



ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA
ELABORACIÓN DE MANTEQUILLA EN BARRA

STICK BUTTER S.A

MEDELLIN,ANTIOQUIA

NOVIEMBRE 2013



**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE MANTEQUILLA EN BARRA**

STICK BUTTER S.A

Plan de Negocio

Presentado por:

**SEBASTIÀN MAYA RÌOS
DIANA MARCELA AGUDELO HENAO
MARÌA CAMILA VIANA DURANGO**

**ASESOR:
KAREN LÒPEZ CALVO**

**INSTITUCIÒN UNIVERSITARIA ESUMER
MEDELLÌN, NOVIEMBRE, 2013**

El uso de este plan de negocios está limitado a los estudiantes autorizados que estén cursando la asignatura práctica, plan y negocios, y estén realizando su tesis de grado. De cualquier forma al hacer uso de esta, debe citarse la fuente. No está permitida la reproducción parcial o total de este plan de negocios por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2013– Sebastián Maya Ríos, Diana Agudelo Henao, María Camila Viana Durango- Institución Universitaria ESUMER.

MANTEQUILLA CON APLICADOR

Contenido- plan de negocio

RESUMER EJECUTIVO	7
1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO ..	9
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	11
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	12
3.1. Nombre de la Empresa	12
3.2. Descripción de la Empresa	12
3.3. Misión de la Empresa.....	12
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	13
3.5. Ventajas Competitivas.....	14
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	14
3.7. Relación de productos y/o servicios	15
3.8. Justificación del negocio	15
3.9. Análisis del entorno y del sector.....	15
3.10. Conocimientos para entrar en el negocio.....	19
4. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	19
4.1. Objetivos de mercadeo	19
4.2. Descripción del portafolio de Bienes y/o Servicios	19
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	21
4.3.1. El Mercado Meta.....	25
4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor.....	26
4.4. El Mercado Proveedor.....	27
4.4.1. Proveedores	27
4.4.2. Estudio de Mercado del Proveedor.....	29
4.5. El Mercado Competidor.....	31
4.5.1. Competidores	31
4.5.2. Estudio del Mercado Competidor.....	32
4.6. El Mercado Distribuidor	33
4.6.1. Distribución	33
4.6.2. Distribución a través de terceros	34
4.6.3. Distribución Directa.....	35

4.6.4.	Manejo de Inventarios	35
4.6.5.	Comunicación	35
4.6.6.	Actividades de Promoción y Divulgación	36
4.7.	Precios de los Productos.....	37
4.7.1.	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	37
4.7.2.	Los precios de los productos tomando como base los costos	38
4.7.3.	Los precios de los Productos propuestos	39
4.7.4.	Política de Precios	39
4.8.	Costos asociados a las Actividades de Comercialización	39
4.9.	Riesgos y Oportunidades del mercado	40
4.10.	Plan de ventas	40
5.	ASPECTOS TÉCNICOS	41
5.1.	Objetivos de producción.....	41
5.2.	Descripción del proceso de producción.....	41
5.3.	Capacidad de Producción	43
5.4.	Plan de Producción	44
5.5.	Recursos materiales y humanos para la producción.....	44
5.5.1.	Locaciones	44
5.5.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	45
5.5.3.	Requerimientos de materiales e insumos.....	50
5.5.4.	Requerimientos de servicios.....	51
5.5.5.	Requerimientos del personal	52
5.6.	Programa de Producción.....	54
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	55
6.1.	Procesos Administrativos	55
6.1.1.	Descripción de los procesos administrativos	55
6.1.2.	Procesos administrativos externalizados.....	61
6.2.	Estructura Organizacional	62
6.2.1.	Organigrama.....	62
6.2.2.	Descripción funcional de la organización.....	63
6.3.	Recursos materiales y humanos para la administración	68
6.3.1.	Locaciones	68
6.3.2.	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.....	69
6.3.3.	Requerimientos de materiales de oficina.....	72

6.3.4.	Requerimientos de cafetería y aseo	75
6.3.5.	Requerimientos del personal	77
6.4.	Programa de Administración	88
7.	ASPECTOS LEGALES	90
7.1.	Tipo de Organización empresarial.....	90
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades publicas	91
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	92
8.1.	Estructura Financiera Del Proyecto.....	92
8.1.1.	Recursos Propios	92
8.1.2.	Créditos y Préstamos Bancarios.....	93
8.2.	Ingresos y Egresos.....	93
8.2.1.1.	Ingresos Propios del Negocio.....	93
8.2.1.2.	Otros ingresos	94
8.2.2.	Egresos	94
8.2.2.1.	Inversiones	94
8.2.2.2.	Costos	95
8.2.2.3.	Gastos.....	98
Total amortización mensual.....		99
8.2.2.4.	Gastos financieros.....	99
8.3.	Estados financieros proyectados	100
8.3.1.	Flujo de caja	100
8.3.2.	estado de pérdidas y ganancias	102
8.4.	Evaluación financiera del proyecto.....	103
8.4.1.	valor presente neto	103
8.4.2.	Tasa Interna de Retorno.....	103
8.4.3.	Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)	103
8.4.4.	Análisis de sensibilidad (Variación del Precio).....	104
	CONSIDERACIONES FINALES	105
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106

RESUMER EJECUTIVO

Este proyecto aporta soluciones a problemas que aun no han sido intervenidos como es el uso de la mantequilla que comúnmente se realiza con cubiertos, pues ahora se quiere intervenir con la reinención de su empaque clásico.

Es el caso del aplicador de mantequilla en barra. Se trata de un recipiente muy similar al de pegamento en barra, lo único es que en lugar de pegamento, su contenido es mantequilla, con lo que al consumidor le resulta mucho más rápido y sencillo utilizar este producto.

Después de un exhaustivo análisis, llegamos a la conclusión que este tipo de producto tendría buena acogido por el consumidor ya que es algo novedoso, practico y no común en el mercado. La competencia existente en el mercado no a optado por este tipo de empaques aun y podría ser una buena oportunidad para distinguirse pues es un producto que tendría un valor agregado que es su empaque y su utilización.

Existen en el mercado local empresas dedicadas a la realización de este tipo de empaques, puesto que es algo que existe en el mercado utilizado ya en otros productos como es el pega stick y solo se le cambiaria en vez de pegante, la mantequilla.

Referente a los recursos para llegar al producto final es de fácil acceso puesto En la actualidad, 5.600 empresas se dedican al sector lácteo en Colombia, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Colombia en el momento cuenta con la capacidad y la tecnología suficiente para la producción de leche (insumo principal para la fabricación de mantequilla) la facilidad de contactar proveedores nacionales de materia prima y maquinaria es relativamente sencilla, lo cual aporta viabilidad en el desarrollo de esta idea para lanzarla al mercado.

Inicialmente se realizaron exportaciones a Lima – Perú donde se proyecta vender 500.000 libras de mantequilla al año aproximadamente con el término de negociación FOB. Las relaciones comerciales entre el Perú y Colombia se caracterizan por ser dinámicas y sin mayores restricciones, lo que ha influido positivamente en la evolución del intercambio comercial que viene creciendo desde el año 2001.

Desarrollando el respectivo análisis financiero se requiere de una inversión de **\$ 664.485.408** los cuáles serán financiados por una entidad bancaria, con un aporte de los inversionistas de **\$ 26.290.160**. Haciendo hincapié en la viabilidad del proyecto se identificó que el precio podrá resistir un descenso de hasta el **-10%** notándose evidentemente que nuestro proyecto es viable, debido a que se obtiene una TIR del **115,04%** más de lo esperado y un VPN de **\$235.549.475**

1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

SEBASTIAN MAYA RIOS

Identificación: 1152438786 **Teléfono:** 3415407 **Celular:** 3002448715

Dirección: Carrera 78A #32B 24 **Barrio:** Belén Miravalle

Ciudad: Medellín **Correo electrónico:**sebastianmaya.rios@gmail.com

Estudios: **Técnicos x Tecnológicos x Universitarios**

Tecnología en Comercio Internacional

Otros estudios: Técnico en Comercio Internacional y Mercadeo

DIANA MARCELA AGUDELO HENAO

Identificación: 1020440138 **Teléfono:** 4533826 **Celular:** 3137840739

Dirección: calle 45 n 57-20 **Barrio:** San Juan - Copacabana

Ciudad: Medellín **Correo electrónico:**diana-1691@hotmail.com

Estudios: **Técnicos x Tecnológicos x Universitarios**

Tecnología en Comercio Internacional

Otros estudios: Técnico en secretariado ejecutivo sistematizado y técnica en comercio internacional

MARIA CAMILA VIANA DURANGO

Identificación:1128403790 **Teléfono:**2578496**Celular:**3004926878

Dirección: Carrera 78 # 91 B 56

Barrio: Robledo

Ciudad: Medellín

Correo electrónico:cami_viana19@hotmail.com

Estudios: Técnicos

Tecnológicos x

Universitarios

Tecnología en Comercio Internacional

Otros estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El proyecto surgió a partir de un plan de negocios que se realizó dentro de las actividades programadas en una de las materias del pensum de la universidad llamada práctica de negocios, el cual consistía en implementar toda una serie de conocimientos en un problema detectado en las operaciones de comercio exterior. Buscamos una empresa la cual sabíamos que estaba dedicada a las operaciones internacionales para que nos diera la oportunidad de conocerla y por ende saber si allí podíamos realizar la actividad.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

STICK BUTTER S.A

3.2. Descripción de la Empresa

Somos una empresa colombiana localizada en Sabaneta, Antioquia cuya Actividad principal es la producción y exportación de mantequilla en barra, entregando a nuestros clientes la mejor calidad y servicio. Nuestro trabajo se fundamenta en la meta de mejora constante y al mismo tiempo promovemos el desarrollo permanente de los recursos humanos asegurando una retribución justa a nuestros Colaboradores y buscando el respeto en todo el entorno de nuestras actividades.

Somos una empresa que cuenta con 19 empleados capacitados y que tienen a su disposición una excelente tecnología e infraestructura para la elaboración de productos de calidad superior.

3.3. Misión de la Empresa

Producir y exportar mantequilla de alta calidad, generando un valor agregado al producto para satisfacer una demanda creciente en el mercado internacional; creando reconocimiento a la empresa a través del tiempo.

3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Cambiar la costumbre de las personas a la hora de usar la mantequilla con un empaque innovador.
- Realizar ventas internacionales y capturar un mercado.
- Lograr tener una rentabilidad en base a las exportaciones.
- Maximizar el valor de la compañía.
- Obtener un mejoramiento tecnológico en los procesos productivos.
- Mantener que la empresa sobreviva con sus ventas y crecimiento.

Objetivo general

Realizar un estudio completo de prefactibilidad de la elaboración y exportación de mantequilla hacia Perú con un plus que es la reinversión del empaque tradicional.

Objetivos específicos

- Realizar unos buenos y completos estudios técnicos, financieros y de mercadeo para tener un buen análisis y llegar a la conclusión de si es restable o no el proyecto.
- Recolectar información confiable para ser lo más precisos posibles en el resultado del proyecto.
- Identificar cuáles son las necesidades y gustos de los clientes a la hora de adquirir la mantequilla.

3.5. Ventajas Competitivas

El plus más importante que tiene el producto y por lo que puede tener una gran acogida por el público objetivo, es su innovador empaque que cambiaría la forma de uso de la mantequilla por una más fácil y sin tener que usar cubiertos como comúnmente se utiliza.

En cuanto al producto en sí, no sería mucha la diferencia a lo que comúnmente se puede conseguir en el mercado que es mantequilla con sal, sin sal y light, eso si 100% natural de los campos de Antioquia.

Se eligió como destino exportar a Perú por la información recolectada en Proexport en la que según estudios realizados el consumo de lácteos tenía un crecimiento constante y en donde los productos innovadores como este, tendría una mayor acogida que en el mercado nacional.

3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

La necesidad que se quiere intervenir, es que la demanda de mantequilla tiene una gran brecha en el abastecimiento de esta, por lo que esto obliga a algunas empresas de Perú a realizar la importación de mantequilla e insumos para la formulación de las mismas cubriendo de esta manera el déficit nacional que existe en este rubro.

Es aquí donde vemos la oportunidad para entrar al mercado y quizás la facilidad por las pocas empresas que están en posicionadas.

3.7. Relación de productos y/o servicios

Mantequilla con sal: Es un producto altamente calórico debido a su alto contenido en grasa que aporta cantidades importantes de vitaminas A y D y también cuenta con sal.

Mantequilla sin sal: Producto igual al anterior con sus mismas bondades pero sin contenido de sal.

Mantequilla light: Mantequilla light o baja en calorías con un contenido graso menor de lo habitual pero con su mismo sabor.

3.8. Justificación del negocio

A raíz del problema que se detectó previamente de la poca participación en el mercado, y la posibilidad de ampliar la oferta de productos lácteos, se pretende dar una visión más completa de las oportunidades de apostar a productos nuevos y así mismo a nuevos mercados, en este caso con un empaque innovador que incentive la compra de estos por parte de los consumidores y cambie la forma de consumo.

3.9. Análisis del entorno y del sector

El ambiente económico actual del país es prometedor ya que Perú está ubicado como el tercer país que más crece en Latinoamérica con un crecimiento de su economía en el 2012 de un 6,3% y un 4,4% hasta junio de 2013 con un PIB de 199,682 millones de dólares en el 2012 según datos del banco mundial y el banco mundial de reservas respectivamente.

Esto nos da a entender que es un país en constante crecimiento y cuenta con una de las economías más dinámicas de Latinoamérica siendo un país emergente.

Gráfico #1

Perú: PBI Trimestral y Anualizado				
Trimestres	BCR	INEI		
	Millones US\$	Millones S/.	Tipo de cambio	Millones US\$
2012-I	46,793	127,756	2.68174	47,639
2012-II	50,335	137,279	2.66499	51,512
2012-III	49,970	134,422	2.61735	51,358
2012-IV	52,584	140,405	2.58381	54,340
TOTAL	199,682	539,863	2.63562	204,833
Fuentes PBI: BCR e INEI		Tipo de cambio: BCR		
Elaboración: Desarrollo Peruano				

La inflación presentada en el 2012, fue del 2,65% menor a la de su año anterior y dentro de la meta que tenían planificada según el banco mundial de reserva.

En lo que va corrido de este año, la inflación en Perú hasta el mes de septiembre es de 3,28% por lo que superó la meta del banco mundial de reserva que era entre el 1% y 3% para finales de este año.

En cuanto a la balanza comercial, en el siguiente cuadro nos muestra como cayo las exportaciones en un 16.6% entre el trimestre de 2012 y 2013, mientras en el mismo periodo las Importaciones crecieron un 6.6 %, pero la Balanza Comercial cae de estar positiva en 2,400 a -223 millones de dólares por lo que ahora están importando más de lo que exportan.

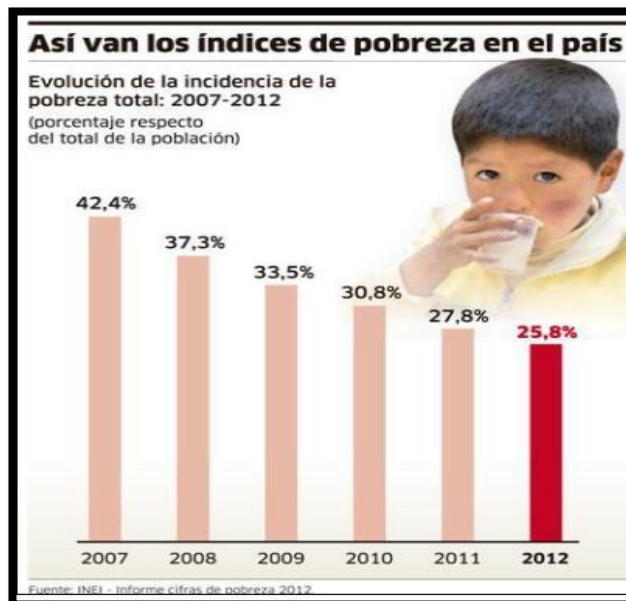
Gráfico #2

BALANZA COMERCIAL (Valores FOB en millones de US\$)			
	I Trimestre		
	2012	2013	Var. %
EXPORTACIONES	11 974	9 985	-16,6
Productos tradicionales	9 251	7 481	-19,1
Productos no tradicionales	2 633	2 422	-8,0
Otros	89	82	-8,4
IMPORTACIONES	9 573	10 208	6,6
Bienes de consumo	1 846	2 003	8,5
Insumos	4 542	4 835	6,5
Bienes de capital	3 109	3 334	7,2
Otros bienes	76	36	-52,2
BALANZA COMERCIAL	2 401	-223	

Fuente: SUNAT.

El crecimiento de Perú, también se ve reflejado en su pobreza, por lo que en el 2007 mostraban un 42,4% de la población en la pobreza, viene en un notoria mejoría al pasar de los años y ahora en el 2012 se sitúa en el 25,8% por lo que cada vez son menos los pobres y hay una mejor distribución del capital en el país.

Gráfico #3



Fuente: INEI

Estos índices nos dan una mejor apreciación de que los peruanos han mejorado en un 30% su capacidad adquisitiva y no solo las transnacionales se están quedando con el dinero que ahora pueden utilizar en su mejoramiento de la calidad de vida.

En lo que va del año el tipo de cambio en el Perú se ha disparado 10,11%; durante el último mes el alza del dólar en el mercado peruano ha sido menor en comparación a la que sufrieron otros países de la región y economías emergentes.

Entre julio y agosto, la moneda peruana bajó frente al dólar en 0,5%, cifra considerablemente menor a la depreciación países como México en donde cayó en 4,5%, o la devaluación del real brasileño que perdió 3,6% frente a la moneda estadounidense.

En agosto, el banco central de reserva vendió US\$2.600 millones para reducir las presiones alcistas sobre el tipo de cambio, y además colocó 466 millones de soles para mantener la relativa estabilidad de la moneda nacional Banco Central de Reserva.

Esto da una confianza a la inversión en este país por que el sol es una moneda fuerte frente al dólar estadounidense y no fluctúa tanto como otras monedas de economías de su nivel.

3.10. Conocimientos para entrar en el negocio

Los conocimientos que deben establecerse en el proyecto son todos los conocimientos adquiridos durante el proceso educativo de la carrera además de otros conocimientos adquiridos por medios de la tecnología o personas con la experiencia en el tema. además de la situación actual del país y como es la participación del sector en el cual participara el proyecto dentro de la economía del país es decir las noticias de actualidad además de normas y resoluciones legales .

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos de mercadeo

- A corto plazo: Definir los medios con los cuales se pretende incursionar en el mercado meta.
- A mediano plazo, en 2015: Dar a conocer la empresa y el producto en el mercado meta por medio de publicidad, ferias y muestras.
- A largo plazo, en 2016: Iniciar la exportación de nuestro producto al mercado meta (Perú) con el objetivo de satisfacer dicha necesidad.

4.2. Descripción del portafolio de Bienes y/o Servicios

La mantequilla es un derivado lácteo, que tiene importancia como alimento por la grasa que contiene, nutricionalmente esta grasa es importante porque transmite las vitaminas liposolubles de la leche como son la Vitamina A, D y E principalmente, en cuanto a su valor energético es equivalente al de otras grasas y aceites.

Características

- **Color:** El color de la mantequilla puede ser desde Color amarillo paja hasta amarillo brillante.
- **Olor:** Característico.
- **Sabor:** Característico.
- **Consistencia:** Debe ser firme, homogénea y untable a 293 K (20°C)

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
MANTEQUILLA SIN SAL	La mantequilla sin sal es la emulsión de agua en grasa, obtenida como resultado del suero, lavado y amasado de los conglomerados de glóbulos grasos, que se forman por el batido de la crema de leche y es apta para consumo, con o sin duración biológica producida por bacterias específicas. 90% Calorías
MANTEQUILLA CON SAL	Mantequilla obtenida a partir de la materia grasa de leche de vaca de razas frisonas y pardas alpina o sus cruces procedentes de explotaciones lecheras de la zona de producción. La mantequilla comercial posee un contenido graso de cerca de un 75% de grasa 10% de cloruro sódico y 15 % agua.
MANTEQUILLA LIGTH	La mantequilla light es un producto con menos calorías que la mantequilla normal, debido a su menor contenido de grasa. Una de sus grandes ventajas es aportar la mitad de calorías.

	En total 100 gramos de mantequilla light aportan entorno a las 350 calorías por 100 gramos. 30 gramos aportan unas 115 calorías.
--	--

4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

PRESELECCIÓN DE MERCADO

En el cuadro a continuación se realiza una selección de 3 países potenciales para la exportación de mantequilla y se hace una calificación de varios aspectos para tomar la decisión final.

VENEZUELA		Puntaje
Ubicación	Limita con el mar Caribe por el norte, con Colombia por el oeste, con Brasil por el sur y con Guyana por el este.	5
Población	28.047.938 Habitantes. 0-14 años: 29,5% (hombres 4.149.781/mujeres 4.002.931) 15-64 años: 65,1% (hombres 8.846.945/mujeres 9.130.561) 65 años y más: 5,4% (hombres 665.436/mujeres 840.089)	4
Idioma	Español	5
Valor De Exportaciones	382 Millones de dólares	2
Cultura De Negocios	Hay dos formas de negociar en Venezuela al estilo tradicional donde los empresarios de más edad dan importancia a la persona y al	3

	estilo americano donde los jóvenes empresarios dan importancia al negocio y rentabilidad. Se debe hacer un seguimiento de la negociación por escrito.	
Transporte	492 Aeropuertos en los que se destacan Maiquetía, Porlamar y Maracaibo. Sus principales puertos son La Guaira, Maracaibo y puerto cabello.	4
Gravamen Por Acuerdo	Arancel 0.00%	5
Acuerdo	Acuerdo de alcance parcial suscrito el 28 Noviembre 2011.	4
Total		35
CHILE		
Ubicación	Está Ubicado en el extremo sudoeste de América del Sur, Limita al norte con Perú, al noreste con Bolivia, al este con Argentina.	4
Población	La población estimada de la República de Chile según el censo de 2012 era de 16 634 603 habitantes, ¹ con una densidad de 23,01 hab/km ² . De ellos, aproximadamente el 38% se concentra en el área metropolitana del gran Santiago.	4

Idioma	Español	5
Valor De Exportaciones	1749 millones de dólares	3
Cultura De Negocios	Los empresarios chilenos son de valores tradicionales y suelen tener un sentido muy marcado de la honestidad y la profesionalidad en los negocios.	4
Transporte	Cuenta con 330 aeropuertos y con 14 puertos entre sus principales son: san Antonio seguido por Iquique, Arica, Tocopilla entre otros.	4
Gravamen Por Acuerdo	0,0%	5
Acuerdo	Tratado De Libre Comercio	5
Total		34
PERU		
Ubicación	Está ubicado en la parte occidental de la América meridional, limita por el Norte con Ecuador y Colombia, al Sur con Chile, por el Este con Brasil y Bolivia y al Oeste con el Océano Pacifico que es su límite mayor.	5
Población	Tiene una población de aproximadamente 26 millones de habitantes, con un crecimiento anual del 2%, ubicando la mayor parte de la población en la ciudad de Lima (capital de la república) con más de 7 millones de habitantes.	5
Idioma	Español	5
Valor De Exportaciones	2439 millones de dólares	5

Cultura De Negocios	La comunidad empresarial, es una sociedad primordialmente colectivista, orientada a fomentar redes y elaciones sociales, incluso en el ámbito laboral-empresarial. Cuenta con un alto índice de aceptación de distancia de poder, como de una estructura jerárquica, de autoridad y estatus de cargos y de desigualdad en la distribución del poder.	4
Transporte	El total de puertos existentes y activos en el país es de 24, de los cuales 19 son marítimos, 4 fluviales y 1 lacustre y los aeropuertos Son 23 pertenecientes a la ciudades más importantes.	5
Gravamen Por Acuerdo	0,0%	5
Acuerdo	Comunidad Andina De Naciones	5
Total		39

¿Porque escogimos Perú?

La decisión de exportar surge de la búsqueda de nuevos mercados y de lograr una expansión al exterior constituyéndose un mercado global, con posicionamiento y reconocimiento de marca. A demás de como empresa ser en Colombia, líder producción comercialización e internacionalización, capaces de competir a la altura de otros países en el menos tiempo posible.

Después de analizar los 3 países elegidos, llegamos a la conclusión de que Perú tiene un gran potencial para exportar, primero por ser un país cercano a Colombia y así facilitar su transporte, segundo que tenemos un

beneficio comercial muy importante como lo es la CAN, por lo que se podrá aprovechar de rebajas en los aranceles y tercero que Perú viene en un constante crecimiento posicionándose entre los 3 países latinoamericanos con más crecimiento (6,2% en el 2012) y viéndose así atractivo para llevar a el nuestro producto.

También es un país en el que ha disminuido la pobreza considerablemente y el poder adquisitivo ha aumentado en los peruanos.

4.3.1. El Mercado Meta

El mercado meta va enfocado principalmente a las Amas de Casa de clase media siendo estas los mayores consumidores y el principal decisor de la compra ya que son ellas las que están pendientes de la alimentación en las familias. Al hablar de Amas de Casa cabe mencionar que es un grupo objetivo amplio ya que dentro de este grupo tenemos la familia y esto a que según estudios realizados se ha demostrado que el consumo de la mantequilla al momento del desayuno se ha vuelto una notable costumbre.

De 4,145 kg que se consumen diariamente en el Perú según estudios, los principales consumidores son los de estratos medio bajo y los de menor consumo son los estratos altos suponiendo que estos tengan un consumo preferido por las margarinas al ser más saludables.

Las tiendas y supermercados serán los principales medios de distribución para nuestro producto para que a través de estos lleguen al consumidor final. Buscamos llegar a los consumidores que estén ubicados en Perú especialmente en lima, Hogares que tengan la necesidad de un producto novedoso y practico a la hora de esparcir la mantequilla en sus alimentos.

4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor

El mercado meta está ubicado en Perú, siendo las madres las principales consumidoras por ser ellas las encargadas normalmente de los deberes de las casa. Las edades se encuentran entre los 20 y 45 años. El ingreso per cápita según el banco mundial fue de \$5.880 dólares anuales y el consumo diario de mantequilla es de 2,3gr per cápita según la encuesta nacional de hogares realizada por INEI.

Según las cifras de esta encuesta, revela que los mayores consumidores de mantequilla se encuentran en Lima con un consumo de 2,3gr diarios y el menor consumo está en la sierra con 0,5gr.

La feria de lácteos más importante que se realiza en Perú, es Expoalimentaria que se realiza cada año en el mes de octubre. El mercado peruano, demanda más mantequilla que su rival la margarina, que a pesar de ser más saludable, solo es más consumida en los estratos más altos.

Según el Plan estratégico de la cadena de productos lácteos, este sector se encuentra en crecimiento: de 37,912 toneladas producidas en el 2001 se ha aumentado a 76,104 toneladas durante el 2005 casi un 100% de incremento de las cuales 1,281 fueron utilizadas para la elaboración de la mantequilla.

DEMANDA

$D = \text{Producción} + \text{Importación} - \text{Exportación}$

$D = 532 \text{ Millones USD} + 872 \text{ Millones USD} - 0 \text{ Millones USD}$

$D = 1.404 \text{ Millones USD}$

4.4. El Mercado Proveedor

4.4.1. Proveedores

EMPRESAS	CARACTERISTICAS	CONTACTO
VIA LACTEA LA MANUELA	Empresa dedicada originalmente a la producción lechera. Con un sistema de estabulación total del ganado, este modelo se basa en el mantenimiento del ganado en establos lo que permite el aprovechamiento de los potreros para la siempre del pasto de corte. Con este manejo de tierras se pueden tener entre 17 y 18 animales adultos por hectárea. Mientras que en un modelo tradicional se logran tener 4 o 5 animales por hectárea.	Vía san pedro de los milagros, enterrios km 2 Celular: 320 692 9138 Teléfono: Oficina san pedo 868 67 68 Correo: Mercadeo1vialactea@gamail.com

<p>LÀCTEOS BETANIA</p>	<p>Empresa familiar, tiene un gran vinculo comercial con 700 ganaderos de la región en una mutua colaboración, apoyando su tecnificación y buscando constantemente en ellos una excelente calidad en su producto el cual sea garantía para nuestros clientes. LACTEOS BETANIA comercializa hoy leche entera pasteurizada, y demás derivados lácteos en el valle de Aburra y en varios municipios antioqueños entre ellos: Andes, Rionegro, Guarne etc.</p>	<p>Medellín PBX: (57)4- 442 33 81 Dirección: Multicentro Cribé Cra. 65 Nro. 74 75 local 162 Correo: medellin@lacteosbetania.com</p> <p>Santa rosa de osos Teléfono:(57)4- 442 33 81 Horarios: Lunes-Viernes: 7am-8pm Dirección: Km 19 Vía a Yarumal Correo: gerencia@lacteosbetania.com</p>
<p>LACTEOS AURALAC</p>	<p>Empresa dedicada a la producción de derivados lácteos, con altos estándares de calidad en una extensa variedad de productos. Es misión de Auralac elaborar y ofrecer al mercado productos lácteos de óptima calidad</p>	<p>Teléfono: 5631515 - Fax: 5631515 ext. 103 Celular: 314 885 1429 auralac@auralac.com</p>

	mediante procesos tecnificados, aminorando el impacto ambiental y generando tejido social para así garantizar la competitividad y perdurabilidad de la empresa en el mercado.	
--	---	--

4.4.2. Estudio de Mercado del Proveedor

Los proveedores que posea la empresa determinaran en gran parte el éxito de esta, ya que para obtener un producto de calidad se deben obtener insumos de calidad a bajo costo que le beneficie a la empresa a la hora de elaborar sus productos.

Por eso, al momento de elegirlos se tomaran en cuenta variables como:

- Confiabilidad
- Calidad
- Precios
- Puntualidad

Confiabilidad: la relación proveedor-empresa debe estar basada en la confianza, ya que en los proveedores se confían los insumos necesarios para la creación de los productos y así cumplir con las necesidades de los consumidores y igualmente la de las de la empresa.

Calidad: para ofrecer al mercado y al consumidor final un producto de calidad se debe contar con insumos y maquinaria de calidad, y así hacer de los productos y de la marca un iconoLíder en calidad en el mercado nacional e internacional.

Precio: los insumos requeridos para la elaboración de los productos y los proveedores que los suministran deben estar ligados al precio, obviamente siempre se va a buscar calidad a menor precio, y por esta razón se eligen proveedores confiables que ofrezcan calidad y precio favorable.

Puntualidad: el tiempo es un factor clave para el éxito, una empresa que cumple a tiempo con sus pedidos será una empresa confiable, pero para que se pueda generar esa confiabilidad, se requiere de la puntualidad y compromiso de los proveedores.

4.5. El Mercado Competidor

4.5.1. Competidores

Empresa	Conexión	Cualidades
Gloria S.A	http://www.gloria.com.pe	<p>Sus ingresos durante el año 2003 superaron los 189 millones de soles; en tanto que en el 2004 sobrepasaban los 198 millones de soles. El total de las importaciones realizadas durante el año 2004 asciende a los 7 millones de dólares. Y en el año 2005, de igual manera.</p> <p>GLORIA S.A. ha logrado estos resultados gracias a sus productos internacionales.</p>
Unilever (mantequilla DORINA)	http://www.unilever.com.pe	<p>Los Ingresos de Unilever, durante el año 2005 ascendieron a US\$47 millones, 3% más que lo registrado el año pasado. Una de las marcas más grandes y reconocidas del medio con 30 años de</p>

		presencia, una de las líderes del mercado por su gran innovación.
Laive	http://laivesvida.com	Sus ingresos durante el año 2003 superaron los 189 millones de soles; en tanto que en el 2004 sobrepasaban los 198 millones de soles. El total de las importaciones realizadas durante el año 2004 asciende a los 7 millones de dólares. Y en el año 2005, de igual manera.

4.5.2. Estudio del Mercado Competidor

Se estudiaron las siguientes características de los competidores:

- a) Cualidades
- b) Falencias
- c) Tiempo en el mercado
- d) Materia Prima
- e) Conciencia ambiental
- f) Conexiones

4.6. El Mercado Distribuidor

4.6.1. Distribución

Nuestro producto va dirigido a los habitantes de Perú especialmente a la ciudad de Lima y Huancayo por cuestiones de la alta demanda que existe en este país en el consumo de la mantequilla y la poca oferta que hay, sería una oportunidad sin duda de rentabilidad, reducción de costos y tiempo por su cercanía con Colombia, además en los últimos años se ha notado un crecimiento económico de Perú siendo esta la opción más adecuada.

Utilizaremos un empaque resistente para que soporte y proteja la mercancía durante el trayecto y la inspección física aduanera en Perú además para que facilite el proceso de revisión y reembarque.

Negociaremos con el término FOB para que nuestra responsabilidad termine en el momento que la mercancía salga del puerto nacional (Buenaventura – Colombia) con dirección al puerto de Callao que es la puerta de entrada al Perú ubicado a 15 kilómetros de la capital de Lima, el puerto del Callao, además de ser el puerto más grande del Perú, es el más importante de la costa del Pacífico sudamericano.



4.6.2. Distribución a través de terceros

Nuestro principal canal de distribución es a través de terceros, por medio de supermercados de cadena reconocidos en Perú entre ellos están:

- **Tottus** :USD\$866 millones en ventas anuales al 2012, 33 locales y 130.261 m2
- **Wong**: opera 48 locales en Perú y tiene ventas anuales por 900 millones de dólares.
- **Plaza vea**: cuenta con 42 tiendas. En el 2009 Plaza Vea logra certificación internacional para sus alimentos frescos, es la primera cadena de supermercados del país con certificación HACCP.
- **Makro**: es la mayor organización mayorista que opera en el mercado peruano, vendiendo grandes volúmenes de productos alimenticios y no alimenticios a sus clientes. Su objetivo es abastecer a las empresas, comercios pequeños y medianos y al mercado.
- **Metro**: primera cadena de supermercados e hipermercados en llegar a 56 tiendas a nivel nacional.
- Tiendas barriales

Tipo de Distribución

Según lo investigado y con el planteamiento del proyecto hacia donde se quiere llegar con los productos en su canal de distribución será una DISTRIBUCIÓN INDIRECTA se caracterizara por ser una canal corto y clásico donde nosotros como fabricantes nos valemos de unos distribuidores para llegar al consumidor final.

4.6.3. Distribución Directa

(No aplica)

4.6.4. Manejo de Inventarios

Creación de software de inventario que registre los ingresos y egresos de materia prima e insumos en la fecha en que sucede; así mismo el tiempo de entrega al cliente. Este se realizara seis veces al año; es decir, cada dos meses. La empresa realizará sus ventas por pedidos.

4.6.5. Comunicación



Diseño de los autores

Nombre de la empresa: se decidió escoger este nombre, primero que todo porque no lo encontramos en el medio y también por ser alusivo al producto en sí traducido al inglés (mantequilla en barra) y al ser un producto importado será mejor visto en inglés así sea producto colombiano.

Slogan:“Con su rico sabor casero”

La frase enfoca el objetivo de la empresa que es trabajar para satisfacer al cliente con el sabor de la mantequilla, fresco y natural.

4.6.6. Actividades de Promoción y Divulgación

- Página web
- Negociación con los periódicos y radio.
- Directorio de Lima - Perú
- Vallas publicitarias
- Relaciones públicas

Relaciones públicas: nuestros productos van a ser vendidos a través de grandes distribuidores y almacenes de cadena como: Makro, Metro, Plaza Vea, MINKA, Wong, Tottus entre otras y tiendas barriales.

Las actividades para dar a conocer nuestro producto es tener una fuerza de venta con impulsadoras que muestren la imagen de la marca y el diseño a los consumidores en las principales cadenas de supermercados de Lima-Perú.

4.7. Precios de los Productos

4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Objetivos	Penetrar en mercados internacionales de manera competitiva, sin descuidar el abastecimiento a nivel nacional, implementando la investigación y los sistemas de mejora continua.
Recursos	Se cuenta con recurso humano en trabajo investigativo lo que disminuye el riesgo y con capacidad de producción extra.
Segmentación- Posicionamiento	Estará basado en la calidad del producto y en las posibles nuevas líneas de la empresa o mejoras aplicadas a los productos ya existentes.
Control de canales de distribución	Se tienen en cuenta nuevas rutas de distribución y cotizaciones en diferentes modos de transporte.
Factores del Producto	
Grado de diferenciación	En esta etapa se aprovechará una ventaja comparativa del país, la cual radica en su ubicación estratégica y su clima lo que garantiza mayor producción, lo cual sería competitivo en relación con la competencia.
Etapas del ciclo de vida	Al exportar este producto el ciclo de vida es muy duradero siempre y cuando no se deje de refrigerar.
	Se tiene en cuenta de este aspecto que Colombia es un país reconocido ya por su producción y

Localización de precio	calidad en términos del sector lácteo, lo cual es favorable para la relación calidad-precio.
Factores del Entorno	
Nivel adquisitivo, necesidad y gusto del cliente	Aspecto favorable pues los países elegidos presentan necesidad de consumo de producto fresco y natural y anteponen la calidad al precio ,lo cual también podemos ofrecer teniendo en cuenta unos precios razonables y competitivos.
Costo de regularización del producto	Comprendidos en el estudio de mercado previo con sus respectivas normativas y restricciones aplicadas.
Precios de la competencia	Se trata de competir con calidad y variedad Colombiana como sello de originalidad y garantía que respalde nuestro precio, sin dejar de lado la orientación de los líderes en los mercados objetivo.
Precios del mercado	Se tienen en cuenta para la fijación aunque son relevantes también nuestros costos logísticos y el respaldo de nuestras fortalezas en calidad.

4.7.2. Los precios de los productos tomando como base los costos

<i>Producto</i>	<i>Precio establecido</i>
Mantequilla con sal	0,6 usd
Mantequilla sin sal	0,5 usd
Mantequilla light	0,8 usd

4.7.3. Los precios de los Productos propuestos

<i>Producto</i>	<i>Producto propuesto</i>
Mantequilla con sal	1,50 usd
Mantequilla sin sal	1,20 usd
Mantequilla light	2,00 usd

4.7.4. Política de Precios

Se realizaran descuentos por compras en grandes volúmenes y fidelidad del cliente. El porcentaje de estos descuentos varían según la cantidad de productos comprados.

La forma de pago utilizada será: pago directo, pago anticipado y carta de crédito confirmada, a la vista e irrevocable.

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Medios	Costos
catálogos	210.000
Páginas web	1,200,000
Transporte marítimo	1,100,000
Transporte terrestre	1,900.000
Vallas publicitarias	4,500,000

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos	Oportunidades
Competidores: marcas ya posicionadas con gran trayectoria en el mercado que hacen difícil la entrada al sector.	Beneficios por acuerdos comerciales: Colombia y Perú hacen parte de la CAN en el cual hay exenciones de tributos aduaneros.
Resistencia al cambio: es difícil cambiar la mentalidad de los consumidores del uso y el empaque tradicional.	Empaque novedoso: en el mercado peruano no se encuentra presentaciones comerciales diferentes a los corrientes.
Conflicto nacional: comúnmente se realizan bloqueos a las vías y paros lo que dificulta la salida de la mercancía.	Localización estratégica: Cercanía con el país peruano lo que rebaja costos.

4.10. Plan de ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Mantequilla con sal	200.000	207.000	214.245	221.743	229.504	1,072,492
Mantequilla sin sal	167.040	172.886	178.937	185.199	191.680	895.742
Mantequilla light	134.080	141.772	146.734	151.869	157.184	731.639

5. ASPECTOS TÉCNICOS

5.1. Objetivos de producción

El objetivo de producción inicial a corto plazo es la producción de mantequilla con un plus de un aplicador, innovador y fácil de usar, los cuales cumplirán con los requisitos establecidos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

A mediano plazo, desarrollar un proceso de producción cada vez más ágil el cual se vea reflejado en el aumento de la producción y de las ventas.

A largo plazo, en cuanto a cantidad el objetivo es producir mensualmente la cantidad demandada por los consumidores.

5.2. Descripción del proceso de producción

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE MANTEQUILLA		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIEMPOS
Desnatado	La nata se obtiene del desnatado de la leche en una centrifugadora.	45 minutos
Normalización	Consiste en regular el contenido graso de la nata.	20 minutos
Neutralización	Proceso en el que debe reducirse la acidez para poder ser pasterizada	10 a 15 minutos

Pasterización	Se elevan las temperaturas para asegurar la destrucción de los microorganismos patógenos.	240 minutos
Desgasificación	Se efectúa una desaireación al vacío, y se calienta la nata lo que provoca que las sustancias aromáticas se evaporen.	Por definir
Maduración	El objetivo de la maduración es acidificar la nata (proporciona aroma y sabor) y cristalizar la materia grasa de forma simultánea en depósitos de maduración.	720 minutos
Batido	La nata es agitada te con el objetivo de provocar formación granos de mantequilla.	30 a 45 minutos
Desuerado	Los granos de mantequilla pasan a través de un canal cónico y de una placa donde se eliminan los restos de mazada aún retenida en la mantequilla.	10 a 15 minutos
Amasado	Se pretende obtener una mantequilla con una fase grasa continua, que	

	contiene una fase dispersada muy finamente.	15 a 20 minutos
Envasado	La mantequilla se envía a las máquinas empastilladoras (envasadoras).	Por definir

5.3. Capacidad de Producción

La planta equipada con la maquinaria y el equipo operando 9 horas diarias, con un proceso 6 horas aproximadamente (sin contar la maduración por que se tendría lista para los procesos) podría ser capaz de producir 1.740 mantequillas al día así:

Proceso 6 horas

120L de leche generan 43.544gr de mantequilla

Presentación comercial de la mantequilla (50gr)

$43.544/50 = 870$ mantequillas diarias x 2 plantas productoras = 1.740 mantequillas

1.740 mantequillas (día) x 24 días que se trabajan al mes (lunes a sábado) = 41,760 mantequillas aproximadamente por mes.

5.4. Plan de Producción

Se planea producir 501.120 mantequillas aproximadamente al año (41.760 mantequillas (mes) x 12 meses = 501.120).

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

Se tomara en arriendo una Bodega de uso industrial ubicada a la altura de la Variante a Caldas, fácil acceso y salida a puerto para buenaventura que es por donde se piensa sacar la mercancía, por eso la elección de esta.

Cuenta con 744 metros cuadrados construidos (600 metros de bodega (producción) y 144 metros de oficinas (administración)). Piso en concreto reforzado, 9 metros de altura a la cercha y 11 al techo, energía trifásica de 45 Kva y puerta camión, requerimientos indispensables para acomodar las máquinas y demás.



FUENTE: <http://www.coltebienes.com>

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

<i>PRODUCTO</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>PROVEEDOR</i>	<i>COSTO UNITARIO (\$)</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
Descremadoras Centríugas	Productividad litros de leche: 80 Lt x hora Voltaje: 220 Voltios Potencia: 120 Watts Numero de discos del tambor: 10 Rotación del tambor: 10,500 r.p.m. Max. Contenido grasa en leche descremada: 0.05 % Grasa crema de leche: 40 % Capacidad Receptor: 12 lts. Rango crema / leche descremada 1:4 a 1:10 Dimensiones Generales: 48x18x18 cms Dimensiones de empaque: 22x41x39 Peso Neto: 6 kilos	Gv Industria De Máquinas y Equipamientos Ltda	1.200.000	2	2.400.000
Mojadora Amasadora Digital De 32 Libras	Trifásica Potencia Promedio: 2.7 KW Potencia Motor: 2.5HP 2 velocidades de Mezclado. Velocidad de la olla: 16RPM	Mainco Miranda, S.L.	5.000.000	2	10.000.000

<p>Batidora SparMixer 60 Litros</p>	<p>Batidora De 50 Lt. CTA Certificación ISO 9001 Capacidad: 50 lts. Bowl de acero inoxidable Regilla del bowl con switch de protección Incluyen batidor plano, batidor globo y batidor gancho todos en acero inoxidable Motor 380v, 50Hz, 2HP 3 Velocidades: 84/163/373 rpm Potencia: 1.84Kw Peso: 242 kg Dimensiones: Ancho: 572 mm Profundidad: 820 mm Alto: 1020 mm</p>	<p>SuperMaq</p>	<p>9.950.000</p>	<p>2</p>	<p>19.900.000</p>
<p>Pasteurizadora</p>	<p>Consumo de electricidad: 3,3 kW. -Instalación Eléctrica 220 V, MonofasicaTrifasica, 60 Hz. Anchura: 600 m, Altura = 1100 mm, Largo: 1000 mm. Equipo Dimensiones Anchura: 500 m, Altura: 950 mm Largo: 900 mm Peso bruto con embalaje: 150 kg. Peso neto: 120 kg. Producción: 63 kg por ciclo.</p>	<p>Mainco Miranda, S.L.</p>	<p>20.685.000</p>	<p>2</p>	<p>41.370.000</p>

	Condensación: Aire				
Tanque De Maduración	<p>Tanque térmico cilíndrico vertical para maduración.</p> <p>Construido en acero inoxidable AISI -304 pulido liso sanitario.</p> <p>Forado exterior en acero inoxidable AISI 304 pulido 2B de origen. Totalmente estanco, que evita toda entrada de humedad a la aislación.</p> <p>Banda de intercambio para enfriamiento o calefacción, cubriendo la totalidad de la pared lateral.</p> <p>Aislado con espuma de poliuretano inyectado in - situ, sin puente térmico. Espesor 50 mm. Sistema que evita pérdidas de frío.</p> <p>Boca entrada de hombre con</p>	Mainco Miranda, S.L.	4.750.000	2	9.500.000

	<p>tapa rebatible, hermética y escalera externa para inspección, construida en caño de acero inoxidable, con escalones de chapa plegada.</p> <p>Agitador con paletas conformadas en chapa de acero inoxidable accionado por motor reductor eléctrico.</p>				
Desueradora Manual	<p>El equipo permite el drenaje del suero, el pre-prensado bajo suero y el corte en bloques de la masa para diversos tipos de quesos. Está compuesta de una batea con fondo plano. Con refuerzos y patas en acero inoxidable calidad AISI 304.</p> <p>La batea posee dos descargas de suero ubicadas en ambos extremos.</p>	Remma	4.200.000	2	8.400.000
	<p>Mediante cañería de acero inoxidable se conduce hasta un recibidor provisto de filtro de malla inoxidable.</p> <p>Está equipada con dos pantallas de cierres móviles en chapa perforada.</p> <p>Se provee con dos puentes para prensado, que se desplazan por</p>				

	rieles laterales, con dos cilindros neumáticos cada uno.				
Refrigerador	<p>-100 Set/s por Mes de almacenamiento en frío del refrigerador</p> <p>-Marca: yingxiang</p> <p>-Dimensión (L*W*H): 4sq. M~10,000sq. M</p> <p>-Tipo de puerta: Corredera, seccional, rooling rápido, anti- la colisión, automática de la espalda,</p> <p>-De aire- refrigerador: Estándar, bilateral de aire- refrigerador, agua de descongelación</p> <p>-Energía (W): 15kw</p>	Yingxiang	4.560.000	2	9.120.000
Moldeadora	Está en investigación ya que el diseño de empaque de la mantequilla es poco común por lo tanto estamos analizando si podemos encontrar una máquina que supla esta necesidad o si hay que mandar a elaborar una que se acomode a nuestro molde y empaque			1	54.744.525
Empacadora	Está en investigación ya que el diseño de empaque de la mantequilla es poco común por lo tanto estamos analizando si podemos encontrar una máquina que supla esta necesidad o si			1	18.000.000

	hay que mandar a elaborar una que se acomode a nuestro molde y empaque				
TOTAL	\$ 173.434.525				

5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos

Material o Insumo	Descripción	Precio	Proveedor
Leche	Cantidad: litros Marca: seleccionada por proveedores	Litro de leche \$890L aprox	Proyecto lechero la manuela, lácteos Betania, lácteos auralac.
sal	Cantidad: bulto por 50 kg Marca: Refisal	\$30.000	Brinsas S.A
agua	Cantidad: ilimitada	Por definir	Empresas publicas
Lecitina de soya	Cantidad: bulto por 4000 gr Presentación: granulada	\$40.000	Laboratorio swason
Saborizantes naturales	Cantidad: 500ml	\$25.000	Laboratorio swason

Empaque del producto	Barra de tradicional envase de plástico cilíndrico enroscable en la parte inferior. Fácil de usar	\$1.500	Parco S.A.S
-----------------------------	---	---------	-------------

5.5.4. Requerimientos de servicios

Servicio	Proveedor	Costo mensual
Arriendo	ColtebienesLtda	10.372.000/mensual
Servicios públicos	Empresas públicas de Medellín	2.100.000/mensual
Internet y telefonía	Une	800.000/mensual
Vigilancia	MIRO seguridad	5.500.000/mensual
Publicidad	DG flyers	1.300.000/mensual

Contabilidad	Grupo legalcont	2.575.000/mensual
Selección del personal y manejo de nomina	ADECCO	3.600.000/mensual
Total		\$26.247000

5.5.5. Requerimientos del personal

NÓMINAS Y PRESTACIONES DEL PERSONAL		
CARGO: Supervisor y Ingeniero	SALARIO: 1.200.000	EMPLEADO: 2
SEGURIDAD SOCIAL	EMPRESA	EMPLEADO
SALUD	\$ 102.000 (8,5%)	\$ 48.000
PENSIÓN	\$ 144.000 (12%)	\$ 48.000
ARP	\$ 29.232 (2,436%)	
SUBTOTAL	\$ 275.232	- \$ 96.000
PRESTACIONES SOCIALES		
PRIMA	\$99.960 (8,33%)	
CESANTÍA	\$99.960 (8,33%)	
INTERÉS CESANTÍA	\$ 1.000 (1%)	
VACACIONES	50.040 (4,17%)	
SUBTOTAL	\$ 250.960	
PAGOS PARAFISCALES		
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	\$ 48.000 (4%)	
ICBF	\$ 36.000 (3%)	
SENA	\$ 24.000 (2%)	
SUBTOTAL	\$ 108.000	
TOTAL	\$ 1.834.192	\$ 2.208.000

NÓMINAS Y PRESTACIONES DEL PERSONAL		
CARGO: amasadores y lavadores	SALARIO: 900.000	EMPLEADOS: 5
SEGURIDAD SOCIAL	EMPRESA	EMPLEADO
SALUD	\$ 76.500 (8,5%)	\$ 36.000
PENSIÓN	\$ 108.000 (12%)	\$ 36.000
ARP	\$ 21.924 (2,436%)	
SUBTOTAL	\$ 206.424	-\$ 72.000
PRESTACIONES SOCIALES		
SUBSIDIO DE TRANSPORTE	\$ 67.800	
PRIMA	\$ 80.618 (8,33%)	
CESANTÍA	\$ 80.618 (8,33%)	
INTERÉS CESANTÍA	\$ 806 (1%)	
VACACIONES	\$ 37.530 (4,17%)	
SUBTOTAL	\$ 267.372	
PAGOS PARAFISCALES		
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	\$ 36.000 (4%)	
ICBF	\$ 27.000 (3%)	
SENA	\$ 18.000 (2%)	
SUBTOTAL	\$ 81.000	
TOTAL	\$ 1.454.796	\$ 828.000
TOTAL EMPLEADOS	\$ 7.273.980	\$ 4.140.000

Personal requerido para el proceso:

Supervisor: 1

Verificar el cumplimiento de los estándares mínimos de seguridad y de calidad definidos para el proceso, Emitir conceptos de aceptación o rechazo de las mercancías, Llevar registro de dichas inspecciones a los procesos.

Ingeniero industrial: 1

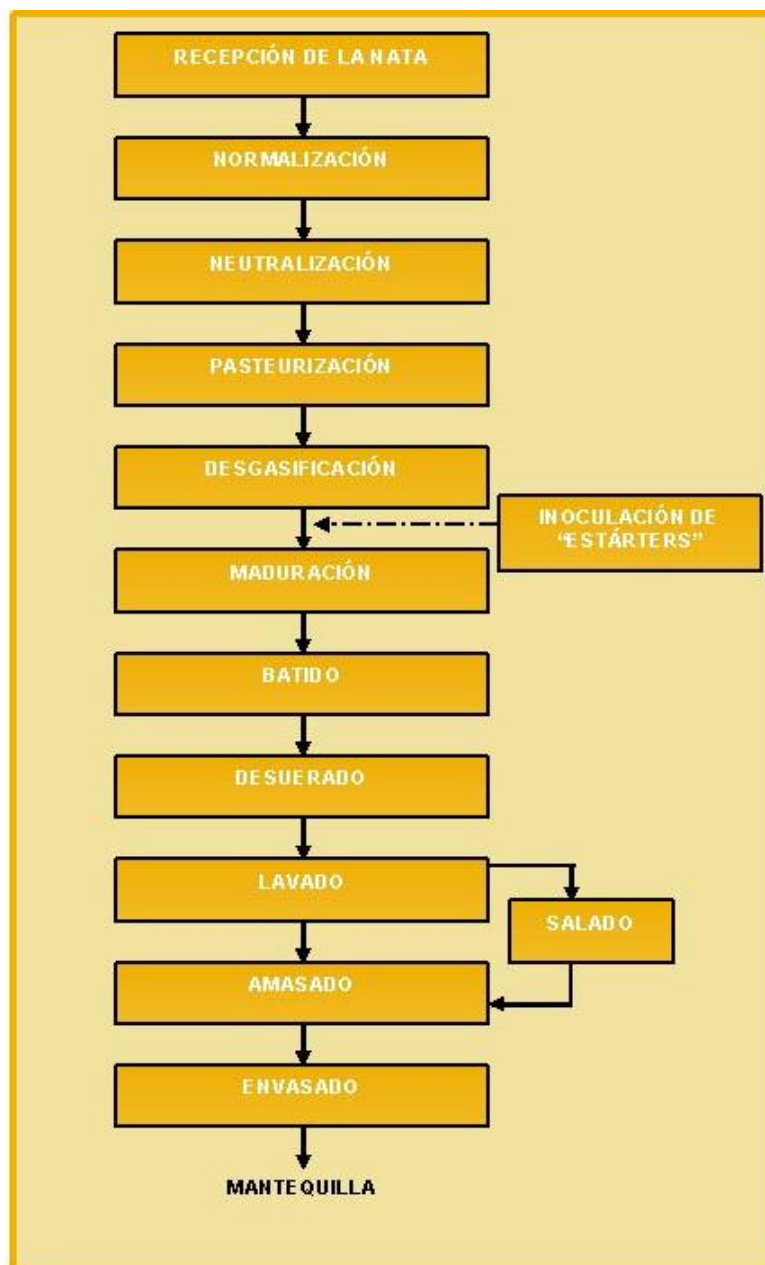
Encargado de realizar completo y de buena forma el proceso de elaboración cumpliendo con los requisitos requeridos. Verificar tiempos, movimientos y administrar recursos de la empresa

Operarios de planta: 5

Encargado de llevar inventarios de materia prima, producto terminado, entregar materia prima, hacer producción y manipular la maquinaria.

También se encargaran de hacerle saber al supervisor o ingeniero del mal funcionamiento en la maquinaria o alguna irregularidad del proceso.

5.6. Programa de Producción



6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

Área	Funciones
Área De Administración general	<p>Planificación:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Desarrollar la razón de ser de la empresa Misión, visión, valores corporativos.✓ Proyectar objetivos a corto, mediano y largo plazo.✓ Establecer procesos de desarrollo tanto del área administrativa como de producción. <p>Organización:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ En su responsabilidad esta la empresa, empleados y recursos necesarios.✓ Asignar obligaciones equitativa y lógica entre los empleados y colaboradores.✓ Contactar proveedores.✓ Estar al frente de las actividades de la empresa que se estén desarrollando bien.✓ Dictar capacitaciones a los

	<p>funcionarios y empleados para la mejora continua de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar reuniones sobre las actividades que se desempeñan. ✓ Retribuir la prestación de servicios a los empleados y colaboradores. <p>Dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar y llevar en alto la empresa ✓ Sostener buenas relaciones entre el personal que conforma la empresa. ✓ Mantener activo el buen funcionamiento de cada área de la empresa. <p>Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar el buen desempeño de cada una de las actividades. ✓ Realizar auditorías a cada área para lograr la mejora continua. ✓ Plantear nuevas estrategias según los resultados de la investigación y supervisión realizadas a la empresa. ✓ Ver si los logros y objetivos trazados si se está logrando. ✓ Analizar el progresos de la empresa en e informar cualquier variación o cambio que se presente o tenga que realizarse.
	<p>Planificación:</p>

<p>Área De Administración y Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Determinar la secuencia de operaciones. ✓ Seleccionar los métodos preferidos de trabajo. ✓ Solicitar cotizaciones a proveedores. <p>Organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar la cantidad de pedidos para la producción del producto. ✓ Establecer estándares de calidad en cada proceso de producción. ✓ Llevar un control de calidad de producción para que sea entregada en la fecha estipulada.
	<p>Dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisar el desarrollo de los procesos de producción establecidos. ✓ Supervisar el personal del área. ✓ Mantener orden en inventario. <p>Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con la cantidad de producción requerida y disponer de inventarios. ✓ Inspeccionar el aseo, la higiene del área de producción. ✓ Verificar la producción diaria.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer chequeos de funcionamiento a la maquinaria.
<p style="text-align: center;">Área De Ventas, Marketing y Comercio Internacional</p>	<p>Planificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un análisis del sector, del entorno y del mercado. ✓ Trazar un mercado meta. ✓ Dar a conocer la empresa y el producto en el exterior. ✓ Plantear objetivos de Marketing. ✓ Diseñar estrategias de marketing. <p>Organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Acordar a donde se quiere llegar con el producto (comercializar) ✓ Buscar estrategias y medios para promocionar y lograr reconocimiento. ✓ Fijar precios y formas de pago. ✓ Desarrollar ideas para innovación del producto. ✓ Identificar canales de distribución. ✓ Establecer plan de ventas. <p>Dirección:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ analizan los consumidores, la competencia y otros factores externos que podrían tener influencia en la empresa.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar la situación del consumidor para atender sus necesidades. ✓ Incrementar participación en el mercado. ✓ Atender Quejas y reclamos para formar nuevas estrategias y aplicar la mejora continua. <p>Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener certeza que las estrategias planteadas están dando solución a los objetivos planteados. ✓ Lograr fidelidad del cliente satisfaciendo su necesidad.
<p style="text-align: center;">Área Financiera</p>	<p>Planificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar informe por la eficaz y eficiente administración de los recursos financieros y físicos de la empresa. ✓ Elaboración y presentación oportuna de los estados financieros. ✓ Establecer medidas requeridas para garantizar la protección de los recursos y activos de la empresa. ✓ Planifica el pago quincenal de los salarios de todo el personal de la empresa. <p>Organización :</p>

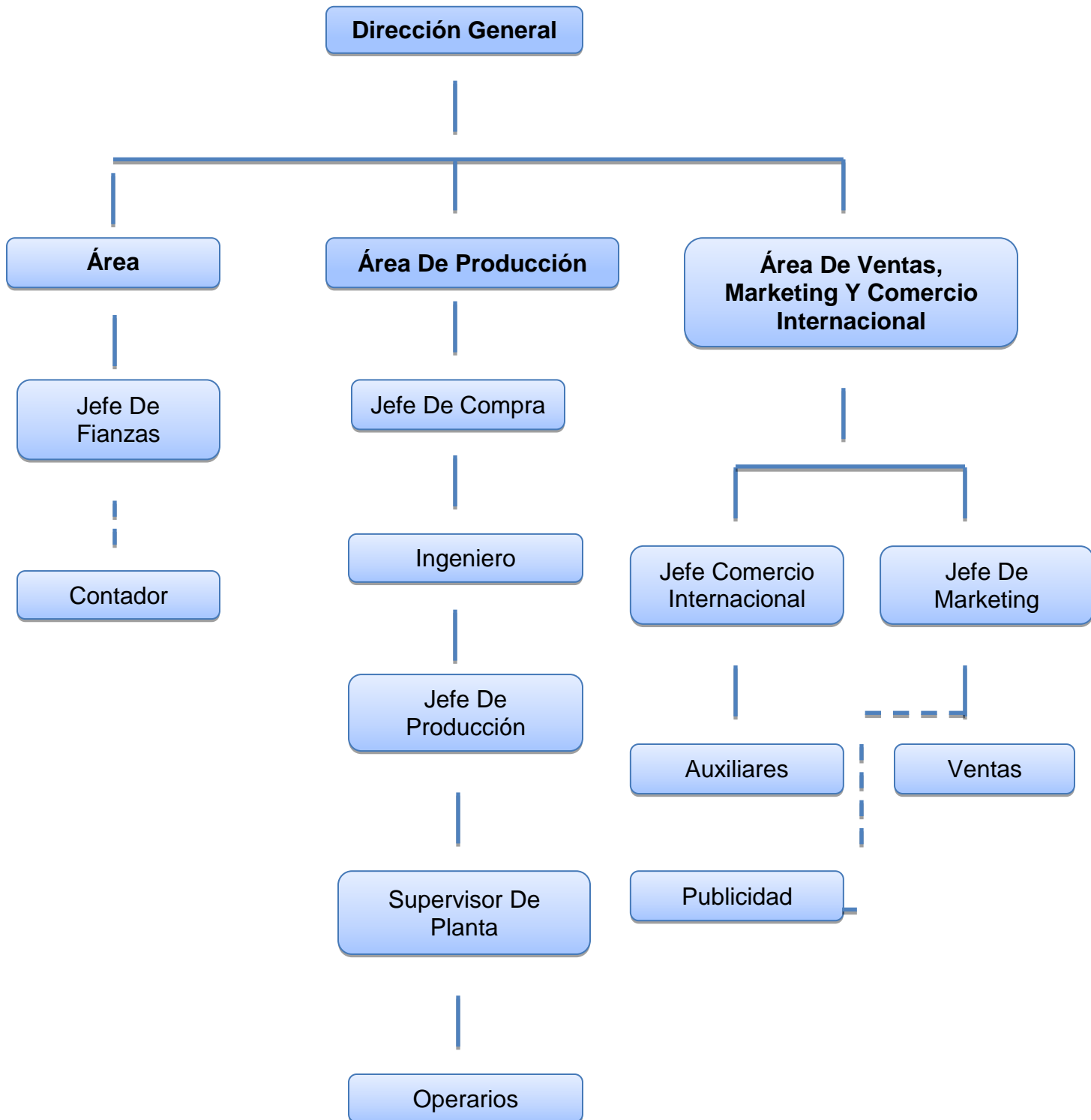
	<ul style="list-style-type: none">✓ Determinar activos y abalance general de la empresa.✓ invertir los recursos de la empresa en infraestructura y tecnología.✓ Revisar que estas inversiones sean favorables para la empresa.✓ Determinar el adecuado financiamiento a corto y largo plazo. <p>Dirección:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Velar por la situación financiera de la empresa.✓ Controlar el cumplimiento del presupuesto Asignado para el funcionamiento.✓ Aplicar bien la decisión de inversión.✓ Rentabilizar la empresa y maximizar las Ganancias. <p>Control:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Analizar el balance general de la empresa.✓ Determinar los ingresos, egresos y utilidades de la empresa para identificar la rentabilidad.✓ Toma decisiones de inversión.✓ Controlar el flujo del dinero.
--	---

6.1.2. Procesos administrativos externalizados

PROCESOS ADMINISTRATIVOS EXTERNALIZADOS	FUNCIONES	PROVEEDOR	COSTO
Seguridad privada.	Vigilancia Humana, brindar tranquilidad a la empresa a través de diferentes sistemas de seguridad.	MIRO SEGURIDAD.	\$ 5.500.000
Contabilidad.	Llevar a cabo y revisar los procesos contables de la empresa.	GRUPO LEGALCONT.	\$ 2.575.000
Búsqueda y selección de personal.	Buscar particularmente candidatos ajustados para la empresa por medio de profesionales capacitados. Y pago de nómina.	ADECCO COLOMBIA	\$ 3.600.000
Publicidad	Manejo de página web de la empresa, diseño de material POP,	DG flyers	\$ 1.300.000

6.2. Estructura Organizacional

6.2.1. Organigrama



6.2.2. Descripción funcional de la organización

DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN GENERAL

CARGO: GERENTE GENERAL

FUNCIONES:

- Responsabilidad máxima del funcionamiento de la empresa y del cumplimiento de los objetivos y políticas.
- Representar jurídica y legalmente la empresa.
- Responsable de la organización de la empresa.
- Crear una labor de equipo con sus colaboradores.
- Coordinar las actividades cotidianas de los diversos departamentos de forma que exista coherencia entre ellos y que se sumen las acciones hacia el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Preparar el presupuesto anual de la empresa y los programas de inversiones necesarias para cumplir con los objetivos a mediano plazo.
- Encargarse de aprobar el sistema de calidad en todos los ámbitos de la empresa.
- Establecer los objetivos en la mejora de la calidad.
- Impulsar el control presupuestario al objeto de conseguir los objetivos perseguidos.

CARGO: JEFE DE FINANZAS

FUNCIONES:

- Administrar los recursos financieros y materiales de la organización basado en procesos y sistemas que permitan una relación óptima, seria y eficiente con los clientes, colaboradores y proveedores, tanto en el flujo físico de dinero, valores y bienes como en la recaudación de recursos.
- Obtención de fondos en términos más favorables posibles.
- Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de máquinas y pago de salarios.
- Supervisar la correcta aplicación de los recursos mediante el registro contable y procedimiento administrativo adecuado para evitar desajustes presupuestales de los mismos.
- Verificar que los registros contables estén aplicados en forma correcta a través del registro diario para obtener información contable que sea confiable y oportuna

CARGO: CONTADOR (SUBCONTRATO)

FUNCIONES:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.

- Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.

DEPARTAMENTO DE VENTAS MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

CARGO: JEFE DE COMERCIO INTERNACIONAL

FUNCIONES:

- Vigilar los entornos políticos, jurídicos, socioculturales, económicos y tecnológicos.
- Coordinar la red internacional de ventas de la empresa, decidiendo los canales de distribución más adecuados (venta directa, concesiones, distribuidores y precios).
- Supervisar y controlar los riesgos de exportación, la financiación, los seguros y la administración de las exportaciones.
- Analizar las condiciones específicas de los mercados exteriores.
- Investigar y abrir nuevos mercados.

CARGO: AUXILIAR DE EXPORTACIONES

FUNCIONES:

- Coordinar con los ejecutivos comerciales, manufactura y Logística sobre embarques de exportación.
- Preparar documentos de Exportación.
- Coordinar con agentes de Aduana, agentes de carga y transportistas.
- Gestionar Cobranzas del exterior.

CARGO: JEFE DE MARKETING

FUNCIONES:

- Identificar nuevas oportunidades de negocio y desarrollar estrategias de atracción de nuevos clientes.
- Crear todas las herramientas de marketing que faciliten el incremento de ventas y la rentabilidad.
- Coordinar campañas de publicidad y promoción.
- Seguir la evolución del mercado, producto, precio y competencia para sacar conclusiones y optimizar el desarrollo de negocio.
- Diseñar y lanzar propuestas para maximizar los objetivos fijados.

CARGO: PUBLICIDAD (Subcontrato)

FUNCIONES

- Responsable de la planificación, organización y coordinación de las actividades relacionadas con las compañías de promoción y publicidad de la empresa.

- Negociar contratos de publicidad con los representantes de periódicos, estaciones de radio y televisión, sociales y agencias de publicidad.
- Administra la presentación visual y decoración de la empresa y diseño de los empaque del producto.

DEPARTAMENTO AREA DE PRODUCCIÓN

CARGO: JEFE DE COMPRA

FUNCIONES:

- Velar por el abastecimiento de materia prima
- Mantener actualizado el registro de proveedores y las condiciones de venta de cada uno.
- Velar por la adecuada realización de inventarios y control de los mismos.
- Estudiar la situación en el mercado, precios, flujo y calidad de los productos a adquirir

CARGO: JEFE DE PRODUCCIÓN

FUNCIONES:

- Organizar y seguir la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que se cumpla con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
- Promover el sistema de calidad ayudando a completar aspectos que pueden contribuir a su mejora continuada.
- Supervisar y controlar las actividades de almacenaje, tanto de materias primas como de productos terminados.

CARGO: SUPERVISOR DE PLANTA

FUNCIONES:

- estar a la par de los empleados.
- liderar el rendimiento apropiado de sus tareas diarias.
- planificar y escribir los cronogramas de trabajo para los empleados.
- manejar cualquier solicitud a destiempo u otras cuestiones.

CARGO: OPERARIOS

FUNCIONES:

- El cargo de los operarios de la empresa es diferente el de cada uno, dependiendo de las actividades a desempeñar y la diferente experiencia de los colaboradores, se distribuyen y ponen en funcionamiento y producción la planta.

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

Como ya se dijo en el punto 5.5.1 se tomara en arriendo una Bodega de uso industrial ubicada a la altura de la Variante a Caldas, fácil acceso y salida a puerto para buenaventura que es por donde se piensa sacar la mercancía, por eso la elección de esta.

Cuenta con 744 metros cuadrados construidos (600 metros de bodega (producción) y 144 metros de oficinas (administración). Piso en

concreto reforzado, 9 metros de altura a la cercha y 11 al techo, energía trifásica de 45 Kva y puerta camión, requerimientos indispensables para acomodar las máquinas y demás.

6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

Equipo, mueble y enseres	Descripción	Cantidad	Proveedor	Costo unitario	Costo total
Equipos de computo	Marca: HP Intel corei3 Memoria de 4Gb Disco duro de 500Gb	7	Éxito (Medellín)	\$974.250	\$6.819.750
Software	Microsoft office empresa Premium	1	Microsoft online x 10 pcs	\$290.000 anual	\$290.000
	Kaspersky antivirus	4	Kaspersky online x 3 pcs	\$150.000 anual	\$600.000
Impresora	Impresora laser HP	4	Éxito	\$199.000	\$796.000
	Marca: Practimac. Centro de trabajo en				

escritorio	aglomerado y melamina, con cajón, archivador y dos cajones.	7	Homecenter	\$289.900	\$2.029.300
Sillas	Marca: Asenti Silla auxiliar con brazos, totalmente resistente, y patas en acero. Material durable para soportar el peso y el uso continuo.	7	Homecenter	89.990	\$629.300
papeleras		7	Éxito	\$14.900	\$104.300
Nevera	Marca: Challenger 332 lts, sin escarcha.	1	Éxito	\$899.900	\$899.900
Cafeteras	Marca: Black & Decker Jarra de vidrio para 5 litros.	2	Éxito	\$49.900	\$99.800
	Marca:				

Teléfono	Motorola Teléfono inalámbrico	7	Homecenter	\$49.900	\$349.300
Microondas	Marca: Haceb. Horno microondas de 0,7 pies cúbicos en acero inoxidable, con panel digital.	2	Éxito	\$139.900	\$279.800
Mesas	Marca: Vanyplass	2	Homecenter	\$58.900	\$117..800
Archivador	Marca: Toscana Archivador vertical con 4 cajones, con cerradura de seguridad, resistente al calor, a la humedad y rayones	3	Homecenter	\$329.900	\$989.700
Sillas	Marca: Rimax	4	Homecenter	\$19.900	\$79.600
TOTAL					\$14.084.550

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina

Descripción	Proveedor	Costo
Resma de papel tamaño carta x 500 hojas	Éxito	Cantidad: 2 \$9.200 =\$18.400 mensual
Liquidpaper x 12 und	DistriKayser	\$18.800/mensual
Grapadora	Éxito	Cantidad: 7 \$13.300 =\$93.100 semestral
Dispensador de cinta	Éxito	Cantidad:7 \$7.500 =\$52.500 mensual
Clips metálicos caja 100 und	Éxito	Cantidad:7 \$600/mensual =\$4.200 mensual
Almohadilla de sellos	Éxito	Cantidad:7 \$8.400

		= \$58.800 semestral
Sacaganchos	Éxito	Cantidad: 7 \$1.700 = \$11.900 semestral
Grapadora	Éxito	Cantidad: 7 \$13.300 = \$93.100 semestral
Grapas caja 5000 und	Éxito	Cantidad: 7 \$3.400 = \$23.800 semestral
Perforadora 2 huecos	Éxito	Cantidad: 7 \$14.400 = \$100.800 semestral
Calculadora	Éxito	Cantidad: 7 \$10.870 = \$76.090 semestral
Cinta transparente x 12	Distrikayser	Cantidad: 1 \$7.000 mensual
Lapiceros caja x 7	Éxito	Cantidad: 2 \$3.480 = \$6.960 mensual

Carpeta legajadora	Éxito	Cantidad:28 \$2.450 =\$68.600 semestral
Archivadores tamaño oficio	Éxito	Cantidad:14 \$20.050 =\$280.700 semestral
Lápices x 12	Éxito	Cantidad: 2 \$8.800 =\$17.600/mensual
Borradores x 20	Distrikayser	\$10.000/mensual
Tintas impresora	Panamericana	Cantidad: 4 \$153.000 mensual
Carpeta de Cartón Tamaño Oficio con gancho legajador X 50 unds.	Distrikayser	Cantidad: 7 \$27.500 =\$192.500/ semestral
Carpeta de Cartón Tamaño carta con gancho legajador X 50 unds.	Distrikayser	Cantidad: 7 \$25.000 =\$175.000 semestral
Total		Mensual
		Semestral

	288.460	\$1.108.240
--	----------------	--------------------

6.3.4. Requerimientos de cafetería y aseo

Materiales	Proveedores	Precio	
		Costo unitario	Mes
café sello rojo 3 unds x 500 g	Makro	\$21.750	\$21.750
aromáticas de frutas frutalia caja surtida x 120 unds	Makro	\$37.690 X 2	\$75.380
azúcar incaucatubipac papel 200 unds x 5 g cada uno	Makro	\$3.240	\$3.240
vaso rigidovasote 3.5 oz paquete x 50 unds	Makro	\$1.600 X3	\$4.800
Jarra plástica x 4und	Makro	\$20.600	\$20.600
TOTAL		\$104.020	

Materiales de aseo	Proveedor	Precio neto	Precio mensual
papel higiénico familia megarolloalcolchado24 unds x 41 m cada uno	Makro	\$34.000	\$34.000
limpiador la joya lavanda pague 2000 lleve 3000 cc	Makro	\$7.100	\$7.100
limpiavidrios aro x 4000 cc	Makro	\$8.990	\$8.990
Trapeadoras x 2 und	Makro	\$7.300	N/A
Recogedores x 2 und	Makro	\$4.900	N/A
Escoba x 2 und	Makro	\$8.000	N/A
balde task con escurridor manual x 2und	Makro	\$18.990	N/A
servilleta familia plus para dispensador caja x 30 paquetes x 100 unds	Makro	\$39.950	\$39.950

jabón líquido capibellantibacterial x 2000 cc	Makro	\$14.990	\$14.990
Total		\$144.220	\$105.030

6.3.5. Requerimientos del personal

CARGO	FUNCIONES
DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN GENERAL	
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas por la Junta Directiva.

<p style="text-align: center;">Perfil</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar jurídica y legalmente la empresa. ✓ Crear una labor de equipo con sus colaboradores. ✓ Establecer los objetivos en la mejora de la calidad. ✓ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. ✓ Preparar el presupuesto anual de la empresa y los programas de inversiones necesarias para cumplir con los objetivos a mediano plazo. ✓ Identificar áreas de oportunidad dentro y fuera de la empresa, que le permita ser más competitiva en el mercado. ✓ Representar a la organización frente a los clientes, proveedores y demás importantes colaboradores de la empresa.
<p style="text-align: center;">Tipo de contrato</p>	<p style="text-align: center;">Contrato laboral a termino fijo</p>
<p style="text-align: center;">Salario</p>	<p style="text-align: center;">5,000.000</p>
<p style="text-align: center;">Prestaciones</p>	<p style="text-align: center;">Seguridad social: 1,052.600 Prestación social: 1,091.500 Aportes parafiscales: 450.000 Total prestaciones: 2,594.100</p>

JEFE DE FINANZAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar los recursos financieros y materiales de la organización basado en procesos y sistemas que permitan una relación óptima, seria y eficiente con los clientes, colaboradores y proveedores, tanto en el flujo físico de dinero, valores y bienes como en la recaudación de recursos. ✓ Velar y monitorear la disponibilidad de Fondos. ✓ Verificar que los registros contables estén aplicados en forma correcta a través del registro diario para obtener información contable que sea confiable y oportuna. ✓ Supervisar la correcta aplicación de los recursos mediante el registro contable y procedimiento administrativo adecuado para evitar desajustes presupuestales de los mismos.
Perfil	
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	3,000.000
Prestaciones	<p>Seguridad social: 401.101</p> <p>Prestación social: 542.310</p> <p>Aportes parafiscales: 270.000</p> <p>Total prestaciones: 1,213.470</p>

ÁREA DE PRODUCCIÓN	
JEFE DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supervisa las líneas de producción durante todo el proceso. ✓ Supervisar y controlar las actividades de almacenaje, tanto de materias primas como de productos terminados. ✓ Coordinar los parámetros de producción, volumen a producir, tiempos de producción, tiempos de entrega. ✓ Proveer información sobre cuestiones de diseño al departamento de marketing. ✓ Promover el sistema de calidad ayudando a completar aspectos que pueden contribuir a su mejora continuada.
Perfil	
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	1,200.000

Prestaciones	Seguridad Social: \$ 252.264 Prestaciones Sociales: \$ 250.960 Aportes Parafiscales: \$ 108.000 Total Prestaciones: \$ 611.224
JEFE DE COMPRA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ programar, coordinar, ejecutar y controlar la adquisición de materiales y materia prima que necesita la empresa para su funcionamiento velando por que dichas adquisiciones se revisen en el momento justo, en las cantidades necesarias, con la calidad adecuada y al precio másconveniente. ✓ Mantener actualizado el registro de proveedores y las condiciones de venta de cada uno. ✓ Velar por la adecuada realización de inventarios y control de los mismos. ✓ Estudiar la situación en el mercado, precios, flujo y calidad de los productos a adquirir.
Perfil	
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	3,000.000
prestaciones	Seguridad social: 378.396 Prestación social: 392.940 Aportes parafiscales: 162.000 Total prestaciones: 933.336

SUPERVISOR DE PLANTA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer reglamentos básicos para el trabajo en grupo, de tal manera que la responsabilidad y la autoridad para la toma de decisiones se entienda claramente. ✓ Controlar y verificar el cumplimiento de normas, especificaciones y procedimientos para garantizar los requerimientos de los clientes. ✓ Coordinar el suministro oportuno de los recursos necesarios para garantizar el normal desarrollo de los procesos de producción y mantenimiento y el cumplimiento de lo establecido en los programas de producción y mantenimiento preventivo. ✓ Controlar el manejo y uso racional de los repuestos, identificando causas potenciales de generación de desperdicios y daños para acometer acciones preventivas.
Perfil	
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	1,200.000
prestaciones	Seguridad Social: \$ 252.264 Prestaciones Sociales: \$ 250.960 Aportes Parafiscales: \$ 108.000 Total Prestaciones: \$ 611.224

OPERARIOS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transformar las materias primas en un producto terminado por medio de un proceso de ensamble.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsables del empaque y estibado de los productos. ✓ Responsables del mantenimiento y adecuado funcionamiento de máquinas y equipos.
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	900.000
Prestaciones	Seguridad social: \$206.424 Prestaciones sociales: \$267.372 Aportes parafiscales: \$81.000 Total prestaciones: \$554.796
DEPARTAMENTO DE VENTAS MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL	
JEFE DE COMERCIO INTERNACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluar la participación en ferias, exposiciones y rondas de negocios.

<p style="text-align: center;">Perfil</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Selección y contratación de agentes comerciales, distribuidores. ✓ Control de toda la cadena de distribución física de la mercancía. ✓ Supervisar y controlar los riesgos de exportación, la financiación, los seguros y la administración de las exportaciones. ✓ Gestionar administrativa y financieramente operaciones de importación y exportación. ✓ Investigar y abrir nuevos mercados.
<p style="text-align: center;">Tipo de contrato</p>	<p style="text-align: center;">Contrato laboral a termino fijo</p>
<p style="text-align: center;">Salario</p>	<p style="text-align: center;">3,000.000</p>
<p style="text-align: center;">Prestaciones</p>	<p style="text-align: center;">Seguridad social: 401.101 Prestación social: 542.310 Aportes parafiscales: 270.000 Total prestaciones: 1,213.470</p>
<p style="text-align: center;">AUXILIARES DE EXPORTACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar con los ejecutivos comerciales, manufactura y Logística sobre embarques de

Perfil	<p>exportación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Preparar documentos de Exportación. ✓ Coordinar con agentes de Aduana, agentes de carga y transportistas. ✓ Gestionar Cobranzas del exterior.
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	1,800.000
Prestaciones	<p>Seguridad social: \$378.396 Prestaciones sociales: \$392.940 Aportes parafiscales: \$162.000 Total prestaciones: \$933.336</p>
JEFE DE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar estrategias de ventas, comunicación incluyendo publicidad y relaciones públicas.

<p style="text-align: center;">Perfil</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar el marketing estratégico (es el que establece la misión, la visión, proyecciones, etc.), y el marketing operativo (establece lo que es conocido como “las 4P” que son el producto, el precio, la plaza, la promoción y todo lo que eso implica). ✓ Identificar nuevas oportunidades de negocio y desarrollar estrategias de atracción de nuevos clientes. ✓ Diseñar y lanzar propuestas para maximizar los objetivos fijados. ✓ supervisan los proyectos y actividades diarias del personal de marketing.
<p style="text-align: center;">Tipo de contrato</p>	<p>Contrato laboral a termino fijo</p>
<p style="text-align: center;">Salario</p>	<p style="text-align: center;">3,000.000</p>
<p style="text-align: center;">Prestaciones</p>	<p>Seguridad social: 401.101 Prestación social: 542.310 Aportes parafiscales: 270.000 Total prestaciones: 1,213.470</p>
<p>PUBLICISTAS (SUBCONTRATADOS)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser estratega, creativo gráfico y visual, el planificador y realizador del marketing, negociador de medios, diseñador de las investigaciones publicitarias y el conductor de la transformación de

Perfil	<p>las propuestas de campañas en piezas finales para su divulgación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar la publicidad de la empresa, regido por los estándares de la misma. ✓ Implementar estrategias que permitan conocer lo que los clientes desean. ✓ Disponer de las herramientas necesarias para garantizar en cualquier instancia, que los procesos se efectuaran de forma segura y eficaz.
Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	1,800.000
Prestaciones	<p>Seguridad social: \$378.396 Prestaciones sociales: \$392.940 Aportes parafiscales: \$162.000 Total prestaciones: \$933.336</p>
PERSONAL VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad para encontrar clientes. ✓ generar y cultivar relaciones con los clientes. ✓ Habilidad para determinar las necesidades y deseos de los clientes. ✓ Habilidad para cerrar la venta. ✓ Brindar servicios post venta.
Perfil	

Tipo de contrato	Contrato laboral a termino fijo
Salario	1,200.000
Prestaciones	Seguridad Social: \$ 252.264 Prestaciones Sociales: \$ 250.960 Aportes Parafiscales: \$ 108.000 Total Prestaciones: \$ 611.224

6.4. Programa de Administración

DIAGRAMA DE GANTT																	
	ACTIVIDADES PREOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACION	CRONOGRMA (SEMANAS)															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17
1	Registro y legalización de la empresa.	■	■														
2	Elaboración plan de negocio.		■														
3	Adquisición de establecimiento.		■														
4	Acondicionamiento del local.		■	■	■												
5	Compra de maquinaria.				■	■											
6	Instalación de					■											

	maquinaria y equipos.																
7	Contacto y selección de proveedores.																
8	Compra de materias primas e insumos.																
9	Compra e instalación de equipos muebles y enseres.																
10	Selección del personal.																
11	Contratación del personal																
12	Jerarquización de funciones.																
13	Capacitación del personal.																
14	Venta de prueba.																

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial

Mantequilla Stick Butter será una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S. Este tipo de sociedad se crea mediante documento privado, incluye: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades. Simplifica trámites, no requieren revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas.

Características

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado.
- Se constituyen por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Es una sociedad de capitales.
- Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.

- Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Agenciamiento aduanero	350.000
formato de declaración de exportación	10.000
Elaboración de la declaración de exportación	20.000
Transmisión siglo xxi	10.000
Declaración jurada	30.000
Determinación de origen	30.000
TOTAL: \$ 450.000	

Diligenciar el formulario de registro y matricula.	Cámara de comercio	0
Pagar el valor de registro y matricula.	Cámara de comercio	0
Escritura pública de la sociedad	Notaria	67.500
Inscribir el Rut (registro único tributario)	Dian	0
Obtención del Nit (número de identificación tributaria).	Dian	0
Registro de industria y comercio.	Secretaria de hacienda de la alcaldía	32.400
Registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad.	Secretaria de hacienda de la alcaldía	0
Requisito fitosanitario	Ica	\$50.800
	TOTAL	\$150.700

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera Del Proyecto

8.1.1. Recursos Propios

NOMBRE	MONTO
Diana Agudelo Henao	8.796.720
Sebastián Maya Ríos	8.796.720
María Camila Viana	8.796.720
TOTAL	\$ 26.290.160

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad Financiera	Bancolombia
Monto Del Préstamo	\$ 664.485.408
Intereses (Efectivo Mensual)	1,50%
Plazo (Meses)	60
Modalidad del préstamo	Cuota Fija

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
		Ventas	Participación del total Ventas
PRODUCTOS	Mantequilla con sal	\$ 120.936.960,0	31,91%
	Mantequilla Light	\$ 161.277.120,0	42,56%
	Mantequilla sin sal	\$ 96.757.920,0	25,53%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$ 378.972.000,0	100,00%

8.2.1.2. Otros ingresos

La empresa no tendrá ningún otro ingreso, diferente al estipulado en la tabla.

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
--	--	--	--

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 187.899.198,0	\$ 0,0	\$ 187.899.198,0
Gastos Preoperativos	\$ 30.712.160,0	\$ 26.290.160,0	\$ 4.422.000,0
Capital de Trabajo	\$ 472.164.210,4	\$ 0,0	\$ 472.164.210,4

Total Requerimientos Financieros	\$ 664.485.408,4
---	-------------------------

8.2.2.2. Costos

✓ Costos variables

Costos Unitarios de la Mantequilla con sal				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Leche	\$ 115,70	0,13	LITRO	\$ 15,04
Sal	\$ 0,25	0,30	GRAMOS	\$ 0,08
Agua	\$ 180,00	0,30	LITROS	\$ 54,00
Liticina de soya	\$ 0,75	0,15	GRAMOS	\$ 0,11
Saborizantes naturales	\$ 7,50	0,15	MILILITROS	\$ 1,13
Colorantes	\$ 0,90	0,17	GRAMOS	\$ 0,15
Empaque	\$ 370,00	1,00	Unidades	\$ 370,00
Distribución	\$ 238,82	1,00	Unidades	\$ 238,82
Embalaje	\$ 3,42	1,00	Unidades	\$ 3,42
Transporte Interno	\$ 12,70	1,00	Unidades	\$ 12,70
Seguro Interno	\$ 6,52	1,00	Unidades	\$ 6,52
Gastos Aduaneros	\$ 36,73	1,00	Unidades	\$ 36,73
Flete Internacional	\$ 33,25	1,00	Unidades	\$ 33,25
Recargos BAF - OTHC	\$ 5,18	1,00	Unidades	\$ 5,18
Doc Fee	\$ 2,05	1,00	Unidades	\$ 2,05
Mounting Fee	\$ 2,02	1,00	Unidades	\$ 2,02
FLS	\$ 0,45	1,00	Unidades	\$ 0,45
Elaboracion BL	\$ 2,70	1,00	Unidades	\$ 2,70
Manejo Exportacion	\$ 2,47	1,00	Unidades	\$ 2,47
AMS	\$ 1,34	1,00	Unidades	\$ 1,34
Servicio Portuario	\$ 1,17	1,00	Unidades	\$ 1,17
Seguro Internacional	\$ 5,95	1,00	Unidades	\$ 5,95
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 795,28

Costos Unitarios de la Mantequilla Light				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Leche	\$ 412,00	0,80	LITRO	\$ 329,60
Sal	\$ 0,25	0,30	GRAMOS	\$ 0,08
Agua	\$ 180,00	0,35	LITROS	\$ 63,00
Liticina de soya	\$ 0,75	0,15	GRAMOS	\$ 0,11
Saborizantes naturales	\$ 7,50	0,15	MILILITROS	\$ 1,13
Colorantes	\$ 0,90	0,17	GRAMOS	\$ 0,15
Empaque	\$ 370,00	1,00	Unidades	\$ 370,00
Distribución	\$ 238,82	1,00	Unidades	\$ 238,82
Embalaje	\$ 3,42	1,00	Unidades	\$ 3,42
Transporte Interno	\$ 12,70	1,00	Unidades	\$ 12,70
Seguro Interno	\$ 6,52	1,00	Unidades	\$ 6,52
Gastos Aduaneros	\$ 36,73	1,00	Unidades	\$ 36,73
Flete Internacional	\$ 33,25	1,00	Unidades	\$ 33,25
Recargos BAF - OTHC	\$ 5,18	1,00	Unidades	\$ 5,18
Doc Fee, mountaing fee y FLS	\$ 4,52	1,00	Unidades	\$ 4,52
Elaboracion BL	\$ 2,70	1,00	Unidades	\$ 2,70
Manejo Exportacion	\$ 2,47	1,00	Unidades	\$ 2,47
AMS	\$ 1,34	1,00	Unidades	\$ 1,34
Servicio Portuario seguro inter.	\$ 7,12	1,00	Unidades	\$ 7,12
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.118,84

Costos Unitarios de la Mantequilla sin sal				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Leche	\$ 412,00	0,80	LITRO	\$ 329,60
Agua	\$ 180,00	0,30	LITROS	\$ 54,00
Liticina de soya	\$ 0,75	0,15	GRAMOS	\$ 0,11
Saborizantes naturales	\$ 7,50	0,15	MILILITROS	\$ 1,13
Colorantes	\$ 0,90	0,17	GRAMOS	\$ 0,15
Empaque	\$ 370,00	1,00	Unidades	\$ 370,00
Distribución	\$ 238,82	1,00	Unidades	\$ 238,82
Embalaje	\$ 3,42	1,00	Unidades	\$ 3,42

Transporte Interno	\$ 12,70	1,00	Unidades	\$ 12,70
Seguro Interno	\$ 6,52	1,00	Unidades	\$ 6,52
Gastos Aduaneros	\$ 36,73	1,00	Unidades	\$ 36,73
Flete Internacional	\$ 33,25	1,00	Unidades	\$ 33,25
Recargos BAF - OTHC	\$ 5,18	1,00	Unidades	\$ 5,18
Doc Fee	\$ 2,05	1,00	Unidades	\$ 2,05
Mounting Fee	\$ 2,02	1,00	Unidades	\$ 2,02
FLS	\$ 0,45	1,00	Unidades	\$ 0,45
Elaboracion BL	\$ 2,70	1,00	Unidades	\$ 2,70
Manejo Exportacion	\$ 2,47	1,00	Unidades	\$ 2,47
AMS	\$ 1,34	1,00	Unidades	\$ 1,34
Servicio Portuario	\$ 1,17	1,00	Unidades	\$ 1,17
Seguro Internacional	\$ 5,95	1,00	Unidades	\$ 5,95
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.109,76

✓ **Costos fijos**

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 9.108.172
Obligaciones Laborales	\$ 6.348.000
Arriendo	\$ 8.401.320
Servicios	\$ 1.701.000
Transporte	\$ 1.600.000
Mantenimiento	\$ 0
Aseo	\$ 201.074
Vigilancia	\$ 4.455.000
Imprevistos	\$ 4.050.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 35.864.566

8.2.2.3. Gastos

✓ Gastos administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 23.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 10.196.136
Gastos de representación	\$ 1.300.000
Papelería	\$ 288.460
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 250.000
Seguros	\$ 0
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 0
Imprevistos	\$ 950.000
Aseo	\$ 38.204
Vigilancia	\$ 1.045.000
Arriendo	\$ 1.970.680
Servicios	\$ 399.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 39.637.480

✓ Gastos distribución y ventas

Costos fijos de comercialización y ventas	
Salarios	\$ 1.200.000
Prestaciones sociales	\$ 392.940
Publicidad y mercadeo	\$ 6.300.000

✓ **Gastos amortización de diferidos**

Total amortización mensual	\$ 511.869,3
-----------------------------------	---------------------

8.2.2.4. Gastos financieros

Periodo (año)	Intereses
1	\$ 112.416.475
2	\$ 94.797.876
3	\$ 73.732.759
4	\$ 48.546.923
5	\$ 18.434.279

8.3. Estados financieros proyectados

8.3.1. Flujo de caja

- Inversionista

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 4.547.664.000	\$ 4.615.582.452	\$ 4.684.515.253	\$ 4.754.477.552	\$ 4.825.484.723
- Costos variables		\$ 1.515.322.987	\$ 1.519.868.956	\$ 1.524.428.563	\$ 1.529.001.849	\$ 1.533.588.854
- Costos fijos		\$ 969.424.584	\$ 972.332.858	\$ 975.249.856	\$ 978.175.606	\$ 981.110.133
Costos fijos de Producción		\$ 445.374.792	\$ 446.710.916	\$ 448.051.049	\$ 449.395.202	\$ 450.743.388
Costos fijos de Administración		\$ 475.649.760	\$ 477.076.709	\$ 478.507.939	\$ 479.943.463	\$ 481.383.294
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 48.400.032	\$ 48.545.232	\$ 48.690.868	\$ 48.836.940	\$ 48.983.451
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995
- Intereses Credito		\$ 101.545.480	\$ 85.630.650	\$ 66.602.590	\$ 43.852.296	\$ 16.651.631
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.916.990.954	\$ 1.993.369.994	\$ 2.073.854.249	\$ 2.159.067.806	\$ 2.249.754.110
- Impuestos	\$ 0	\$ 632.607.015	\$ 657.812.098	\$ 684.371.902	\$ 712.492.376	\$ 742.418.856
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.284.383.939	\$ 1.335.557.896	\$ 1.389.482.347	\$ 1.446.575.430	\$ 1.507.335.254
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 600.227.765	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 474.567.112
Prestamos	\$ 600.227.765					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 477.855.729
Valor de Salvamento						-\$ 3.288.617
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 690.775.568	\$ 82.773.095	\$ 98.692.175	\$ 117.724.497	\$ 140.479.066	\$ 166.250.451
Activos Fijos	\$ 187.899.198					
Pago Credito (Capital)		\$ 81.356.603	\$ 97.271.433	\$ 116.299.492	\$ 139.049.786	\$ 166.250.451
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 30.712.160					
Capital de Trabajo	\$ 472.164.210	\$ 1.416.493	\$ 1.420.742	\$ 1.425.004	\$ 1.429.279	
FLUJO DE CAJA	-\$ 90.547.803	\$ 1.245.990.839	\$ 1.281.245.716	\$ 1.316.137.845	\$ 1.350.476.359	\$ 1.860.031.910

Tasa Interna de Retorno	2963,51%
Valor Presente Neto	- 48.463.270
Tasa Interna de Retorno	1378,89%

- Proyecto

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 4.547.664.000	\$ 4.615.582.452	\$ 4.684.515.253	\$ 4.754.477.552	\$ 4.825.484.723
- Costos variables		\$ 1.515.322.987	\$ 1.519.868.956	\$ 1.524.428.563	\$ 1.529.001.849	\$ 1.533.588.854
- Costos fijos		\$ 969.424.584	\$ 972.332.858	\$ 975.249.856	\$ 978.175.606	\$ 981.110.133
Costos fijos de Producción		\$ 445.374.792	\$ 446.710.916	\$ 448.051.049	\$ 449.395.202	\$ 450.743.388
Costos fijos de Administración		\$ 475.649.760	\$ 477.076.709	\$ 478.507.939	\$ 479.943.463	\$ 481.383.294
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 48.400.032	\$ 48.545.232	\$ 48.690.868	\$ 48.836.940	\$ 48.983.451
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 2.018.536.434	\$ 2.079.000.643	\$ 2.140.456.839	\$ 2.202.920.102	\$ 2.266.405.741
- Impuestos	\$ 0	\$ 666.117.023	\$ 686.070.212	\$ 706.350.757	\$ 726.963.634	\$ 747.913.895
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.352.419.411	\$ 1.392.930.431	\$ 1.434.106.082	\$ 1.475.956.468	\$ 1.518.491.846
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995	\$ 44.379.995
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 474.567.112
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 477.855.729
Valor de Salvamento						-\$ 3.288.617
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 690.775.568	\$ 1.416.493	\$ 1.420.742	\$ 1.425.004	\$ 1.429.279	\$ 0
Activos Fijos	\$ 187.899.198					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 30.712.160					
Capital de Trabajo	\$ 472.164.210	\$ 1.416.493	\$ 1.420.742	\$ 1.425.004	\$ 1.429.279	
FLUJO DE CAJA	-\$ 690.775.568	\$ 1.395.382.913	\$ 1.435.889.684	\$ 1.477.061.073	\$ 1.518.907.184	\$ 2.037.438.954

Tasa Interna de Retorno	2963,51%
Valor Presente Neto	- 643.643.968
Tasa Interna de Retorno	204,53%

8.3.2. Estado de pérdidas y ganancias

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
+ Ingresos por venta		\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000
- Costos variables		\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916
- Costos fijos	\$ 0	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382
Costos fijos de Producción		\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566
Costos fijos de Administración		\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 9.967.281	\$ 9.863.687	\$ 9.758.539	\$ 9.651.813	\$ 9.543.487	\$ 9.433.536
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 158.244.088	\$ 158.347.683	\$ 158.452.831	\$ 158.559.556	\$ 158.667.882	\$ 158.777.833
- Impuestos	\$ 0	\$ 52.220.549	\$ 52.254.735	\$ 52.289.434	\$ 52.324.653	\$ 52.360.401	\$ 52.396.685
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 106.023.539	\$ 106.092.947	\$ 106.163.397	\$ 106.234.903	\$ 106.307.481	\$ 106.381.148
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 664.485.408	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 664.485.408						
Recuperación Capital de trabajo							
Valor de Salvamento							
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 690.775.568	\$ 6.906.281	\$ 7.009.875	\$ 7.115.023	\$ 7.221.749	\$ 7.330.075	\$ 7.440.026
Activos Fijos	\$ 187.899.198						
Pago Credito (Capital)		\$ 6.906.281	\$ 7.009.875	\$ 7.115.023	\$ 7.221.749	\$ 7.330.075	\$ 7.440.026
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 30.712.160						
Capital de Trabajo	\$ 472.164.210						
FLUJO DE CAJA	-\$ 26.290.160	\$ 102.815.591	\$ 102.781.405	\$ 102.746.706	\$ 102.711.487	\$ 102.675.739	\$ 102.639.455

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000	\$ 378.972.000
\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916	\$ 126.276.916
\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382	\$ 80.785.382
\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566	\$ 37.114.566
\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480	\$ 39.637.480
\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336	\$ 4.033.336
\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333
\$ 9.321.936	\$ 9.208.661	\$ 9.093.688	\$ 8.976.990	\$ 8.858.541	\$ 8.738.316
\$ 158.889.434	\$ 159.002.708	\$ 159.117.682	\$ 159.234.380	\$ 159.352.828	\$ 159.473.054
\$ 52.433.513	\$ 52.470.894	\$ 52.508.835	\$ 52.547.345	\$ 52.586.433	\$ 52.626.108
\$ 106.455.921	\$ 106.531.814	\$ 106.608.847	\$ 106.687.034	\$ 106.766.395	\$ 106.846.946
\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333	\$ 3.698.333
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 646.395.573
					\$ 472.164.210
					\$ 174.231.363
\$ 7.551.626	\$ 7.664.901	\$ 7.779.874	\$ 7.896.572	\$ 8.015.021	\$ 8.135.246
\$ 7.551.626	\$ 7.664.901	\$ 7.779.874	\$ 7.896.572	\$ 8.015.021	\$ 8.135.246
\$ 102.602.627	\$ 102.565.247	\$ 102.527.305	\$ 102.488.795	\$ 102.449.707	\$ 748.805.606

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. valor presente neto

Tasa Interna de Retorno	33,00%
Valor Presente Neto	295.930.016

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	115,04%
-------------------------	---------

8.4.3. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-15,00%
Tasa de Retorno	33,00%
Valor Presente Neto	- 375.422.662
Tasa Interna de Retorno	13,49%

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Retorno	33,00%
Valor Presente Neto	- 402.893.654
Tasa Interna de Retorno	12,92%

8.4.5 CONSIDERACIONES FINALES

Según los aspectos técnicos se puede concluir que:

Esta es una idea de negocio novedosa y llamativa, además aportaría y ayudaría a dar solución a los consumidores en su día a día en el consumo de la mantequilla. Desde la óptica del estudio técnico y la producción de la mantequilla, el negocio se torna positivo ya que no se requiere de grandes sumas de dinero a invertir, a comparación con otras empresas, para realizar las labores de producción y capacitar el personal tampoco sería costoso ni difícil ya que hay en medio empresas con trayectoria en el mercado que podrían ayudar. En cuanto a la administración, este no necesita esfuerzos diferentes a los que cualquier otra empresa necesita a excepción de las de exportación del producto.

Los insumos que se necesitan para la producción de la mantequilla, principalmente la leche, abunda en el país y tiende a bajar los precios.

En el estudio de mercado se hizo un estudio amplio en cual Perú fue el país elegido por sus características beneficiosas de la situación económica actual que es bastante favorable y la aceptación de productos de este tipo es buena y en donde también se estableció que la forma de distribución de los productos es de una forma indirecta a través de los más relevantes distribuidores mayoristas del país.

En el estudio administrativo se estima que por ser un proyecto implementado a una empresa que apenas se va a conformar el personal requerido es de 19 personas para poner en marcha y evolución la presente investigación.

Según el estudio financiero, arrojo que la rentabilidad del sector de este proyecto se halla en un 3,5%, conforme con los estudios financieros realizados, este proyecto tendría una tasa de retorno positiva de un 115,04% y un valor presente neto de \$235.549.475 asegurando que la perspectiva que se tiene de una gran organización y negocio alcanzaría los objetivos propuestos.

La sensibilidad que presenta el proyecto con respecto al precio y las ventas es del -15% y -10% respectivamente notándose evidentemente que nuestro proyecto es viable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- <http://consumoymercadeo.blogspot.com/2011/03/margarinas-de-mesa-y-cocina-sebastian.html>
- <http://www.factorinero.com/de-interes/102-informe-sectorial-aceites-y-grasas.html>
- <https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/DDE/Oleaginosas.pdf>
- <http://economia-peruana.blogspot.com/2013/05/primer-trimestre-economia-peruana.html>
- <http://desarrolloperuano.blogspot.com/search/label/COMERCIO%20EXTERIOR>
- www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf
- <http://elcomercio.pe/economia/economia>
- <http://www.perulactea.com/2011/08/24/mercado-lacteo-peruano-crecio-8-en-el-primer-semester/>
- http://www.infolactea.com/p_informacion.php

Anexos



Consultas de Homonimia

Instrucciones para realizar las consultas

(Ocultar Detalles...)

- ④ Se deben realizar las consultas del nombre de diferentes formas, ya que pueden existir nombres que fonéticamente suenan iguales, pero se escriben en forma diferente, ej: Soni, sony, Zoni; casa, Kasa.
- ④ Consulte los nombres compuestos, por ej: casaestrella y casa estrella, para asegurarse de que no exista una empresa con un nombre muy similar a otra.
- ④ Digite las palabras que el nombre va a contener, tener en cuenta que entre más cantidad de palabras escriba, más rápida será la búsqueda. Por ej: si desea consultar el nombre "Granero Central", puede obtener la búsqueda digitando solamente la palabra granero; pero para hacerla más breve puede utilizar la otra palabra que existe dentro del nombre, así: "Granero Central".
- ④ Ejecute la búsqueda del nombre tanto en plural como en singular, por ej: horizontes y horizonte. Con tilde y sin tilde, por ejemplo: tecnologico y tecnológico
- ④ En los resultados de la búsqueda, los registros que aparecen en color rojo corresponden a matrículas mercantiles o proponentes cancelados o inactivos, por favor verificar en el detalle de la información y si existen inquietudes comunicarse con la Cámara de Comercio respectiva.

Consulta por nombre



STICK BUTTER

Consultar

Consulta por palabra clave



STICK BUTTER S.A

Consultar

La consulta no ha devuelto resultados