

PLAN DE NEGOCIOS: ACEIPAL L.T.DA

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de prefactibilidad de una empresa productora y comercializadora de aceite de coco de calidad para distribuirlo a tiendas y supermercados a nivel local y nacional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Generar 3 empleos directos 2 indirectos en desarrollo de la empresa productora y comercializadora de aceite de coco

Producir aceite de coco teniendo en cuenta todas las normas fitosanitarios.

Implementar la producción de aceite acorde con la tecnología existente:

Establecer alternativas de industrialización del coco en la zona de Urabá

JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES

Ancestralmente y hasta los tiempos de hoy, la comunidad caribeña (zona norte de Urabá), ha tenido como una de sus bases de alimentación diaria, el coco; arroz de coco, la leche de coco, el aceite de coco, y dulces de coco (panocha, enyucao, galletas). Actualmente se encuentran procesos muy arcaicos en la utilización del coco y sus subproductos – rayado manual- con altos riesgos en Salud Ocupacional e Higiene y Seguridad Industrial, no se optimiza el tiempo, y en alguna medida incremento del costo de la canasta familiar

Hasta ahora, no ha habido quien satisfaga esta necesidad desde entregar un producto y subproductos de fácil utilización en los hogares urabaenses, para una mejor distribución del ingreso familiar, un mejor aprovechamiento del tiempo de las personas comprometidas en el proceso de rayado del coco, una mejor higiene y seguridad alimentaria en el servicio al consumidor.

Este proyecto se hace interesante en la medida que la materia prima se encuentra a disposición en la zona, con fáciles posibilidades de adquisición, de igual manera, el talento humano, con la suficiente experiencia en manipulación del producto y subproductos; esto garantiza la entrega de productos novedosos y de fácil utilización

Un elemento interesante es poder ofrecer al turista, productos diferentes en la zona de Urabá, en forma higiénica, de fácil consumo y económico; se facilita la forma de preparar los alimentos, de proyectar la región. Este proyecto se convertirá en una empresa líder en la región

Por otra parte pensamos que debido a la mala presentación y poca producción de aceite de coco de calidad, en algunos sitios como Montería, San Juan de Urabá, Necoclí y Cartagena, tomamos la iniciativa de realizar este estudio de prefactibilidad para crear una empresa productora y

comercializadora de aceite de coco, ya que en estos sitios la plantación de cocotero es extensas pero los productores son personas que se dedican a producir y a extraer poca cantidad de aceite y lo comercializan a un precio muy bajo y no cuentan con la tecnología adecuada que sirva para la extracción de dicho producto.

De esta manera el aceite de coco es una de las grasas vegetales mas apetecidas por sus propiedades y usos en algunos campos como la medicina, la industria, y también puede usarse en lo culinario, y gastronómico ya que es uno de los productos que forma parte de las acciones de filipina es decir es un producto que ofrece muchas oportunidades en el campos empresarial por su crecimiento en los últimos años que ha tenido un crecimiento del 8% acumulativo anual y por otra parte un 4% de con sumo: www.google.com

Desierta manera se puede destacar que algunas personas lo producen de forma artesanal, Por que eso hace parte de su rutina diaria y de su economía de tal manera que se destacan en producirlo muy poco y venderlo en una presentación no muy técnica porque su empaque son en bolsas y tarros sin ninguna especificaciones de calidad del producto:

ANÁLISIS DEL SECTOR

La palma de coco, reconocido como el árbol de la vida , de los mil usos, se da a lo largo de las costas del Caribe y en forma notable en México, en la ultima década se viene gestionando aprovechar los subproductos del coco y desarrollar distinto proyectos industriales ya que son pocos los negocios que explotan esta materia prima, es decir, aprovechar la fibra, la cáscara, el capacho, los aceites, el agua de coco, , carne de coco deshidratada; sirve de base para elaborar alcoholes, vinagres, dulces, helados y refrescos., la cáscara

si se pulveriza se puede utilizar como fertilizante en el campo y el tallo del cocotero se ocupa como sustituto de madera..

La fibra de coco, compuesta por celulosa y leño, posee baja conductibilidad al calor, resistencia al impacto, a las bacterias y al agua. Su resistencia y durabilidad lo hace un material adecuado para el mercado de la construcción para usarlo como material de aislamiento térmico y acústico.

La industria textil utiliza fibra de coco para elaborar hilos, redes de pesca, relleno para colchones y sillones.

Los estudios técnicos han demostrados que de cada diez cocos en fruto se obtiene un kilogramo de fibra. En general. Significa que el coco, la fibra de coco y sus derivados, han demostrado su rentabilidad, además de las oportunidades de negocio amigables con el medio ambiente.

La oferta mundial de aceite de coco está liderada por los países asiáticos, entre los principales países productores se encuentran Filipinas, Indonesia e India, quienes aportan alrededor del 79% de la producción mundial de aceite de coco. En el continente americano también se produce aceite de coco pero el volumen producido es mucho menor, destacándose México y Brasil.

El principal factor que influye en los incrementos de los precios de exportación del aceite de coco es la demanda creciente de biocombustible en países industrializados como estados unidos y la unión europea; a raíz de su afán por desarrollar alternativas para subsanar la problemática energética y ambiental que se vive a nivel mundial

ANÁLISIS DEL MERCADO

Se propone satisfacer la necesidad de alimentación con base en coco y sus subproductos; leche de coco, agua de coco, aceite de coco, en la comunidad en general, niños, jóvenes, adultos y ancianos, de la zona norte y eje de Urabá y la zona sur occidente de Córdoba; de igual manera, satisfacer la necesidad a nivel de las empresas que lo requieran. Esto es, en una primera

fase, y luego en una segunda fase, los departamentos de Córdoba, Magdalena, Atlántico, Bolívar, Antioquia y resto del país.

La alimentación con base en el coco rallado (arroz de coco) y subproductos, es algo cultural, es parte de la cadena alimenticia de los urabaenses; están dispuestos a consumir por que con el proyecto “Derivados y Conservas del Coco”, se les ofrece comodidad, agilidad racionalización del ingreso familiar, diversidad alimenticia, con un valor agregado cual es 100% natural, sin conservantes ni preservativos, con una refrigeración aproximada de 15 días, higiénicamente empacado y listo para utilizar

Se presume que entre un 80 a 90% de los hogares de la zona norte de Urabá y sur occidente de Córdoba, que tienen como base de alimentación el coco y sus subproductos estarían dispuestos a consumirlo en forma de conserva. Las empresas y/o negocios que tienen como materia prima el coco y sus subproductos estarían en disposición de adquirir estos productos por versatilidad, por su eficacia, por economía, por que contribuye al crecimiento y desarrollo empresarial local, regional y nacional.

De cierta manera para poder segmentar nuestro producto nos basamos en algunas variables como bases comunes para identificar en forma aceptada el mercado específico de mi empresa esa variables pueden ser:

- La edad
- Sexo
- Poder de compra
- Cantidad de uso
- Tipo de uso

De esta manera como es una empresa comercializadora de aceite de coco determinamos que nuestros clientes son:

Supermercados, tiendas y restaurantes:

- ✓ Los Ibáñez
- ✓ Aristizabal
- ✓ El éxito
- ✓ La 58
- ✓ Los tres corazones
- ✓ Don Darío
- ✓ Las delicias
- ✓ Rico pollo
- ✓ Barbacoa

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia que se tiene en estos momentos es la procesadora de coco con sede en Medellín, Antioquia; es una empresa incipiente en el sector, con poca cobertura pues por consultas hechas por el equipo del proyecto, aun no satisfacen, los mercados de Bolívar, Atlántico, Córdoba y Urabá. Una de las debilidades es que la materia prima básica, el coco, no la tienen en Medellín, la tienen que llevar de la zona de Urabá. Precisamente una de las fortalezas el proyecto “Derivados y Conservas del Coco”, La fortaleza de la competencia esta en que recién incursiona en el mercado, contando con canales de comercialización, infraestructura –maquinaria.

La competencia de nuestro empresa como productores desierta manera existen porque hay industrias colombianas productoras de aceite comestibles y además se encuentran bien constituidas legalmente.

Y sus marcas de aceite están bien posesionadas en el mercado nacional el cual se encuentran el aceite viví, riquísimos, soy sabor, entre otros

Algunas de estas empresas son: fagrave S.A barranquilla (atlántico) gracetales limitadas (barranquilla) son fabricas que sobre salen por su producción, calidad presentación. pero actualmente los aceites mas con sumidos son aquellos que se ajustan al bolsillos del cliente como: el viví,

soy sabor, de manera que estas dos marcas de aceite son nuestra mayor competencia

CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto que estaríamos transformando y comercializando sería el aceite de coco, el cual se obtiene de la copra, parte sólida del endospermo del fruto, seco y reducido a trozos. Por saponificación e hidrogenación se obtiene manteca y aceite de coco. La copra contiene aproximadamente un 63% de aceite, 31% de materia seca y 6% de agua.

Su utilización es muy amplia, tiene un importante mercado en la industria de la cosmética (para la elaboración de jabones y cremas) debido a su alto contenido de ácido láurico. Su uso en la industria alimenticia es en los productos de bollería y en la elaboración de snacks, Se utiliza también para elaborar biodiesel, y en la producción de resinas para la industria química.

USO Y APLICACIÓN DEL PRODUCTO

Aceite se extrae de la pulpa seca (copra). La pulpa fresca contiene del 30 al 40 % de aceite y el 50 % de agua; la copra contiene del 60 al 70% de aceite. El aceite de coco tiene un olor característico, es blanco o ligeramente amarillento y se presenta líquido por encima de 26-27%.

El aceite de coco tiene una composición única, contiene del 45-50% de ácido láurico y del 13 al 18 % de ácido mirístico y otros ácidos grasos saturados de peso molecular relativamente bajo y la escasez de ácidos grasos insaturados dan lugar a la característica del aceite de coco.

En relación con los otros aceites vegetales (excepto el de palmaste), el aceite de coco fácilmente individualizable. Hay que hacer notar que, a diferencia de la mayor parte de los aceites de origen vegetal, las características de los diversos aceites de coco, cualquiera que sea su procedencia, no presentan grandes variaciones

EMPAQUES

El empaque de nuestro producto serán embases plásticos que contaran con una etiqueta con todas sus especificaciones nutricionales y también el registro de calidad y la cantidad que puede contener.

Capacidad de los embases

- ✓ 3000 ml
- ✓ 1000 ml

EMBALAJE

Contaríamos con cajas grandes y medianas con dimensiones:

- ✓ Para aceite de 3000cm *6 serian ancho 27cm, largo 39cm, y alto 36:
- ✓ Para aceite de 1000cm *12 serian ancho 26cm, largo 33.5 y alto 27.6

CARACTERISTICAS FISICAS Y QIIMICA DEL ACEITE DE COCO

Las características físicas y químicas del aceite de coco se representa en la palma aceitera, la brasilera palma babasu y la palma cohune (orbignya) común de América central:

| | |
|-----------------------------|-------------|
| Índices físico | |
| Gravedad específicas 40/25c | 0.908.0913 |
| Índices de refracción 40c | 1.448/1.450 |
| Punto de fusión | 23/26 |
| Índices químicos | |
| De acidez mg koh/g | 1/10 |
| De saponificación | 251.264 |
| De yodo | 7/10 |

MATRIZ DOFA

| DEBILIDADES | FORTALEZAS |
|--|--|
| <p>No se encuentra la tecnología adecuada en el país para a elaboración de dicho producto aceite de coco.</p> <p>Falta de experiencia en la comercialización del producto.</p> <p>Variedad del producto y alcance geográfico se hace más compleja la distribución</p> | <p>Beneficio para la salud.</p> <p>Generación de empleo productivo</p> <p>En la zona no se cuenta con una empresa comercializadora del aceite de coco.</p> <p>Se cuenta con buena información sobre el producto.(aceite de coco)</p> |
| OPRTUNIDADES | AMENAZAS |
| <p>No hay competidores directo</p> <p>Es una materia prima para la elaboración de diversos productos como, jabón de coco, esencia de coco, y biocombustibles.</p> <p>Se cuenta con suficiente materia prima en los municipios de necocli y sanjuán de uraba</p> <p>Excelente calidad de producto</p> | <p>Alta oferta de nuestro producto por parte de diferente mercado internacionales</p> <p>Inestabilidad del precio</p> |

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

La estrategia de elección para distribución de nuestro producto depende la cobertura deseada. De tal manera si queremos tener mayor o menor amplitud de punto de venta en una determinada zona se debe determinar la estrategia correcta.

Por lo tanto el diseño de distribución comercial para nuestro producto depende de un mayorista, detallista, consumidor Ofreciendo además del producto un buen servicio y un precio competitivo que pueda llamar la atención de nuestros clientes Por cada tonelada de aceite de coco distribuido, a tiendas y supermercados nos cobran 12.000 \$

ESTRATEGIA DE PROMOCION

Para promocionar nuestro producto nos basamos de ciertas alternativas como repartir 100 tarjetas de presentación que tienen un costo de 25.000 colocar pendones de 100*50 que tienen un costo de 75.000 con todas las especificaciones del productos y también dar demostraciones del aceite de coco en frascos de 10 ml con un precio de 2000 por muestra en municipio de apartado y en otros cercanos.

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR UNIDAD | VALOR TOTAL |
|--------------------------|----------|--------------|----------------|
| Tarjetas de presentación | 100 | 25000 | 25.000 |
| Pendones de 100*150 | 2 | 75.000 | 150.000 |
| demostraciones | 100 | 2000 | 200.000 |
| TOTAL | | | 375.000 |

ESRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La comunicación de la empresa se hará por un medio de la radio donde se emitirá de lunes a viernes 3 cuñas radiales donde el valor del mes seria de 252.822\$ y también contaríamos con pasacalles en telas con un valor de 85000\$ de manera contaremos con gran cobertura para comunicar todo lo referente de la empresa y el producto a vender También otra forma de promocionar nuestro producto seria por medio de los distribuidores de tal manera que ellos conozcan la política de la empresa y detalles del producto final.

| CONCCEPTO | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|--------------------|----------------|-------------|
| Cuñas radiales * 3 | 252.822\$ | 252.822 |
| Pasas calles *2 | 85000 | 170.000 |
| TOTAL | | 422.822 |

ESTRATEGIA DE SERVICIOS

Contaremos con una infraestructura y tecnología apropiada para extracción del aceite y así mismos se contaría con línea de atención al cliente donde se pueda atender sugerencias o inquietudes que tengan con nuestro producto

También se contaría con rutas de distribución para aquellas comercializadoras, tiendas, supermercados que compren el producto

ESTRATEGIA DE PRECIO

Como existen tanta competencia determinamos que nuestro producto contaría con un precio normal de 14000\$ pero como fase de introducción al mercado el precio seria de 13000\$ el aceite de 3000cm así como los de

1000 también contarían con un precio menor al de la competencia, hasta posesionarnos en el mercado , con el fin de sacar el producto al precio establecido. Pero también tuvimos en cuenta que nuestro producto se debe fortalecer para que nuestra empresa cuente con una economía y una productividad deseada y así poder sacar nuestra empresa adelante.

ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO:

- Dentro de la estrategia de aprovisionamiento de nuestra materia prima contamos con algunos municipios como Necocli, sanjuán de Uraba que proveen en su gran mayoría cocos de excelente calidad donde el primer proveedor es Necocli y el precio de cada coco (500\$), el abastecimiento se hará mensualmente.

PROYECCION Y POLITICA DE CARTERA

Mensualmente el total de producción será 5000 frasco de aceite de 1000 seba a producir 2000 y de 3000 se va producir 3000 frascos el cual se venderá a crédito y si de pasa de la fecha de pago esto genera un interés por la demora.

PROYECCION DE VENTAS

| PRODUCTO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ACEITE DE COCO X | 36.000 | 37.800 | 39.690 | 41.674 | 43.758 |
| PRECIO | 13.000 | 13.650 | 14.332 | 15.049 | 15.801 |
| VALOR | | | | | |

| PRODUCTO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|

| | | | | | |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ACEITE DE COCO X | 24.000 | 25.200 | 26.860 | 27.783 | 29.173 |
| PRECIO | 5.000 | 5250 | 5.513 | 5.789 | 6.778 |
| VALOR TOTAL | 120.000.000 | 132.300.000 | 145.873.980 | 160.835.787 | 197.734.594 |

NOTA: El incremento de cada año fue del 5% según inflación proyectada

MODULO OPERACIONES

FICHA TECNICA:

DESCRIPCION:

El **aceite de coco** se obtiene de la copra, parte sólida del endospermo del fruto, seco y reducido a trozos. Por saponificación e hidrogenación se obtiene mantequilla y aceite de coco. La copra contiene aproximadamente un 63% de aceite, 31% de materia seca y 6% de agua.

Su utilización es muy amplia, tiene un importante mercado en la industria de la cosmética (para la elaboración de jabones y cremas) debido a su alto contenido de ácido laurico. Su uso en la industria alimenticia es en los productos de bollería y en la elaboración de snacks, se utiliza también para elaborar biodiesel, y en la producción de resinas para la industria química.

CUALIDADES

El aceite de coco es un producto natural de alto valor nutritivo lo cual lo puede consumir todo tipo de persona por sus nutrientes vitamínicos.

El aceite de coco es un producto bastante fresco y de muy buena calidad en relación con otros aceites vegetales el aceite de coco no presenta grandes variaciones como los otros aceites:

DISEÑO

Contaríamos con cajas grandes y medianas con dimensiones:

- ✓ Para aceite de 3000ml *6 serian ancho 27cm, largo 39cm, y alto 36:
- ✓ Para aceite de 1000ml *12 serian ancho 26cm, largo 33.5 y alto 27.6

EMPAQUES

El empaque de nuestro producto serán embases plásticos que contarán con una etiqueta con todas sus especificaciones nutricionales y también el registro de calidad y la cantidad que puede contener.

Capacidad de los embases

- ✓ 3000 ml
- ✓ 1000 ml

COMPOSICION VULOMETRICA

| | |
|--------------|--------|
| cáscara | 20% |
| agua | 50% |
| Pulpa fresca | 30-40% |
| copra | 60-70% |

COMPOSICION NUTRICIONAL

| | |
|-------------------------|------|
| Caloría | 351 |
| Grasas (g) | 36 |
| Hidratos de carbono (G) | 3.7 |
| Potasio(mg) | 405 |
| Magnesio (mg) | 52 |
| Vitamina E (mg) | 0.7 |
| Vitamina C (mg) | 2 |
| Acido fólico (mg) | 26 |
| Fibra (g) | 10.5 |

ESTADO DE DESARROLLO

El coco en Colombia es uno de los frutos de mayor producción en la zona norte de Urabá y el sur occidente de córdoba de tal manera es el sostenimiento de muchas familias que cultivan este producto para aprovechar los beneficios que este ofrece, dándole un valor agregado a la fabricación de diferentes productos como: aceite de coco, jabón de coco, helado, dulces, bronceador, entre otros.

Hoy se hace notar que las personas en el mundo que usan el aceite de coco tienen la tasa más baja de enfermedades, menos diabetes,

obesidad, cutis saludable, además en Colombia se presenta una de las tendencias de mayor consumo de aceite vegetal dándole gran oportunidad al aceite de coco tanto así que evalúan proyecto de inversión o factibilidad para desarrollar nuevos productos derivados del coco y de mayor valor agregado

DESCRIPCION DEL PROCESO

1. RECEPCION DE LA MATERIA PRIMA

Se recibirán los bultos de coco y se almacenaran en una bodega que cuenta con un buen estado ahí contaremos con dos personas que se encargue de inspeccionar y seleccionar los cocos dependiendo su tamaño ellos contarán con un día.

2. MANEJO TECNICO

Se seleccionaran y se miraran su estado luego se lavan con agua potable para mayor higiene en la producción, para esto se contara con una persona especializada en el proceso.

3. TRANSFORMACION DE LA MATERIA

Para la extracción de aceite de coco necesitamos de unas maquinas

- ✓ EL DESCASCARADOR: que ofrece un cortador de coco

La cascara sale desde descascarado junto con la madera sobrante esta utilizado como combustible para la caldera.

- ✓ CALDERA: produce el vapor para la tetera lo cual sale cocinada por el vapor de esta
- ✓ EXPULSOR: tritura el coco cocinado y produce el aceite :
- ✓ BOMBA DE FILTRO. Lleva el aceite a la prensa de filtrar.

- ✓ LA PRENSA DE FILTRAR: filtra el aceite y lo hace útil y comestible

EMPAQUES

El empaque de nuestro producto serán embases plásticos que contarán con una etiqueta con todas sus especificaciones nutricionales del producto y también el registro de calidad y la cantidad que puede contener.

Capacidad de los embases:

- ✓ 3000 ml
- ✓ 1000 ml

EMBALAJE

Contaríamos con cajas grandes y medianas con dimensiones:

- ✓ Para aceite de 3000cm *6 serian ancho 27cm, largo 39cm, y alto 36:
- ✓ Para aceite de 1000cm *12 serian ancho 26cm, largo 33.5 y alto 27.6

Para comercializar contaremos con camiones para llevar el producto al mayorista, todas las tiendas, supermercados y restaurantes de Apartado y otros municipios.

NECESIDADES Y REQUERIMIENTO

La materia prima para la elaboración de nuestro producto será:

- ❖ Cocos de excelente calidad.
- ❖ Elementos de protección personal
- ❖ Tecnología requerida
- ❖ Capacidad instalada

CUADRO DE INVERSION POR TRES MESES

| CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | VALOR UNIDAD | VALOR TOTAL |
|---------------------------------|----------|------------------|--------------|-------------|
| Cocos | 47.000 | Und | 500 | 70.500.000 |
| Mano de obra operativa | 3 | Empleados | 2.160.000 | 6.480.000 |
| Mano de obra Administrativa | 2 | Empleados | 720.000 | 4.320.000 |
| Equipos de seguridad industrial | 3 | empleados | 96.500 | 289.500 |
| Empaques | | | | |
| Tarros de 1.000cc | 2000 | unidad | 250 | 1.500.000 |
| Tarros de 3.000cc | 3000 | unidad | 680 | 6.120.000 |
| Embalaje | 1.998 | Cajas | 2.800 | 5.594.400 |
| Expulsor | 1 | Und | 5.796.000 | 5.796.000 |
| Descascarador | 1 | Und | 1500000 | 15.000.000 |
| Caldera | 1 | Und | 10700000 | 10.700.000 |
| Bomba de Filtrar | 1 | Und | 3200000 | 3.200.000 |
| Prensa de Filtrar | 1 | Und | 7.000.000 | 7.000.000 |
| Kit de Oficina | 1 | Global | 5.000.000 | 5.000.000 |
| Arrendamiento | 3 | Meses | 1000000 | 3.000.000 |
| Servicios Públicos | 3 | Meses | 500000 | 1.500.000 |
| Constitución legal | 1 | Und | 500.000 | 500.000 |
| Registro Sanitario | 1 | Und | 1.159.433 | 1.159.433 |
| Código de Barras | 1 | Und | 1.600.000 | 1.600.000 |
| Licencia Ambiental | 1 | Und | 800.000 | 800.000 |
| Rentas | 1 | Und | 300.000 | 300.000 |

| | | | | |
|-----------------|--|--|--|--------------------|
| departamentales | | | | |
| TOTAL | | | | 150.359.333 |

PLAN DE PRODUCCION:

| DESCRIPCION | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | PERIODO |
|----------------|------------------|----------|---------|
| Aceite de Coco | Frasco * 3000 cm | 3000 | Mensual |
| Aceite de Coco | Frasco*1000 cm | 2000 | Mensual |

CONSUMO POR UNIDAD

ACEITE POR 3000 cc

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR | VALOR |
|---------------------|----------|-------|-------|
| COCOS | 14 | 500 | 7.000 |
| EMPAQUE | 1 | 680 | 680 |
| EMBALAJE | 1 | 466 | 466 |
| MANO DE OBRA | 3 | 240 | 720 |
| | | | |

ACEITE POR 1000 cc

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR | VALOR |
|----------|----------|-------|-------|
| COCOS | 5 | 500 | 2.500 |
| EMPAQUE | 1 | 250 | 250 |
| EMBALAJE | 1 | 233 | 233 |

| | | | |
|----------------|---|-----|--------------|
| MANO DE | 3 | 240 | 720 |
| TOTAL | | | 3.703 |

PLAN DE COMPRA:

Tendríamos proveedores de los municipios de Necoclí, San Juan de Urabá y Arboletes, este abastecimiento lo estaríamos haciendo cada mes

COSTOS DE PRODUCCION (X) 3 MESES

| CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | VALOR UNIDAD | VALOR TOTAL |
|---------------------------------|-----------------|-------------------------|---------------------|--------------------|
| Cocos | 47.000 | Und | 500 | 70.500.000 |
| Mano de obra operativa | 3 | Empleados | 2.160.000 | 6.480.000 |
| Mano de obra Administrativa | 2 | Empleados | 720.000 | 4.320.000 |
| Equipos de seguridad industrial | 3 | empleados | 96.500 | 289.500 |
| Empaques | | | | |
| Tarros de 1.000cc | 2000 | unidad | 250 | 1.500.000 |
| Tarros de 3.000cc | 3000 | unidad | 680 | 6.120.000 |
| Embalaje | 1.998 | Cajas | 2.800 | 5.594.400 |
| TOTAL | | | | 94.803.900 |

INFRAESTRUCTURA:

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|------------|----------|-------------------|----------------|
| adecuación | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 |
| TOTAL | | | 1.500.000 |

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

ANALISIS DOFA

DEBILIDADES

- Que el producto no tiene un consumo masivo como esta representado en los otros tipos de aceites vegetales.
- Poca experiencia en el sector.
- Inestabilidad de los precio en las materias primas e insumos en la región de urabá.

OPORTUNIDADES

- En la zona de Urabá no se ha llevado a cabo procesos de industrialización del coco. Esto nos permite aprovechar las condiciones del mercado.

FORTALEZAS

- Hay disponibilidad de la materia prima e insumos y mano de obra en la zona de Urabá.
- Posibilidades de industrialización del coco y obtener muchos subderivados.

- El producto no necesita conservantes.

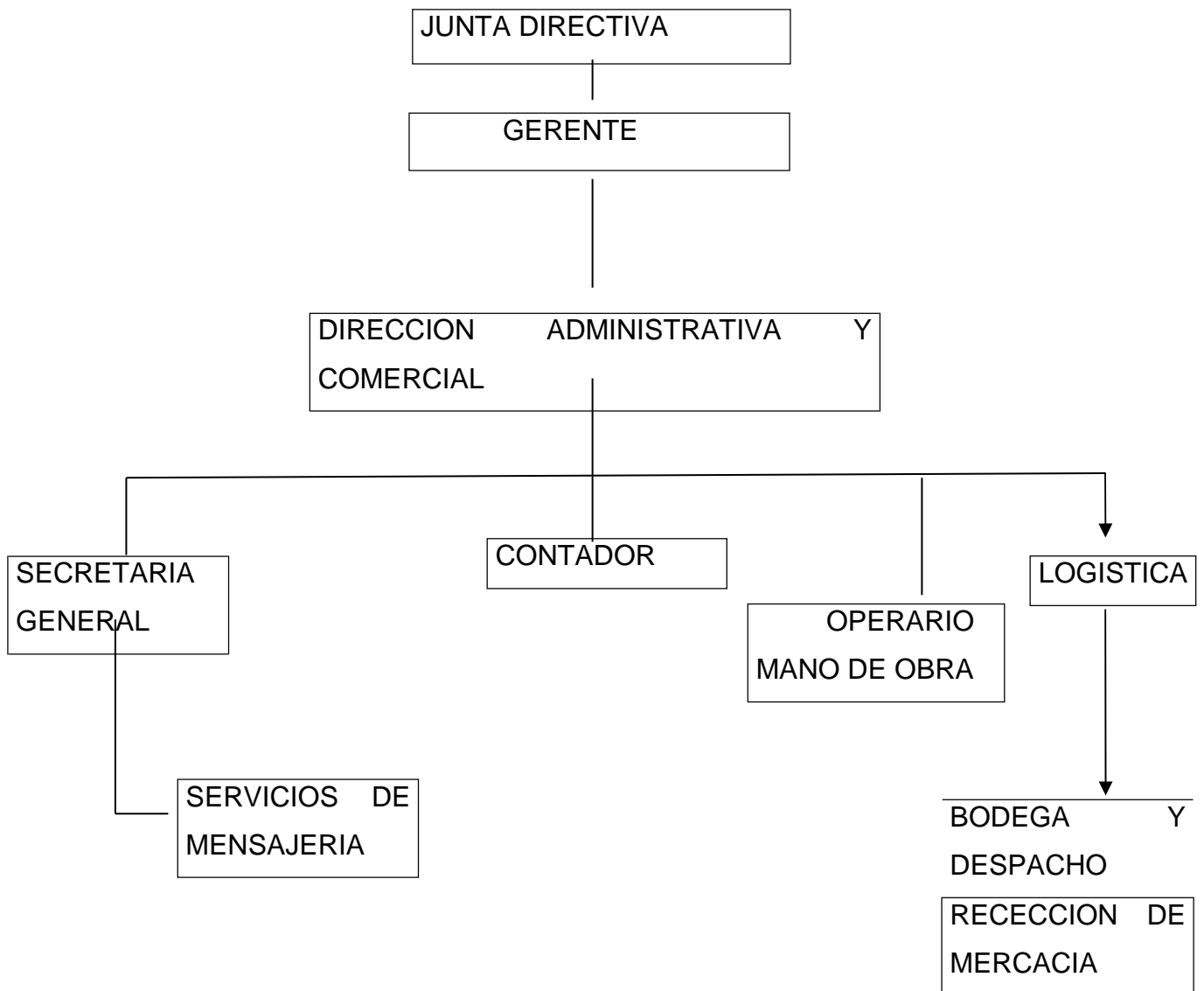
AMENAZAS

- La puesta en marcha de otra empresa con mejor tecnologías
- Deterioro del orden publico en la zona de Urabá.

ORGANISMO DE APOYO

Nuestro organismo de apoyo será la sama. su apoyo consiste en presentarle nuestro proyecto con el fin de que ellos conozcan el objetivo de este ya ellos cuentan con la información necesaria de las partes donde hay concentración de cocos Necoclí y sanjuán de Urabá el cual cuentan con las siguientes estadística.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



DESCRIPCION DE LOS CARGOS

GERENTE

El cargo será responsable de administrar y controlar el flujo de recursos financieros en la empresa... su cargo (Contabilidad, Adquisiciones, Finanzas, Adm. y RRHH, Informática). Dentro de sus funciones se... encuentran: •Revisar y entregar Balance General, informes de Directorio e informes de gestión mensual... del personal y otros. Disponer de toda la Documentación legal por Plantas y de la empresa en General

SECRETARIA

Atención de recepción, llamadas telefónicas atención del cliente externo y interno elaboración de correspondencia manejo de archivo y pagos de nominas de los trabajadores de la empresa

CONTADOR

Organización del departamento de contabilidad e implementación de reporte del área financiera , contable y tributaria, además cumplir con los requerimientos de información del área bien sea para la gerencia general junta de socios o terceros

OPERARIO MANO DE OBRA

Se cuenta en la actualidad con un grupo de 5 trabajadores vinculados ala empresa como los que manejan el proceso de la materia prima estos se encargan de la transformación y manejo de la materia prima

LOGISTICA

Es el que se encarga del manejo de la bodega para recibir el insumo que entra y sale

ASPECTOS LEGALES

Nuestra empresa seria una Sociedad de responsabilidad limitada, ya que somos dos emprendedores que estamos presentando la propuesta.

Las Sociedades de responsabilidad limitada: Se identifican con la denominación o razón social que determinen los socios, seguida de la palabra "limitada" o su abreviatura "Ltda.". En caso de no cumplir la regla antes descrita, los socios son responsables solidaria e ilimitadamente frente a terceros. En cuanto a la responsabilidad, cada socio responde, hasta por el valor de su aporte pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, prestaciones, asesorías o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuanta, duración y modalidades. El capital esta dividido en cuotas o partes de igual valor que debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo. Este tipo de sociedades debe constituirse con dos o más socios y el número máximo es de 25.

La sociedad llevará un libro de registro de socios, registrado en la Cámara de Comercio, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno posea, así como los embargos, gravámenes y cesiones que se hubieren efectuado, aun por vía de remate.

La dirección y administración de la sociedad estarán a cargo de los siguientes órganos: a) La junta general de socios, y b) el gerente. La sociedad también podrá tener un revisor fiscal, cuando así lo dispusiere cualquier número de socios excluidos de la administración que representen no menos del veinte por ciento (20%) del capital. La junta general de socios la integran los socios reunidos con el quórum y en las demás condiciones establecidas en estos estatutos.

POLÍTICA DE DISTRIBUCION:

La utilidad que genere nuestra empresa va hacer repartida entre socios en partes iguales a partir del segundo año.

GASTO DE PERSONAL ANUAL

| concepto | cantidad | Unidad de medida | Valor por unidad | Valor total |
|-----------------------------|----------|------------------|------------------|-------------------|
| Mano de obra de operativa | 3 | empleados | 7.20000 | 25.920.000 |
| Mano de obra administrativa | 2 | empleados | 720000 | 17.280.000 |
| parafiscales | 9 % | aporte | 44.721 | 11.232.000 |
| TOTAL | | | | 54.432.000 |

DOTACIÓN: se hará cada 6 meses y contara de un overol, botas, gorros, tapa bocas, guantes, delantal el cual tendrá un costo por personas de 96.500

| IMPLEMENTOS | VALOR |
|--------------|---------------|
| Overol | 46.000 |
| Botas | 15000 |
| Delantal | 14000 |
| Guantes | 8000 |
| Tapabocas | 2500 |
| gorros | 5000 |
| lentes | 6000 |
| TOTAL | 96.500 |

GASTO DE PUESTA EN MARCHA:

| | |
|--------------------------------|------------------|
| Registro de cámara de comercio | 653.000 |
| Renta departamentales | 4.00.000 |
| bomberos | 403.000 |
| Registro invima | 1.159.433 |
| Licencias y permisos | 800.000 |
| Registro código de barra | 1.600.000 |
| TOTAL | 5.015.433 |

GASTO ANUAL DE ADMINISTRACION:

| GASTOS | MENSUAL | ANUAL |
|---|-----------|-------------------|
| Alquiler de punto de producción y venta | 1.000.000 | 12.000.000 |
| Servicios públicos | 500000 | 6000.000 |
| impuesto | 250.000 | 3.000.000 |
| papelería | 60.000 | 720.000 |
| TOTAL | | 21.720.000 |

PLAN OPERATIVO:**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES POR TRES MESES**

| MES | ACTIVIDAD | DIA /HORA | AÑO |
|---------|-----------------------------------|---------------------|------|
| ENERO | Legalización del local | Lunes / 8.12 | 2010 |
| | Compra de maquinaria y equipo | Martes / 7.6 p.m. | 2010 |
| | Adecuación del lugar | Miércoles /8.6pm | 2010 |
| | Seguro de la empresa | Jueves /810 a.m. | 2010 |
| FEBRERO | Compra de materia prima | Lunes / 8.6 p.m. | 2010 |
| | Licencias y permisos del producto | Martes / 812 p.m. | 2010 |
| | Registro invima | Miércoles 8.12 p.m. | 2010 |
| | Contratación del personal | | |
| | Capacitación del personal | Vierne 812 p.m. | 2010 |

| | | | |
|-------|------------------------------|-------------------|------|
| MARZO | Contratación de transporte | Lunes / 8 12 p.m. | 2010 |
| | Producción de aceite de coco | | 2010 |

METAS SOCIALES

Se incrementaran mayor margen de rentabilidad a nivel de producción de cocos, determinando sus derivados como, el aceite, jabón, helados, bronceadores; Y así mejorar la calidad de vida de la población, generando empleo productivo para contribuir con el desarrollo de nuestro municipio y región a través de nuestra empresa brindándole así a nuestra población un mejor nivel de vida.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Los objetivos que enmarcan el plan de desarrollo nacional, es impulsar el crecimiento económico sostenible y la generación de empleo bajo un ambiente económicos, también contribuir en igualdad social y la protección de los sectores más vulnerables de la sociedad:

PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

PLAN REGIONAL DE DESARROLLO ANTIOQUIA 2008-2019 LINEA ESTRATEGICA 3 REVITALIZACION DE LA ECONOMIA ANTIOQUEÑA OBJETIVO ESTRATÉGICO Dinamizar y mejorar la competitividad y sostenibilidad de la economía antioqueña. OBJETIVO GENERAL 1. Incentivar

la productividad y competitividad del departamento, promoviendo y fomentando el uso y aprovechamiento eficiente racional y sostenible de los recursos pecuarios, naturales y del medio ambiente. OBJETIVO ESPECIFICO 1.3 Propiciar el mejoramiento de las condiciones económicas de las comunidades rurales.

El plan Estratégico Regional Urabá publicado el 30 de Noviembre de 2007, menciona el apoyo primordial que se la dará a los municipios de esta subregión para llegar al desarrollo de la economía, la cual se incrementará con el establecimiento de un Puerto en el municipio de Turbo Antioquia.

CLUSTER O CADENA PRODUCTIVA

Generalizando todos los clúster que existen, nuestro producto no se enfoca en ninguno de esta cadenas perteneciente en la zona de uraba

EMPLEO

Con la puesta en marcha de este proyecto ACEIPAL LTDA (productora de aceite de coco) aspiramos generar 3 empleo directo y 2 indirectos contando aproximadamente con 5 empleados.

EMPRENDEDORES

Mirleidys Duran Goez

CC: 1027943663

TEL.8270269

Dr: Rio grande Barrió trapiche:

Carmen gallego Mosquera

CC: 39424271

TEL: 8260679

Dr: calle 106ª car, 58 Barrio Policarpa

IMPACTO ECONOMICO SOCIAL Y AMBIENTAL

El plan de negocio redundara en un mayor nivel social generando ciertas alternativas a los productores cocoteros de necocli y sanjuán de Urabá elevando el nivel de vida de la población:

IMPACTO AMBIENTAL: se tendrá en cuenta el manejo ambiental de manera que no haiga ruidos y humos que contaminen el medio ambiente:

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del proyecto es desarrollar una estructura empresarial dedicada a la producción y comercialización eficiente de aceite de coco, donde pretenderá satisfacer sosteniblemente el mercado objetivo que será el municipio de Apartado, y como alternativa suplementaria para la región se generara empleo productivo y se mejorara la calidad de vida de las comunidades beneficiarias de la región.

POTENCIAL DEL MERCADO

Inicialmente tenemos como mercado objetivo el municipio de Apartado y sus veredas, con proyección a otros mercados a nivel regional y nacional.

VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

ACEIPAL L.T.D.A se posicionara en el mercado regional como una organización innovadora cuyo valor agregado será el de producir y comercializar aceite de coco de calidad.

Además de su precio competitivo por los menores costo de producción comparado frente a los competidores nos proporcionara una excelente estrategia de penetración en el mercado asegurando una margen alto de rentabilidad y éxito de la organización

RESUMEN DE LA INVERSION REQUERIDA:

| CONCEPTO | CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | VALOR UNIDAD | VALOR TOTAL |
|---------------------------------|----------|------------------|--------------|-------------|
| Cocos | 47.000 | Und | 500 | 70.500.000 |
| Mano de obra operativa | 3 | Empleados | 2.160.000 | 6.480.000 |
| Mano de obra Administrativa | 2 | Empleados | 720.000 | 4.320.000 |
| Equipos de seguridad industrial | 3 | empleados | 96.500 | 289.500 |
| Empaques | | | | |
| Tarros de 1.000cc | 2000 | unidad | 250 | 1.500.000 |

| | | | | |
|------------------------|-------|--------|-----------|--------------------|
| Tarros de 3.000cc | 3000 | unidad | 680 | 6.120.000 |
| Embalaje | 1.998 | Cajas | 2.800 | 5.594.400 |
| Expulsor | 1 | Und | 5.796.000 | 5.796.000 |
| Descascarador | 1 | Und | 15000000 | 15.000.000 |
| Caldera | 1 | Und | 10700000 | 10.700.000 |
| Bomba de Filtrar | 1 | Und | 3200000 | 3.200.000 |
| Prensa de Filtrar | 1 | Und | 7.000.000 | 7.000.000 |
| Kit de Oficina | 1 | Global | 5.000.000 | 5.000.000 |
| Arrendamiento | 3 | Meses | 1000000 | 3.000.000 |
| Servicios Públicos | 3 | Meses | 500000 | 1.500.000 |
| Constitución legal | 1 | Und | 500.000 | 500.000 |
| Registro Sanitario | 1 | Und | 1.159.433 | 1.159.433 |
| Código de Barras | 1 | Und | 1.600.000 | 1.600.000 |
| Licencia Ambiental | 1 | Und | 800.000 | 800.000 |
| Rentas departamentales | 1 | Und | 300.000 | 300.000 |
| TOTAL | | | | 150.359.333 |

NOTA: para montar nuestra empresa ACEIPAL LTDA, tendrá una inversión de 150.359.333, donde se contara con todo lo necesario para la organización de esta y así dar iniciativa a la industrialización del producto aceite de coco

PROYECCION DE VENTAS

| PRODUCTO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| ACEITE DE COCO X | 36.000 | 37.800 | 39.690 | 41.674 | 43.758 |
| PRECIO | 13.000 | 13.650 | 14.332 | 15.049 | 15.801 |
| VALOR TOTAL | 468.000.000 | 515.970.000 | 541.768.500 | 568.956.925 | 597.299.771 |

| PRODUCTO | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ACEITE DE COCO X | 24.000 | 25.200 | 26.860 | 27.783 | 29.173 |
| PRECIO | 5.000 | 5250 | 5.513 | 5.789 | 6.778 |
| VALOR | | | | | |

NOTA: El incremento de cada año fue del 5% según inflación proyectada.

De esta manera se refleja las ventas y los precios del aceite de coco determinando la producción de aceite de 3000ml y 1000ml en los 5 años proyectados

CONSUMO POR UNIDAD

ACEITE POR 3000 cc

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR | VALOR |
|---------------------|----------|-------|--------------|
| COCOS | 14 | 500 | 7.000 |
| EMPAQUE | 1 | 680 | 680 |
| EMBALAJE | 1 | 466 | 466 |
| MANO DE OBRA | 3 | 240 | 720 |
| TOTAL | | | 8.866 |

ACEITE POR 1000 cc

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR | VALOR |
|----------------|----------|-------|--------------|
| COCOS | 5 | 500 | 2.500 |
| EMPAQUE | 1 | 250 | 250 |
| EMBALAJE | 1 | 233 | 233 |
| MANO DE | 3 | 240 | 720 |
| TOTAL | | | 3.703 |

NOTA: en este cuadro se muestra el consumo por unidad que se necesita para la elaboración del aceite de coco por 3000ml y 1000ml determinando la materia prima, empaque, embalaje y mano de obra.

CONCLUSIONES FINANCIERAS

| Criterios de Decisión | |
|--|-------------|
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 18% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 86,61% |
| VAN (Valor actual neto) | 175.046.871 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 1,60 |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT) | 100,00% |

| Supuestos Macroeconómicos | | | | | | |
|--|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Variación Anual IPC | | 5,00% | 5,00% | 5,00% | 5,00% | 5,00% |
| Devaluación | | 8,00% | 2,28% | 4,55% | -2,74% | 0,87% |
| Variación PIB | | 5,00% | 5,00% | 5,00% | 5,00% | 5,00% |
| DTF ATA | | 8,63% | 7,94% | 7,08% | 6,33% | 5,59% |
| Supuestos Operativos | | | | | | |
| Variación precios | | N.A. | 5,0% | 5,0% | 5,0% | 5,0% |
| Variación Cantidades vendidas | | N.A. | 5,0% | 5,0% | 5,0% | 5,0% |
| Variación costos de producción | | N.A. | 10,0% | 10,0% | 9,4% | 10,1% |
| Variación Gastos Administrativos | | N.A. | 5,0% | 5,0% | 5,0% | 5,0% |
| Rotación Cartera (días) | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rotación Proveedores (días) | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rotación inventarios (días) | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Indicadores Financieros Proyectados | | | | | | |
| Liquidez - Razón Corriente | | 7,47 | 8,25 | 8,86 | 8,92 | 9,19 |
| Prueba Acida | | 7 | 8 | 9 | 9 | 9 |
| Rotacion cartera (días), | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Rotación Inventarios (días) | | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Rotacion Proveedores (días) | | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Nivel de Endeudamiento Total | | 84,6% | 76,7% | 69,4% | 62,2% | 56,0% |
| Concentración Corto Plazo | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ebitda / Gastos Financieros | | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. |
| Ebitda / Servicio de Deuda | | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. |
| Rentabilidad Operacional | | 7,6% | 8,3% | 8,9% | 9,9% | 10,6% |
| Rentabilidad Neta | | 5,1% | 5,6% | 6,0% | 6,7% | 7,1% |
| Rentabilidad Patrimonio | | 100,0% | 70,6% | 56,4% | 49,1% | 43,3% |
| Rentabilidad del Activo | | 15,4% | 16,4% | 17,3% | 18,5% | 19,1% |
| Flujo de Caja y Rentabilidad | | | | | | |
| Flujo de Operación | | 57.900.268 | 52.200.824 | 59.467.318 | 67.774.309 | 75.903.878 |
| Flujo de Inversión | -150.359.333 | 162.248.000 | -1.115.000 | -1.250.000 | -1.350.000 | -1.650.000 |
| Flujo de Financiación | 150.359.333 | 0 | -15.029.255 | -18.004.891 | -21.337.376 | -26.246.154 |
| Flujo de caja para evaluación | -150.359.333 | 220.148.268 | 51.085.824 | 58.217.318 | 66.424.309 | 74.253.878 |
| Flujo de caja descontado | -150.359.333 | 186.566.329 | 36.689.043 | 35.432.857 | 34.260.919 | 32.457.055 |

