	168.842	4,65%	3.979.676	177.460	4,67%	4.165.014	185.338	4,66%	4.359.830	194.816	4,68%
INVENTARIO		0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Total Activos Corrientes	**23.674.573**	**62.459.386**	**38.784.813**	**163,82%**	**91.421.456**	**28.962.069**	**46,37%**	**########**	**28.337.047**	**31,00%**	**150.177.557**	**30.419.054**	**25,40%**	**182.709.955**	**32.532.397**	**21,66%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	4.639.700	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%	4.639.700	0	0,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	2.815.000	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%	2.815.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	11.470.000	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%	11.470.000	0	0,00%
VEHICULOS	5.000.000	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%	5.000.000	0	0,00%
Depreaciacion acumulada	0	5.403.567	5.403.567	0,00%	10.807.133	5.403.567	100,00%	16.210.700	5.403.567	50,00%	20.067.700	3.857.000	23,79%	23.924.700	3.857.000	19,22%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**23.924.700**	**18.521.133**	**(5.403.567)**	**(22,59%)**	**13.117.567**	**(5.403.567)**	**(29,18%)**	**7.714.000**	**(5.403.567)**	**(41,19%)**	**3.857.000**	**(3.857.000)**	**(50,00%)**	**0**	**(3.857.000)**	**(100,00%)**
Activos Diferidos																
Diferidos	7.762.344	0	(7.762.344)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Total Activos Diferidos	**7.762.344**	**0**	**-7.762.344**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**31.687.044**	**18.521.133**	**(13.165.911)**	**(41,55%)**	**13.117.567**	**(5.403.567)**	**(29,18%)**	**7.714.000**	**(5.403.567)**	**(41,19%)**	**3.857.000**	**(3.857.000)**	**(50,00%)**	**0**	**(3.857.000)**	**(100,00%)**
TOTAL ACTIVOS	**55.361.617**	**80.980.520**	**25.618.902**	**46,28%**	**104.539.022**	**23.558.502**	**29,09%**	**########**	**22.933.481**	**21,94%**	**154.034.557**	**26.562.054**	**20,84%**	**182.709.955**	**28.675.397**	**18,62%**
PASIVOS																
Pasivos Corrientes																
CXP	0	1.647.200	1.647.200	0,00%	1.721.708	74.508	4,52%	1.799.935	78.227	4,54%	1.881.533	81.599	4,53%	1.967.213	85.680	4,55%
Cesantias xP	0	2.466.965	2.466.965	0,00%	2.543.194	76.229	3,09%	2.618.218	75.024	2,95%	2.692.052	73.834	2,82%	2.764.738	72.685	2,70%
Intereses de Cesantias	0	296.154	296.154	0,00%	305.305	9.151	3,09%	314.312	9.007	2,95%	323.176	8.864	2,82%	331.901	8.726	2,70%
Iva x Pagar (Regimen Comun)	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Ica x Pagar	0	719.408	719.408	0,00%	752.839	33.431	4,65%	787.976	35.137	4,67%	824.673	36.697	4,66%	863.246	38.573	4,68%
Impuesto de Renta x Pagar	0	5.868.743	5.868.743	0,00%	8.816.682	2.947.939	0,00%	9.968.353	1.151.671	13,06%	11.668.761	1.700.408	17,06%	13.185.948	1.517.187	13,00%
Impsto de Renta para la Equidad	0	2.112.748	2.112.748	0,00%	3.174.006	1.061.258	0,00%	3.588.607	414.602	13,06%	3.734.004	145.396	4,05%	4.219.503	485.500	13,00%
Total Pasivos Corrientes	**0**	**13.111.218**	**13.111.218**	**0,00%**	**17.313.734**	**4.202.516**	**32,05%**	**19.077.401**	**1.763.667**	**10,19%**	**21.124.198**	**2.046.797**	**10,73%**	**23.332.550**	**2.208.351**	**10,45%**
Pasivos No Corrientes																
Obligaciones Financieras	27.680.809	24.695.011	(2.985.798)	(10,79%)	20.774.956	(3.920.054)	(15,87%)	15.628.317	(5.146.639)	(24,77%)	8.871.295	(6.757.023)	0,00%	0	(8.871.295)	0,00%
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	**27.680.809**	**24.695.011**	**-2.985.798**	**0,00%**	**20.774.956**	**-3.920.054**	**0,00%**	**15.628.317**	**-5.146.639**	**0,00%**	**8.871.295**	**-6.757.023**	**0,00%**	**0**	**-8.871.295**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**27.680.809**	**37.806.229**	**10.125.420**	**0,00%**	**38.088.690**	**282.461**	**0,75%**	**34.705.718**	**-3.382.972**	**(8,88%)**	**29.995.493**	**-4.710.225**	**(13,57%)**	**23.332.550**	**-6.662.944**	**(22,21%)**
PATRIMONIO																
Capital Social (Aportes)	27.680.809	27.680.809	0	0,00%	27.680.809	0	0,00%	27.680.809	0	0,00%	27.680.809	0	0,00%	27.680.809	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	13.944.134	13.944.134	0,00%	34.892.571	20.948.437	150,23%	58.577.378	23.684.807	67,88%	86.722.430	28.145.052	48,05%	118.526.937	31.804.507	36,67%
Reserva Legal Acumulada 10% de la utilidad Neta	0	1.549.348	1.549.348	0,00%	3.876.952	2.327.604	0,00%	6.508.598	2.631.645	67,88%	9.635.826	3.127.228	48,05%	13.169.660	3.533.834	36,67%
TOTAL PATRIMONIO	**27.680.809**	**43.174.291**	**15.493.482**	**55,97%**	**66.450.332**	**23.276.041**	**53,91%**	**92.766.784**	**26.316.453**	**39,60%**	**124.039.064**	**31.272.280**	**33,71%**	**159.377.405**	**35.338.341**	**28,49%**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**55.361.617**	**80.980.520**	**25.618.902**	**46,28%**	**104.539.022**	**23.558.502**	**29,09%**	**########**	**22.933.481**	**21,94%**	**154.034.557**	**26.562.054**	**20,84%**	**182.709.955**	**28.675.397**	**18,62%**

Fuente: Grupo de Investigación

0	**0**	**0**	**0**	**0**

5.15.7 Análisis Horizontal del Estado de Resultado sin Financiación

- La utilidad bruta tiene una tendencia de crecimiento constante cada año con una variación de 4,80% y 4.82% los dos primeros años, 4,81% y 4.83% los dos siguientes año y el ultimo mostrando de manera favorable para la empresa el crecimiento de sus utilidades.

- Los egresos se mantienen en un mismo margen con respeto al inicial con variaciones entre cada año de (8,54%) y 2,73% lo que se entiende como positivo para la empresa pues muestra el cálculo y el manejo idóneo de los gastos operacionales con un crecimiento importante en la utilidad operacional.

- En el primer año la utilidad es consecuente con el análisis de los anteriores ítems de este informe la utilidad neta para los siguientes años es positiva. Ver cuadro 39 pág. 234.

5.15.8 Análisis Horizontal del Estado de Resultado con Financiación

- La utilidad bruta tiene una tendencia de crecimiento constante cada año los dos primeros años, 4,78% y 4,80% los dos siguientes y el ultimo mostrando de manera favorable para la empresa el crecimiento sus utilidades y no difiere del análisis con financiación.

- En lo que a la utilidad operacional se refiere tiene exactamente el mismo comportamiento que en el análisis con financiación,

- Al no haber financiación se logra obtener una utilidad positiva desde el primer año y con un crecimiento diferencial al último año de $14.376.79. **Ver cuadro 40. Pág. 235.**

Cuadro 39 Análisis Horizontal Estado De Resultado Sin Financiación

ANALISI HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
VENTAS	218.002.430	228.132.940	10.130.510	4,65%	238.780.536	10.647.596	4,67%	249.900.842	11.120.306	4,66%	261.589.778	11.688.937	4,68%
COSTO	114.738.121	119.928.056	5.189.935	4,52%	125.377.070	5.449.014	4,54%	131.060.949	5.683.879	4,53%	137.029.084	5.968.136	4,55%
UTILIDAD BRUTA	**103.264.309**	**108.204.884**	**4.940.575**	**4,78%**	**113.403.466**	**5.198.582**	**4,80%**	**118.839.893**	**5.436.426**	**4,79%**	**124.560.694**	**5.720.801**	**4,81%**
EGRESOS													
Nomina	40.970.751	42.236.747	1.265.996	3,09%	43.482.731	1.245.984	2,95%	44.708.944	1.226.213	2,82%	45.916.086	1.207.141	2,70%
Gastos de administracion	7.459.441	7.689.938	230.497	3,09%	7.916.791	226.853	2,95%	8.140.045	223.254	2,82%	8.359.826	219.781	2,70%
Gastos de ventas	10.210.230	10.525.726	315.496	3,09%	10.836.235	310.509	2,95%	11.141.816	305.582	2,82%	11.442.645	300.829	2,70%
Gastos depreciacion	5.403.567	5.403.567	0	0,00%	5.403.567	0	0,00%	3.857.000	(1.546.567)	(28,62%)	3.857.000	0	0,00%
Gastos diferidos	7.762.344	0	(7.762.344)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	719.408	752.839	33.431	4,65%	787.976	35.137	4,67%	824.673	36.697	4,66%	863.246	38.573	4,68%
TOTAL EGRESOS	**72.525.740**	**66.608.816**	**(5.916.924)**	**(8,16%)**	**68.427.299**	**1.818.483**	**2,73%**	**68.672.478**	**245.179**	**0,36%**	**70.438.803**	**1.766.325**	**2,57%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**30.738.569**	**41.596.068**	**10.857.500**	**35,32%**	**44.976.167**	**3.380.099**	**8,13%**	**50.167.415**	**5.191.248**	**11,54%**	**54.121.891**	**3.954.476**	**7,88%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Gastos Financieros Préstamo	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**30.738.569**	**41.596.068**	**10.857.500**	**35,32%**	**44.976.167**	**3.380.099**	**8,13%**	**50.167.415**	**5.191.248**	**11,54%**	**54.121.891**	**3.954.476**	**7,88%**
Impuesto de Renta	7.684.642	10.399.017	2.714.375	35,32%	11.244.042	845.025	8,13%	12.541.854	1.297.812	11,54%	13.530.473	988.619	7,88%
CREE	2.766.471	3.743.646	977.175	35,32%	4.047.855	304.209	8,13%	4.013.393	(34.462)	(0,85%)	4.329.751	316.358	7,88%
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	**20.287.455**	**27.453.405**	**7.165.950**	**35,32%**	**29.684.270**	**2.230.865**	**8,13%**	**33.612.168**	**3.927.898**	**13,23%**	**36.261.667**	**2.649.499**	**7,88%**
Reserva Legal	2.028.746	2.745.340	716.595	35,32%	2.968.427	223.087	8,13%	3.361.217	392.790	13,23%	3.626.167	264.950	7,88%
UTILIDAD NETA	**18.258.710**	**24.708.064**	**6.449.355**	**35,32%**	**26.715.843**	**2.007.779**	**8,13%**	**30.250.951**	**3.535.108**	**13,23%**	**32.635.500**	**2.384.549**	**7,88%**

Fuente: Grupo de Investigación

Cuadro 40 Análisis Horizontal Estado De Resultado Con Financiación

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
VENTAS	218.002.430	228.132.940	10.130.510	4,65%	238.780.536	10.647.596	4,67%	249.900.842	11.120.306	4,66%	261.589.778	11.688.937	4,68%
COSTO	114.738.121	119.928.056	5.189.935	4,52%	125.377.070	5.449.014	4,54%	131.060.949	5.683.879	4,53%	137.029.084	5.968.136	4,55%
UTILIDAD BRUTA	**103.264.309**	**108.204.884**	**4.940.575**	**4,78%**	**113.403.466**	**5.198.582**	**4,80%**	**118.839.893**	**5.436.426**	**4,79%**	**124.560.694**	**5.720.801**	**4,81%**
EGRESOS													
Nomina	40.970.751	42.236.747	1.265.996	3,09%	43.482.731	1.245.984	2,95%	44.708.944	1.226.213	2,82%	45.916.086	1.207.141	2,70%
Gastos de administracion	7.459.441	7.689.938	230.497	3,09%	7.916.791	226.853	2,95%	8.140.045	223.254	2,82%	8.359.826	219.781	2,70%
Gastos de ventas	10.210.230	10.525.726	315.496	3,09%	10.836.235	310.509	2,95%	11.141.816	305.582	2,82%	11.442.645	300.829	2,70%
Gastos depreciacion	5.403.567	5.403.567	0	0,00%	5.403.567	0	0,00%	3.857.000	(1.546.567)	(28,62%)	3.857.000	0	0,00%
Gastos diferidos	7.762.344	0	(7.762.344)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	719.408	752.839	33.431	4,65%	787.976	35.137	4,67%	824.673	36.697	4,66%	863.246	38.573	4,68%
TOTAL EGRESOS	**72.525.740**	**66.608.816**	**(5.916.924)**	**(8,16%)**	**68.427.299**	**1.818.483**	**2,73%**	**68.672.478**	**245.179**	**0,36%**	**70.438.803**	**1.766.325**	**2,57%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**30.738.569**	**41.596.068**	**10.857.500**	**35,32%**	**44.976.167**	**3.380.099**	**8,13%**	**50.167.415**	**5.191.248**	**11,54%**	**54.121.891**	**3.954.476**	**7,88%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Gastos Financieros Préstamo	7.263.595	6.329.339	(934.256)	(12,86%)	5.102.754	(1.226.585)	(19,38%)	3.492.371	(1.610.383)	0,00%	1.378.099	(2.114.272)	0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS	**7.263.595**	**6.329.339**	**(934.256)**	**0,00%**	**5.102.754**	**(1.226.585)**	**0,00%**	**3.492.371**	**(1.610.383)**	**0,00%**	**1.378.099**	**(2.114.272)**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**23.474.973**	**35.266.729**	**11.791.756**	**50,23%**	**39.873.413**	**4.606.684**	**13,06%**	**46.675.044**	**6.801.631**	**17,06%**	**52.743.793**	**6.068.749**	**13,00%**
Impuesto de Renta	5.868.743	8.816.682	2.947.939	0,00%	9.968.353	1.151.671	13,06%	11.668.761	1.700.408	17,06%	13.185.948	1.517.187	13,00%
CREE	2.112.748	3.174.006	1.061.258	0,00%	3.588.607	414.602	13,06%	3.734.004	145.396	4,05%	4.219.503	485.500	13,00%
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	**15.493.482**	**23.276.041**	**7.782.559**	**50,23%**	**26.316.453**	**3.040.411**	**13,06%**	**31.272.280**	**4.955.827**	**18,83%**	**35.338.341**	**4.066.062**	**13,00%**
Reserva Legal	1.549.348	2.327.604	778.256	0,00%	2.631.645	304.041	13,06%	3.127.228	495.583	18,83%	3.533.834	406.606	13,00%
UTILIDAD NETA	**13.944.134**	**20.948.437**	**7.004.303**	**50,23%**	**23.684.807**	**2.736.370**	**13,06%**	**28.145.052**	**4.460.244**	**18,83%**	**31.804.507**	**3.659.455**	**13,00%**

Fuente: Grupo de Investigación

5.16 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es una de las partes más importantes en la programación lineal, sobre todo para la toma de decisiones; pues permite determinar cuándo una solución sigue siendo óptima, dados algunos cambios ya sea en el entorno del problema, en la empresa o en los datos del problema mismo.

En **el cuadro 41** de análisis de sensibilidad, se realizó una disminución del 25% en el margen bruto, y se encontró que el proyecto es muy sensible a variaciones en el margen de rentabilidad.

En el **VPN** valores originales **FCSF** de 85.715.611 y en los valores modificados (6.045.012) y **FCCF** valores originales 82.269.420 y en los valores modificados (19.425.012) se muestra una disminución en ambos flujos por lo que el margen bruto es sensible a estas modificaciones.

Donde nos muestra que la solución sigue siendo óptima siempre y cuando permanezca en el mismo margen. Ver cuadro 41.

Cuadro 41 Análisis de Sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
DISMINUCIÓN DEL MARGEN BRUTO 30% DE 90% AL 60%				
	VALORES ORIGINALES FCSF	VALORES ORIGINALES FCCF	VALORES MODIFICADOS FCSF	VALORES MODIFICADOS FCCF
VPN ($)	85.715.611	82.269.420	(6.045.012)	(19.425.370)
TIR	68,35%	114,31%	8.39%	-18,45%
B/C(VECES)	2,55	3,97	0.89	0,30

Fuente: Grupo de Investigación

5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite evaluar cuál es el mínimo de ventas que ***pulpa fresca*** debe alcanzar para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

Alcanzar el punto de equilibrio es extremadamente importante para todas las empresas porque es el que me permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los gastos generados en la empresa..

El precio promedio de la pulpa de fruta es de 5.407 con un costo de 2.846. **Ver cuadro 42.**

Cuadro 42 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO SIN FINANCIACIÒN EN KILOS VENDIDOS						
	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de Equilibrio	2.148	24.257	24.945	25.339	25.577	25.920

Fuente: Equipo de investigacion

PUNTO DE EQUILIBRIO CON FINANCIACIÒN EN KILOS VENDIDOS						
	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de Equilibrio	2.527	29.130	30.543	30.859	31.107	31.203

Fuente: Equipo de investigacion

CONCLUSIONES

- Tras el haber realizado el estudio de mercado se determinó el perfil de cliente más favorable para el desarrollo de la idea de negocio con una demanda importante siendo este el cliente los casinos de alimentación sin descartar el cliente potencial que serán los institucionales tales como comedores o cafeterías de colegios, universidades, hospitales etc... Al que se llegara una vez se consolide el producto en el mercado objetivo, gracias al estudio de mercado se tomó la mejor decisión al escoger el canal de distribución para el producto, el canal de distribución directo lo que permitirá atender de manera personalizada fortaleciendo la relación cliente proveedor como estrategias de servicio y de venta, desde este factor de mercado analizado no se encuentran adversidades para el desarrollo del proyecto.

- Habiendo realizado el estudio técnico se concluye que no se necesita tecnología de avanzada y mucho menos que genere alta dependencia tecnológica sí que por el contrario, la herramienta tecnológica que se utilizara será la maquina envasadora, empacadora y selladora con lo anterior se concluye que no existe desde el punto de vista tecnológico y operativo no se presenta adversidad alguna para su desarrollo.

- En el aspecto operativo se establece como optimizar los tiempos, el personal necesario, espacios, herramientas, técnicas adecuados de logística mejorando la competitividad de la empresa , Con lo anterior se concluye que no existe desde el punto de vista tecnológico y operativo adversidad alguna para su desarrollo.

- Haber logrado estructurar el tipo de organización social mediante la definición de un organigrama, cargos, el perfil humano idóneo para los cargos, la equidad salarial, el número de personas requeridas permitió modelar un sistema administrativo basado en trabajo en equipo,

empoderamiento y se concluye desde este campo que no se contemplan adversidades.

- El análisis financiero durante el desarrollo de este estudio de viabilidad permite llegar a tres herramientas esenciales para evaluar alternativas de inversión como son VPN que en este caso es altamente favorable la cual demuestra que se obtendrá gran rentabilidad monetariamente, la tasa interna de retorno supera el costo de oportunidad del capital lo cual es viable.

BIBLIOGRAFIA

ADAPTACIONES DE PUESTOS DE TRABAJO, Adaptaciones 2012 [En Línea], [Mayo 12 de 2012] Disponible en http//www.ceapat.otg/interpresent2.

AGRICULTURA COLOMBIANA, Variedad de Frutas, 2011 [En Línea], [Junio 17 de 2011] Disponible en http://www7.uc.cl/sw_educ/historia/america/html/2_1_2.html

ASOCIACIÓN DE PROCESADORES DE JUGOS Y PULPAS, evolución del consumo per cápita, 2012 [En Línea], [Mayo 12 de 2012] Disponible en http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Foros/agroindustria_hortifruticola1.

BELALCAZAR MEJIA, Mery. Perfil Ambiental de Yumbo, Perfil Ambiental, Publicado: Miércoles, Abril 23 de 2008, 2012[En Línea], [Febrero 16 de 2012] disponible en la web: http://www.perfilambientalyumbo.com/.

BOLETIN ESTADISTICO TECNOLOGICO, Potencial Económico y su Marcada Relevancia Social a Escala Mundial, 2011 [En Línea], [Septiembre 13 de 2011]

CAMARA DE COMERCIO DE YUMBO, Empresas Asentadas en el Municipio de Yumbo, 2013 [En Línea], [Abril 16 de 2013] Disponible en http://www.ccy.org.co/.

C.I AGROFRUT, Productos Ofrecidos,2013 [En Línea],[Mayo 07 de 2013] Disponible http://agrofrut.com/portal/index.php?option=com content&view=article.

CONSEJO NACIONAL DE POLITICA ECONOMICA Y SOCIAL, REPUBLICA DE COLOMBIA DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN, Diagnóstico Socio Económico de las Cadenas de Frutas y Otros Vegetales, 2011[en línea],[Mayo 23 de 2011] Disponible en http// www.minambiente.gov.co_frutas_hortalizas.

COLOMBIA, Turismo Web, Yumbo, 2011[En Línea], [Julio 24 de 2011] Disponible http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/VALLE/MUNICIPIOS/YUMBO/YUMBO.

CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, Demanda Industrial Frutas Frescas, 2012[En Línea],[Junio 13 de 2012] Disponible en http://www.cci.org.co/ccinew/index.html.

CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, Estadisticas, 2012 [En Línea], [Mayo 12 de 2012] Disponible en http://www.cci.org.co/ccinew/index.html.

CORTÉS ORTIZ, María Alejandra, geografía de los riesgos una propuesta pedagógica, Calidad de Vida, Santiago de Cali, Marzo de 2006, Trabajo de Grado Presentado Para Optar al Título de Licenciada en Ciencias Sociales, Universidad del Valle Facultad de Humanidades Departamento de Geografía Plan de Licenciatura de Ciencias Sociales, Director: Espinosa López Rodolfo, Magister en Geografía, Pág. 89.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL ESTRATEGICO, Estrategia de Crecimiento Igor Ansoff, 2013 [En Línea], [Mayo 14 de 2013] Disponible en https://sites.google.com/site/competenciaestrategia/estrategias-de-crecimiento-ansoff.

DECORACIÓN Y DISEÑO DE INTERIORES, Diseños, 2012 [En Línea], [Marzo 12 de 2012] http// www.planetadeco.com.

DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Almacenamiento, Distribución, Envasado, Conservación, Consumidor, Clasificación, Congelación, Comercialización, Adecuación. 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Producto, Pulpa de Fruta, Recepción, Refinado, 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Empresa, Empresario, Emprendimiento, Innovación 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

DEFINICIÓN ABC, Tu Diccionario Hecho Fácil, Plan de Negocios, Comercializar, Innovación, Distribuir 2011 [En Línea], [Julio 08 de 2011] Disponible en http://www.definicionabc.com/general/.php.

DIRECCIÓN NACIONAL DE INNOVACIÓN ACADEMICA, Conservación de Frutas, 2011[en línea],[13 de Marzo de 2011] Disponible en http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228/teoria/obpulpfru/p1.htm

ENRIQUEZ, Ricardo. Administración Moderna, clases de organigramas, modelos de organigrama, organigrama formal, organigrama horizontal, organigrama informa., organigrama vertícal.2013 [En Línea], [Marzo 16 de 2013] Disponible en http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/01/organimetria-organigrama-un-organigrama_3038.html

EQUIPOS DE COCINA, Equipos gastronómicos, 2013 [En Línea], [Abril 12 de 2013] Disponible en la web: http//www.equiposgastronomicos.cl/refrigerador-indu-2-puerta-dual-afuera.htm

ESTATUTO TRIBUTARIO, Ley 424 del Estatuto Tributario, 2011 [En Línea], [Septiembre 06 de 2011] Disponible en www.secretariadesenado.gov.co /código/estatutotributario.html

ESTUDIO DE TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR DE ALIMENTOS, Servicio de Catering, 2013 [En Línea], [Abril 26 de 2013], Disponible en http://fumec.org.mx/v6/htdocs/alimentos-

FRANCO, Catalina, Habilidades Directivas, Los Lideres Están Comprometidos Con Los Programas de Bienestar Laboral (Encuesta de salud y productividad de Willis), de Willis North America's Human Capital Practice. 2013 [En Línea], [Abril 23 de 2013] Disponible en http://www.tendencias21.net/Los-lideres-estan-comprometidos-con-los-programas-de-bienestar-laboral_a6171.html.

FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO DE YUMBO, Mejoramiento Social, 2011 [En línea], [Agosto 24 de 2011] Disponible en http://www.fedy.org.co/

GAUTIER, Rafael. Biografía, Teoría de las Necesidades, 2011[En Línea],[Junio 25 de 2011] Disponible en http://webspace.ship.edu/cgboer/maslowesp.html

GOBERNACIÓN VALLE DEL CAUCA, COLOMBIA, Reseña Histórica, 2011 [En Línea], [Julio 18 de 2011] Disponible en http://www.valledelcauca.gov.co/Reseña.

HORTALIZAS GOURMET H.G, Productos Ofrecidos,2013[En Línea], [Mayo 03 de 2013] Disponible en http://www.hgourmet.com.co/productos/.

INSTITUTO MUNICIPAL DE CULTURA DE YUMBO, Cultural y Turismo, 2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2011] Disponible en http://imcy.gov.co/imcy/

INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS, el rotulado o etiquetado de los envases o empaques de alimentos derivados de Organismos Genéticamente Modificados, 2011 [En Línea], [Septiembre 08 de 2011] Disponible en http://web.invima.gov.co/portal/faces/index.jsp?id=55391.

LEVY, Alberto. Marketing Avanzado, El Trabajo Profesional de Alberto Levy lo sitúa bien alto en el nivel Internacional. Este Libro es Imprescindible, *Theodore Levitt,* Harvard Business School en: Bogotá Colombia, Marzo 22 de

2013.(Presentado en : Feria del Libro Bogotá, 18 de Abril al 01 de Mayo de 2013). Pág. 31-32.

MACHIN HERNANDEZ, María Mercedes, Gestión Ambiental, 2011 [En Línea], [Agosto 8 de 2011] Disponible en Revista trimestral Desarrollo Ambiental yumbo.

MEDIOS DE COBRO Y PAGO, Formas de Pago, 2012 [En Línea], [Mayo 12 de 2012] Disponible en http://www.escuelassj.com/file.php/708/medios pago.

MERCADO ACTUAL PRECIO Y SERVICIO, Impresora Multifuncional HP,2013 [En Línea], [Abril 16 de 2013] disponible en la web: http://www.mercadoactual.es/mactual/IMPRESORAS_MULTIFUNCION_FAX_HP_OFFICEJET_J6410_MULTIFUNCION_COL_CB029B_BEU_130595_mactual.html (Agosto 2012)

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO, Consumo de frutas en Colombia, 2011, [en línea],[consultado 19 de Mayo 2011], Disponible en: http://www.minagricultura.gov.co/inicio/default.aspx.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO, Participación demanda Industrial de Frutas Frescas, 2011, [en línea],[consultado 19 de Mayo 2011], Disponible en: http://www.minagricultura.gov.co/inicio/default.aspx.

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, Registros de protección, 2011 [En Línea],[Septiembre 06 de 2011] Disponible en http://www.minsalud.gov.co.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL OBSERVATORIO AGRO CADENAS COLOMBIA, Industria de Frutas y Hortalizas Colombia, 2011, [En Línea], [Septiembre 04 de 2011] Disponible en http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Foros/agroindustria_hortifruticola1.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, Consumo de Fruta Promedio, 2012 [En Línea], [Junio 13 de 2012] Disponible en http://www.who.int/es/

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA, Día Mundial de la Alimentación, 2011 [En Línea], [Agosto 18 de 2011] Disponible en http://www.fao.org/home/es/.

PERFIL DE FRUTAS TROPICALES FRESCAS Y PROCESADAS EN COLOMBIA, Usos de la Pulpa de Fruta, 2012 [En Línea], [Junio 16 de 2012 de 2012], Disponible en http:// www.profruta.gov.co/wp-content/uploadsPM2011L-FRUTAS-TROPICALES-FRESCAS-COLOMBIA.html.

POSADA CARRILLO, Mónica. Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de Pulpa de Fruta y su Posterior Exportación a la Republica de Argentina. 2009.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, Eje Económico,2012 [En Línea], [Agosto 18 de 2012] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/wp-content/uploads/2012/03 Plan_de_Desarrollo_2012-2015_version_2

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, Demografico,2012 [En Línea], [Agosto 18 de 2012] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/wp-content/uploads/2012/03 Plan_de_Desarrollo_2012-2015_version_2

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL, Tecnológico, 2012 [En Línea], [Agosto 18 de 2012] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/wp-content/uploads/2012/03 Plan_de_Desarrollo_2012-2015_version_2

RIVEROS, Hernán. (Editor). 1997. La Agroindustria Rural en América Latina. Serie de Estudios de Agroindustria Rural No 5. Programa Cooperativo de Desarrollo Agro Industrial Rural. Centro Regional Andino. Santafé de Bogotá, Colombia Pág. 22.

ROSATI, Hugo. Instituto de Historia, La Agricultura, 2011[En Línea], [Junio 22 de 2011] Disponible en http://www7.uc.cl/sw_educ/historia/html/2_1_2.html.

RHENALS, Germán. Pensamiento Administrativo, Teoría del Comportamiento Organizacional, 2011 [En Línea], [Julio 04 de 2013] Disponible en http://slipknot2127.blogspot.com/2008/11/teoria-del-comportamiento.html

ROSERO, Cesar Alberto. Teorías, Teoría del Consumidor, 2011 [En Línea], [Junio 27 de 2011] Disponible en http://www.fenadeco.org/pag_files/teoriaconsumidor.

SODEXO, Soluciones de Calidad de Vida Diaria, Administración de Comedores, 2013 [En Línea],[Abril 18 de 2013] Disponible en http://co.sodexo.com/soluciones deservicio/solucionesdeservicioonsite/salud/alimentación.

STEVIA ORGANICA DEL TOLIMA 100% CERTIFICADA, Importancia de la Stevia, 2013 [En Línea], [Mayo 12 de 2013] Disponible en http://www.steviadeltolima.com/

THOMPSON, Iván. Definiciones, 2011 [En Línea], [Septiembre 10 de 2011] Disponible en http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion.html

TORRES, Andrés. Canales de Comercialización Específicos y Diseños de Estrategias para el Ingreso al Mercado, 2013, Presentado en la Universidad Autónoma de Occidente Para Obtención de Grado de Administrador de Empresas.Pág.143.

UNIÓN GENERAL DE TRABAJADORES, Especialista en Seguridad y Salud en el Trabajo,2013 [En Línea], [Abril 17 de 2013] Disponible en http://training.itcilo.it/actrav_cdrom2/es/osh/sector1/sector1a.htm

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA, FACULTAD DE QUIMICA FARMACEUTICA, Pulpas de Frutas, 2011[en línea],[Abril 26 de 2011]Disponible en http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales

YUMBO, CAPITAL INDUSTRIAL, Historia del Municipio de Yumbo,2011[en línea], [Junio 12 de 2011] Disponible en http://www.yumbo.gov.co/nuestra-ciudad/historia/

YUMBO, CAPITAL INDUSTRIAL, Emblemas, 2011 [En Línea], [Agosto 14 de 2011] Disponible en www.yumbo.gov.co/nuestra-ciudad/emblemas/ +&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=co

YUMBO, Capital Industrial del Valle del Cauca, Información General del Municipio de Yumbo 2012 [En Línea], [Marzo 16 de 2012] Disponible en la página web: http://yumbovalle.tripod.com/yumbo/yumbo.htm

YUMBO, Capital Industrial, Mega Estación de Policía, 2013 [En Línea], [Marzo 12 de 2013] Disponible en la web: http://www.yumbo.gov.co/yumbo-tendra-su-mega-estacion-de-policia-finalizando-el-proximo-ano/#sthash.sICzK0CL.dpuf

ZONA FRANCA DEL PACIFICO, Mercados Sin Fronteras, Zonas Francas Especiales, 2012 [En Línea], [Marzo 16 de 2012], Disponible en la web http://www.zonafrancadelpacifico.com/quienes_somos.html

ANEXOS

.DVD con:

1. Versión digital formato PDF de este proyecto
2. Formulario de encuesta
3. Caracterización del sector acorde al código CIIU Revisión 4.
4. Estudio de la importancia de la Stevia en la salud humana
5. Beneficios de la Stevia
6. Indicadores DANE de Consumo de productos a base de frutas.
7. Tabulado de encuesta muestral formato Excel
8. Hoja de Cálculo financiero capítulo 5
9. Tendencias del sector frente al TLC con Estados unidos