



PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE CHOCOLATES RELLENOS DE CAMELO CON SABOR A FRUTAS TROPICALES

World Chocolate

MEDELLÍN - ANTIOQUIA

4 DE DICIEMBRE DEL 2013



Plan de Negocios

**PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE CHOCOLATES RELLENOS DE CARAMELO CON SABOR A FRUTAS
TROPICALES**



World Chocolate

MEDELLÍN - ANTIOQUIA

4 DE DICIEMBRE DEL 2013



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

NOMBRE DEL PROYECTO

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor

- 4.5.1. Competidores
- 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

6.1.2. Procesos administrativos externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

6.2.2. Descripción funcional de la Organización

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

6.3.4. Requerimientos de servicios.

6.3.5. Requerimientos de personal

6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

8.2.2.2. Costos

8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4. Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

- 8.3.1. Flujo de Caja
- 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
- 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Resumen Ejecutivo

Se realiza el presente proyecto de grados con el fin de aprobar el último ciclo de la tecnología de comercio exterior en la universidad esumer y se decide por La exportación de chocolates ya que se ha incrementado notoriamente en Colombia, a pesar de que hay países que fabrican este producto con una alta calidad, se decide exportarlo pero con el valor agregado de los sabores artificiales de frutas tropicales hacia el mercado Santiago de Chile ciudad que ha cogido un gran apogeo por el desarrollo de su economía, infraestructura y muchos factores más que influyen para darle el aspecto de mejora a los países lo cual favorece para la inversión en este.

La necesidad del mercado que se quiere atender es brindar la innovación de un producto que es de gran consumo pero con la mezcla de las frutas cítricas, además de captar el mercado de las mujeres chilenas las cuales forman parte de la población en un 52%, con una producción de 50.000 unidades al mes contando con un incremento de ventas anuales del 10%, creando publicidad con la ayuda de correos electrónico, voz a voz, muestras gratis para dar a conocer la empresa, el producto y dicha calidad con la que se cuenta, este producto se va a vender a las empresas distribuidoras chilenas por un valor unitario de 800 pesos, para la elaboración de los productos no se cuentan con recursos propios lo cual se recurre a un préstamo financiero.

Es de suma importancia elaborar un estudio de mercado para saber el comportamiento del nicho al que se va a dirigir por otro lado un estudio financiero con el fin de saber si es viable o no dicho proyecto teniendo como base los ingresos y egresos que se generaran a la hora de producir los productos y así calcular la utilidad que se obtendrá de dichos pedidos y saber si esta subsanara dicho préstamo.



1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos			
Identificación:	Estephani Mejía	Teléfono 5135963	Celular: 3154807356
Dirección:	Carrera 13 # 21 – 12		Barrio: Campo valdes
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Chestea31@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:			

Nombre y Apellidos			
Identificación:	José Daniel Domínguez	Teléfono 2888655	Celular: 3042370101
Dirección:	Carrera 49 # 89 – 59		Barrio: Campo Valdés
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Jo-dan-ce@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:			

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este plan de negocios se hace con el fin de, conseguir los requerimientos necesarios para la culminación del proceso educativo, generando nuevas competencias y conocimientos que contribuirá en nuestro proceso de formación como profesionales y estudiantes, en el corto y largo plazo.

Otro de nuestro propósito es plasmar nuestro plan de negocios de manera real, para generar nuestros propios empleos, y seguir nuestra carrera profesional con este perfil.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

world chocolate



3.2 Descripción de la Empresa

La empresa world chocolate S.A.S se dedicara a la fabricación y exportación, de chocolates rellenos de caramelo con sabor a frutas tropicales, ubicada en la ciudad de Medellín, clasificada como pequeña empresa comercial, con un sector económico dirigido a los alimentos y está ubicada en el subsector de los dulces.

La meta que nos proponemos es tener productos de excelente calidad con mejora continua, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, además contar con procesos tecnológicos para obtener bajos costos y de esta manera brindar un precio más bajo en el producto final para generar fácil acceso al producto.

Misión de la Empresa

Posicionar nuestra marca en el mercado tanto nacional como internacional, en específico la ciudad de Santiago de Chile; generando una imagen alta en calidad con estándares de innovación y capacitación del personal de la empresa, además escuchar las necesidades de los clientes para la satisfacción de estos.

Para lograrlo se realizarán mejoras en cada uno de los procesos productivos con la ayuda del sistema PHVA (producir, hacer, verificar y actuar)

3.3 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Crear procesos productivos con los cuales la empresa pueda reducir costos en corto tiempo, y de esta manera pueda ser auto sostenible. (a corto plazo)
- Subsistir en nuestro nicho de mercado por un buen tiempo el cual sea suficiente mientras el producto se posiciona de manera exitosa en dicho mercado. (mediano plazo)
- Ser una marca reconocida por su alta calidad con el fin de tener una buena participación en mercados nacionales e internacionales (Medellín y Santiago de Chile). (largo plazo)

3.4 Ventajas Competitivas

Las ventajas competitivas de nuestro sector son las siguientes:

- Las materias primas e insumos para producir nuestro producto, se puede obtener fácilmente gracias a sus bajos costos.
- Gracias a los acuerdo comerciales que se obtuvieron en los últimos años, se puede tener más acceso a las materias primas del exterior con beneficios tributarios además de la inclusión del plan Vallejo a nuestro proceso exportador
- Nuestro producto puede obtener varios diseños, formas, tamaño y colores, gracias a su fácil proceso de transformación lo cual nos permite salir de lo cotidiano para obtener mayor valor agregado, además hay variedad en las unidades para satisfacer la necesidad que requiera el cliente

3.5 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La presente idea de negocios se efectúa gracias a las necesidades de los consumidores frente a la variedad de eventos que se presentan durante el año, queriendo abastecer dichos eventos generando satisfacción a la hora de distribuir dicho producto. Además, fomentar la idea de que también son de consumo cotidiano, gracias al agradable y suave sabor al paladar.

3.6 Relación de productos y/o servicios

El presente plan de negocios no va enfocado al sector servicio, pero se puede llegar a una relación gracias a la variedad de productos que se ofrecerán ya que serán capaces de satisfacer las necesidades del mercado como lo es, el de una fecha especial.

3.7 Justificación del Negocio

El presente plan de trabajo se hace gracias al impulso que brinda la universidad esumer y mas con el apoyo que se recibe de los profesores miembros de esta, encargados de dicha área pues el principal motivo surge debido a la necesidad de generar nuestros propios ingresos, utilidades gracias a la inversión que se haga, hoy en día son muchos los jóvenes los que nos graduamos con un deseo arduo de empezar en el medio laboral pero por falta de experiencias laborales se nos frenan estas ganas, sin dejar pasar por alto el desempleo que parece una montaña rusa, he aquí donde surge ese espíritu de emprendedores creando nuestro propio proyecto lo más real posible generando empleo y aportando el granito para el crecimiento económico colombiano resaltando el sector al cual pertenecemos

No todo es color de rosa y mas en el comercio donde depende de muchas variables y/o factores es por esto que se le da la solución con una logística lo mas perfecto posible que quede muy bien planeada paso por paso desde antes de iniciar los procesos hasta culminarlos para generar esa confianza y brindar esa satisfacción en el mercado al mercado chileno

3.8 Análisis del entorno y del sector

Análisis del entorno

en cuanto a la distribución de nuestro producto es posible que se vea afectado por desacuerdo políticos, protestas y demás inconvenientes situados entre dichos mercados, pero en este caso los anteriores factores no aplica ya que en este momento el actual presidente (Miguel Juan Sebastián Piñera Echenique) es serio a la hora de tomar decisiones y llegar a un acuerdo en caso de diferencias políticas con Colombia

Por otro lado nuestro producto al pertenecer al sector de alimentos, el entorno social, ecológico, tampoco lo van a afectar; frente mientras que en lo económico se van a presentar casos en los que ciertos consumidores no van a tener el poder adquisitivos sobre nuestro producto, es por esto que se hizo de manera detallada nuestra inteligencia de mercado y la escogencia de nuestro mercado meta.

Mientras que el entorno social nos da un punto a favor ya que nuestro producto es consumido por personas de muy poca edad hasta los mayores de edad.

A continuación se cita una información más detallada del entorno:

Desempleo: (entorno)

En julio, el desempleo en todo el país fue de 9,9 por ciento, el más bajo para ese periodo en los últimos 12 años, un punto menos que el registrado un año atrás. Con 194.000 desempleados menos, en julio 2,3 millones de trabajadores estaban en esa condición, al tiempo que la ocupación fue de 21 millones de personas, 516.000 más que en el mismo mes del año pasado.

Inflación: Entre tanto, en los últimos 12 meses (junio de 2012 a mayo

pasado), el IPC presentó una variación de 2 por ciento, una de las cifras más bajas de la década. En junio del año pasado, la inflación fue de 0,08 por ciento, lo que indica que en el mismo mes de este año podría estar incluso por debajo de cero, es decir, un descenso generalizado de precios.

PRODUCTO INTERNO BRUTO:

PRODUCTO INTERNO BRUTO TOTAL Y POR HABITANTE						
(A precios constantes de 2005)						
Fin de:	Total			Por habitante		
	Miles de Millones de pesos	Variación anual %	Millones de dólares de 2005	Pesos	Variación anual %	Dólares de 2005
2000	284.761	-	122.701	7.066.808	-	3.045
2001	289.539	1,68	124.760	7.094.190	0,39	3.057
2002	296.789	2,50	127.884	7.181.162	1,23	3.094
2003	308.418	3,92	132.895	7.369.789	2,63	3.176
2004	324.866	5,33	139.982	7.667.632	4,04	3.304
2005	340.156	4,71	146.570	7.931.153	3,44	3.417
2006	362.938	6,70	156.387	8.361.479	5,43	3.603
2007	387.983	6,90	167.179	8.832.464	5,63	3.806
2008	401.744	3,55	173.108	9.037.877	2,33	3.894
2009	408.379	1,65	175.967	9.079.360	0,46	3.912
2010	424.599	3,97	182.956	9.329.881	2,76	4.020
2011 (p)	452.815	6,65	195.114	9.834.269	5,41	4.238
2012 (p)	470.755	3,96	202.844	10.105.981	2,76	4.355

Nivel de educación:

Tasa (%) de alfabetización de adultos (15+), total. Corresponde al porcentaje de la

población mayor de 15 años que es capaz de leer y escribir, con entendimiento, una proposición simple y breve sobre su vida diaria. En general, el término “alfabetización” incluye también habilidades aritméticas, es decir, la capacidad de hacer cálculos matemáticos sencillos.

De esta manera se llega a la conclusión que hay variables que pueden afectar la comercialización de nuestro producto como otros por el contrario dan un punto a favor, es aquí un paso adelante para saber qué solución se da en caso de presentarse un inconveniente y que dicho mercado ofrece una gran acogida al presente producto.

Análisis del sector:

Nuestro producto en dicho sector ha sido favorecido ya que nuestros competidores tienen buenos estándares de calidad, pero a la hora de conseguir las materias primas son más costosas que las nuestras ya que no tienen tantos acuerdos comerciales con diferentes países como nosotros, además no tienen acceso a los dos mares por lo tanto tienen una desventaja de comunicación y de ubicación ya que Colombia se encuentra ubicada en un lugar favorable para los diferentes medios de distribución. Cabe anotar que nuestro producto tiene una gran demanda en dicho mercado además de la variedad de competidores, a lo cual se le saca provecho ya que no hay una distribución de dulces de chocolates que contengan nuestras características y variedad lo cual nos permite adquirir gran parte de dicho mercado y ser grandes competidores

3.9 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para iniciar de una manera exitosa con el presente proyecto se requiere de ciertos conocimientos siguiendo los parámetros exigidos en ambos mercados para lograr ser eficaces y eficientes pero no solo la experiencia es lo que se requiere ya que es de suma importancia la responsabilidad, los empleados miembros de la empresa deben estar actualizados con la ayuda de capacitaciones que le brinde la empresa con el fin de brindar ideas oportunas en beneficio puesto que lo primordial es lograr la fidelización

de los clientes de nuestro mercado meta pero con calidad.

En cuanto a lo tecnológico se debe estar lo más actualizado posible ya que gracias a esto se obtienen variedad de herramientas que nos permite tanto en la innovación del producto como en la elaboración de sistemas para tener todo mas controlado



Cabe considerar que el personal miembro de la empresa este bien distribuido cada uno al área al que pertenezca con el fin de llegar a fracasar en un futuro

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- Crear un convenio comercial con 4 distribuidoras mayoristas en un lapso de 6 meses con el fin de vender al por mayor a grandes supermercados, que se encarguen de distribuir dicho producto al consumidor final generando un notorio aumento en las ventas.
- Al evaluar que se cumplió exitosamente el primer objetivo se continua con segundo que es el de Ubicar al año en el mercado meta 3 puntos de ventas, en lugares estratégicos para lograr ser identificados por los consumidores finales, tener contacto directo con estos y así escuchar sus necesidades.
- Planear en 2 años ser reconocidos en nuevos mercados para obtener un aumento notorio en las exportaciones, ademas de impulsar mas la economía colombiana

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

IMAGEN	BENEFICIOS	DESCRIPCION	RECOMENDACIÓN
 chocopop	<ul style="list-style-type: none"> ➤ (serotonina) produce felicidad. ➤ (Anandamina) producen placer y lucidez mental ➤ (potasio, fósforo y magnesio) mejorar el estado de ánimo femenino. ➤ hierro, calcio, zinc, cobre y cromo. Y vitaminas E, B1 y B2. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Deliciosos confites de chocolate negro rellenos con un caramelo que contienen sabores a frutas tropicales como Piña, coco, maracuyá, carambola, fresa y mora ➤ Contiene: cacao, Leche, yema de huevo, Sabores artificiales, azucares. ➤ Empacados en cajas de 12 unidades 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fijarse en las fechas de vencimiento ➤ El ambiente: En Un lugar fresco. ➤ Después de destapado consumírsele en el menor tiempo posible
 fruchop			

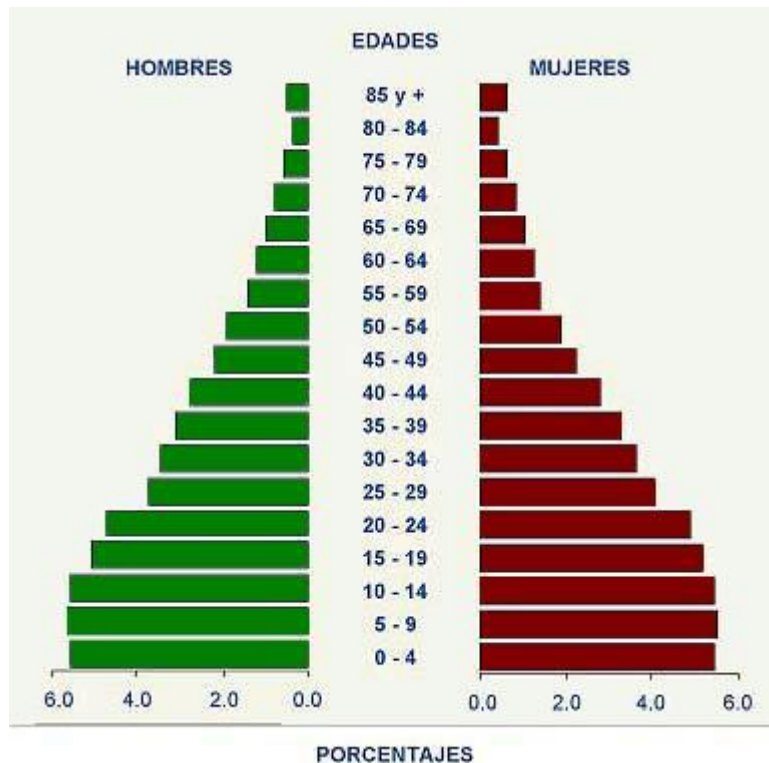
El presente portafolio incluye todos los productos del actual proyecto, son : chocopop Fruchop y a medida que vayan siendo aceptado en el mercado, se irán implementando nuevos productos en el portafolio.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

El mercado meta de nuestro proyecto está ubicado en Santiago de Chile, ciudad en la que el mercado es de gran movimiento económico además por ser capital se facilita los medios de transporte y la entrega oportuna de los pedidos.

En esta grafica se puede observar la división de edades de la población chilena



Nuestro producto va enfocado a las mujeres chilenas con un nivel socio-económico medio las cuales forman parte del 50.6% dentro de dicha población.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

a) para escoger a nuestros futuros clientes tomamos en cuenta cada una de las variables en las cuales podría posiblemente afectar tanto positiva o negativamente, la comercialización de nuestro producto, los aspectos fundamentales en los cuales se basó en escogencia de nuestro mercado meta son los siguientes:

- Es uno de los principales consumidores de chocolates en Latinoamérica, lo cual hace que sea un mercado atractivo para la comercialización de este producto.
- Los chilenos tienen alta calidad de vida lo cual permite que tenga mayor poder

adquisitivo sobre el producto.

- Los mercados emergentes han crecido de gran manera en los últimos años, por lo tanto hace que el país de Chile tenga un crecimiento económico lo cual favorece a nuestro sector

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Se hizo una encuesta con el fin de conocer la preferencia de nuestro producto en el mercado meta de la cual se obtuvo el siguiente resultado:

Número de personas encuestadas: 100 personas

c) Aplicación de la Medios

la anterior encuesta se realizó a hombres y mujeres con hijos entre los 5 y 14 años de edad ya que son personas más conscientes, esta encuesta se hizo con una base de datos a través de correos electrónicos durante el último mes

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Chile es el Segundo país mayor consumidor de chocolate en latino América con 2,8 kilos per cápita superado por Argentina y el tipo de consumidor de este producto va a ser distribuido por medio de terceros con precios bajos en base a los de la competencia y teniendo presente la inversión que se hace para la mejora continua de la calidad del producto para generar más confiabilidad en los clientes a la hora de adquirirlo.

Población actual: 17.619.849

Población femenina actual: 8.908.587 (50.6%)

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Tabla de proveedores

Materia prima (products)	Proveedor	Ubicación	Precio
Cacao	Xi'an Rongsheng Biotechnology Co., Ltd.	china	1000 usd por ton fob
Cacao	Redeemed Agricultural Suppliers	Costa de marfil	2500 usd por ton fob
Manteca de cacao	Qingdao Lambert Holdings Co., Ltd.	Shang hái	1300 usd por tonelada fob

a leguas se nota la gran diferencia en el precio de costa de marfil frente a los otros proveedores a pesar de que esta en la lista de uno de los grandes productores del cacao, pero hay algo la confiabilidad en china hay muchas empresas ficticias, en este caso toca investigar muy bien la empresa en el país de donde se vaya a importar

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

De los futuros proveedores se quiere conocer ciertos datos primordiales que aportan un grano para el éxito de nuestro proyecto como:

- el tiempo de entrega+

- nivel de calidad
- confiabilidad
- precios

en los punto mas adelante se van dando la información de cada uno de los ítems anteriores

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

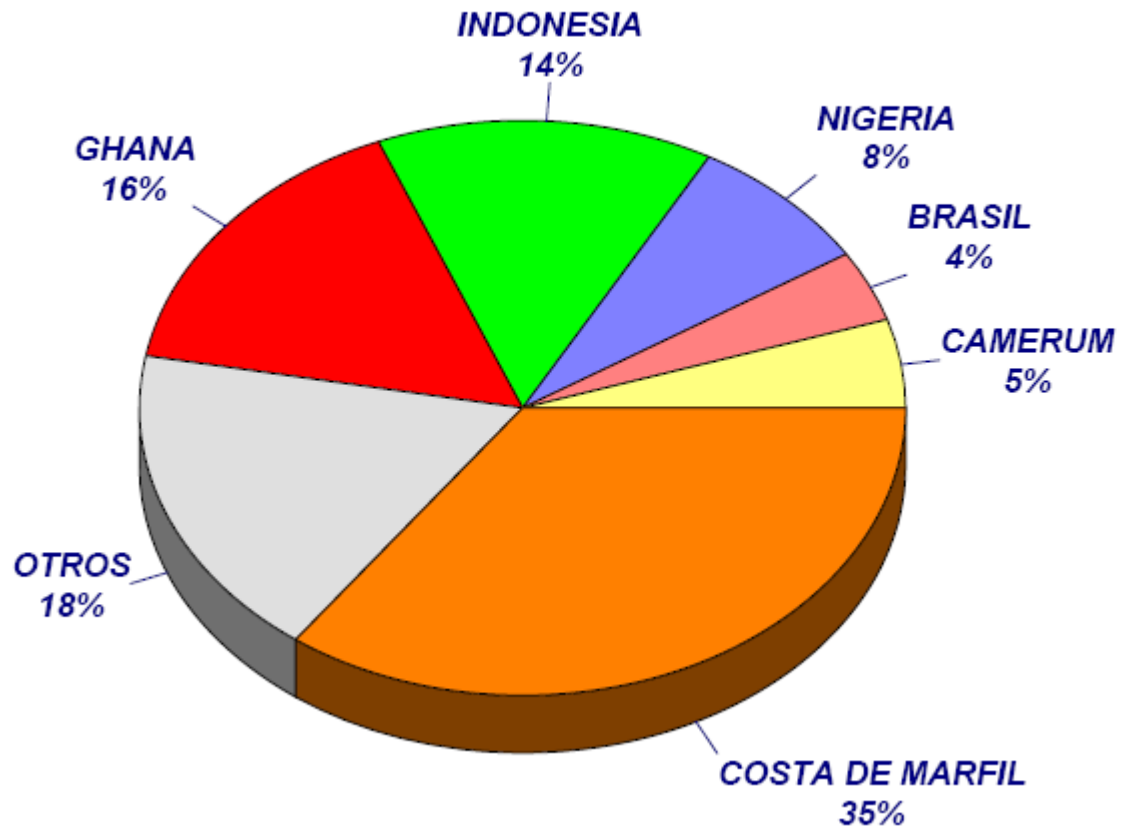
El estudio de los proveedores se realizo atravez de investigaciones con la ayuda del internet

c) Aplicación de la Medios

El debido estudio de los proveedores se dio atravez de ciertos datos que pesentn empresas muy serias con dichos datos como lo son la Andy, el dane atravez de PDF

d) Resultados del estudio de los proveedores

PRINCIPALES PRODUCTORES DE CACAO



Según la torta se considera acosta de marfil como un pais gran productor de cacao con una participación del 35%

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

CAROZZI (Costa y Ambrosoli),

NESTLE

DOS EN UNO (Arcor)

·CALAF

·las anteriores son empresas con muy alto poder en el mercado debido a sus movimientos económicos en dicho lugar y los productos que manejan son Barras: - Chocolate Puro, Con relleno, Seasonal, bombones, Granjeados.

Los bañados es un producto con un baño de chocolate como el caso de la conocida “Negrita” y Seasonal son chocolates que se producen en ciertos periodos del año, como Pascua de Resurrección, Halloween y Navidad.

A continuación se presenta la grafica del consumo del chocolate en Chile



4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Los grandes competidores en Chile son empresas industriales que hacen alianzas por un determinado tiempo entre ellas mismas, para luego independizarse de nuevo y competir entre ellas para ver quien se posiciona más en el mercado, las cuales hacen negocios con mayoristas, puntos de ventas.

Con puntos de distribución determinados así:

“Supermercados: esto se refiere a los supermercados tales como Lider, Unimarc entre otros, incluyendo además canales de distribución como Autoservicios y Automarkets

- Tradicionales: aquí se incluyen a los almacenes tradicionales de los diferentes Barrios o zonas del país y los kioscos.
- Consumo local: aquí se incluyen los establecimientos de Consumo Local como Restaurantes y Fuentes de Soda.”

Nestle es una multinacional que no se enfoca mucho en la publicidad, pues igual la publicidad de esta empresa está enfocada en sorteos por la compra de sus productos pero que salgan premiados lo que producen son chocolates de consumo masivo y están dirigidos a un nivel socioeconómico bajo a medio-alto, abarcando todos los segmentos con diferentes marcas y productos con diferentes funciones

- Volumen de ventas: 10.671 toneladas anuales de chocolate aproximadamente.
- El precio promedio por kilo de chocolate es \$2300. El rango de precio de los Productos va desde \$100 hasta \$5.500 (cajas de bombones 530 grs.). El tipo de chocolate usado en la fabricación de los diferentes tipos de producto influye directamente en el precio final de este.
- La distribución se focaliza en supermercados, mayoristas, distribuidores y canal tradicional (pequeños locales, tiendas de bombas bencineras, kioscos, carros

ambulantes)

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Los datos de este punto presentado salen de un documento en PDF manejado por la Andy

c) Aplicación de la Medios

El estudio de la competencia se le realizo a Nestlé por medio de un documento en PDF (Andy)

d) Resultados del Estudio de la Competencia

La participación de Nestlé en el mercado chileno en volumen de ventas es del 33% y en el valor de ventas es del 28% maneja productos como “Sahne Nuss, Trencito, Negrita, Súper 8, Tabletas Nestlé, Bombones Caja, Roja, Especialidades Nestlé, After Eight, Prestigio, Capri. Además hay ciertos chocolates de producción estacional como los huevitos de pascua”

Su volumen de ventas es de: 6.790 toneladas anuales de chocolate aproximadamente El precio promedio por kilo de chocolate es de \$2.500. El rango de precios de los Diferentes productos va desde \$100 a \$1800.

Una de sus grandes ventajas es la gran inversión que hacen en publicidad el 9% de las ventas va destinado a marketing. Utilizan canales de promoción masivos para abarcar la totalidad de su mercado objetivo, televisión, medios de radio, prensa, además hacen publicidad por Internet, cuentan con página web propia y hacen publicidad en la vía pública. Otra forma de marketing que ocupan es a través de trade – marketing orientado a que la decisión de compra de los consumidores se incline hacia ellos

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución de nuestro producto es directa va hacia el consumidor de una forma que impacte exitosamente y eso se lograra con mucha publicidad, ya que al lanzar un producto nuevo al mercado se corren muchos riesgos como el de llegar a ser señalados como un producto de mala calidad o de buena ya son riesgos que se corren y a los que hay que atreverse lo importante es arriesgarse e insistir hasta que llegue a ser bien recibido y empiece a tener buena participación en el mercado pero irse despacio pero con paso firme para no ser devorado por las grandes empresas

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

No es aplicable la distribución de nuestro producto atravez de terceros

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

la distribución de nuestro producto a través de terceros No es aplicable

c) Aplicación de la Medios

N/A

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

N/A

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

La distribución de dicho producto se hará atravez de un puesto de ventas pues los integrantes de este proyecto conocen las bondades del chocolate y seria mas beneficioso para los consumidores aparte de que esto generaría confiabilidad en la

empresa

b) Fuerza de ventas

Por el momento no existe un personal mas capacitado que los miembros del proyecto conocedores de este desde el comienzo hasta el final pues esto seria muy provechos pues no habrían gastos de viajes ni salarios ya que se iniciaría desde aquí en el mismo mercado nacional para darse a conocer la marca

4.6.4 Manejo de Inventarios

La política de inventarios de nuestros productos dependerá de su demanda, ya que en ciertas épocas del año se aumentara nuestro nivel de producción hasta un make to stock, es decir hasta nuestro nivel máximo de inventario, en especial ciertas épocas del año; tales como: san Valentín, Halloween y la navidad. De igual manera este nivel de inventario puede bajar hasta lo mínimo obteniendo la empresa un stock de seguridad, como se mencionó anteriormente el nivel de inventario subirá o bajara según el comportamiento del mercado chileno. La clasificación de nuestro producto dentro del inventario dependerá de:

- su valor comercial
- la importancia en el proceso productivo
- fuentes de suministro (proveedores)
- la rotación

Esto hará que el manejo de inventarios sea más eficaz y eficiente.

4.6.5 Comunicación

Los nombres asignados para cada producto surgieron desde su misma composición. Los empaques de nuestro producto tendrán colores alusivos al chocolate, tanto el producto como la empresa tendrán en su presentación colores como el amarillo, platinado y verde.

Productos:

- Choco pop



- Fru chop



4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Para la distribución de nuestro producto se hará contactos con comercializadoras mayoristas en Chile; la promoción de nuestro producto se dará por medios de radio, televisión, redes sociales y voz a voz, se tendrán que cada uno de los costos de publicidad de nuestros productos va por cuenta de nuestra empresa con un valor de \$3.500.000. También dará nuestro a través de exposiciones internacionales que se harán en la ciudad de Chile.

4.7 Precios de los Productos

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

Para la determinación de nuestro precio, los factores que influyen en la fabricación de chocolates rellenos de caramelo con sabor a frutas tropicales son:

- Mano de obra
- insumos
- Precios de la competencia en el país del mercado meta
- Gastos publicitarios
- Costos de distribución nacionales

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Producto fruchop

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
azucar	\$ 1.300,00	0,04	kilogramo s	\$ 52,00
saborizantes	\$ 500,00	0,08	gramos	\$ 40,00
leche en polvo	\$ 3.000,00	0,014	kilogramo s	\$ 42,00
masa de cacao	\$ 2.350,00	0,003	kilogramo s	\$ 7,05
aceite de palma	\$ 3.300,00	0,0005	litro	\$ 1,65
cacao en polvo	\$ 3.450,00	0,01	kilogramo s	\$ 34,50
caramelo saborizado	\$ 8.700,00	0,03	litro	261
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 438,20

Producto: chocopop

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
azucar	\$ 1.300,00	0,04	kilogramos	\$ 52,00
saborizantes	\$ 500,00	0,08	gramos	\$ 40,00
leche en polvo	\$ 3.000,00	0,014	kilogramos	\$ 42,00
masa de cacao	\$ 2.350,00	0,003	kilogramos	\$ 7,05
aceite de palma	\$ 3.300,00	0,0005	litro	\$ 1,65
cacao en polvo	\$ 3.450,00	0,01	kilogramos	\$ 34,50
caramelo saborizado	\$ 8.700,00	0,03	litro	\$ 261,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 438,20

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos a los distribuidores

Producto	Precio
Fru chop	\$800

Chocopop

\$800

4.7.4 Política de Precios

Ingreso el Número de días que necesita cubrir sus **COSTOS VARIABLES** y **FIJOS**

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	90	\$ 131,460,000
Costos Fijos de Producción	90	\$ 93,560,248
Costos Fijos de Administración	90	\$ 52,876,864
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	90	\$ 10,500,000

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

La inversión será sobre la publicidad y mercadeo

Concepto	PRECIO
Publicidad por medios televisivos	\$1.500.000
Publicidad por medios radiales	\$500.000
Vallas publicitarias	500.000
Participación en exposiciones internacionales	\$1.000.000
total	\$3.500.000

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

F.O	F.A
Los clientes antiguos y los clientes nuevos	Mejora continua ante el mercado (competencia)
D.O	D.A
El cambio de la moneda	La competencia

4.10 Plan de ventas

Producción anual 50.000 unidades

Precio x u \$800

Incremento de ventas anual 10%

Plan de ventas: para la proyección de venta se tiene en cuenta la producción máxima mensual que se propuso en el punto 5.4 (plan de producción) como punto de partida. Además, no se conoce como va hacer la aceptación de dicho producto y los grandes competidores que hay en el mercado como se van hacer lazos con una comercializadora se proyectan las ventas mes a mes de lo que se pretende vender en unidades teniendo una meta de crecimiento sobre las ventas del 10% anualmente.

MES	Producto y proyección en ventas por unidades	
	\$800	\$800
ENERO	50.000	50.000
FEBRERO	50.000	50.000
MARZO	50.000	50.000
ABRIL	50.000	50.000
MAYO	50.000	50.000
JUNIO	50.000	50.000
JULIO	50.000	50.000
AGOSTO	50.000	50.000
SEPTIEMBRE	50.000	50.000
OCTUBRE	50.000	50.000
NOVIEMBRE	50.000	50.000
DICIEMBRE	50.000	50.000



5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- Hacer cada uno de nuestros productos de manera eficiente, con unos grandes estándares de calidad y de productividad.
- Cumplir con cada uno de los cotos requeridos dentro del proceso productivo, es decir que los costos no se salgan de los presupuestos acordados.
- Entregar los producto a la hora y en el lugar determinado bien se sea en bodega o en lugares acordados fuera de la empresa
- Utilizar de manera eficiente todos los recursos humanos y tecnológicos para una mayor eficacia a la hora de hacer cada uno de los productos
- Tener un sistema de control en el cual pueda haber una retro alimentación para la mejora continua de nuestros productos

5.2 Descripción del proceso de producción

1. La cantidad deseada de azúcar granulada es pesada y luego colocada en la máquina de molienda.
2. Al mismo tiempo, la cantidad deseada de cacao limpia y de masa de cacao son pesados y colocados en un recipiente para ser diluido.
3. Azúcar molida es mezclado con la mantequilla de cocoa diluida y la masa de cocoa en una máquina mezcladora. Al mismo tiempo los saborizantes, la leche en polvo y el cacao en polvo son añadidos a la mezcladora para obtener una mezcla completamente homogénea.
4. La mixtura es puesta dentro de una máquina de 5 rodillos y molidos hasta obtener un polvo fino.
5. El polvo es enviado por una bomba de dos capas al equipo de refinería donde el aceite de palma y más saborizantes son añadidos. En este proceso la mixtura adquiere el sabor a chocolate.
6. Cuando el chocolate es obtenido del equipo de refinación, éste está en forma pastosa y es bombeado hacia un tanque almacenador. Luego, será procesado en el

chocolate deseado.

7. La pasta de chocolate es inyectada en los moldes por la máquina re llenadora y transportada para ser reformado por un transportador vibratorio.

8. Mientras los chocolates con transportados nuevamente pasan por una maquina re llenadora, en la cual se insertaran el caramelo con las diferentes sabores a frutas.

9. El chocolate reformado es pasado rápidamente a la cabina de enfriamiento a través de un transportador de enfriamiento y luego el chocolate es moldeado.

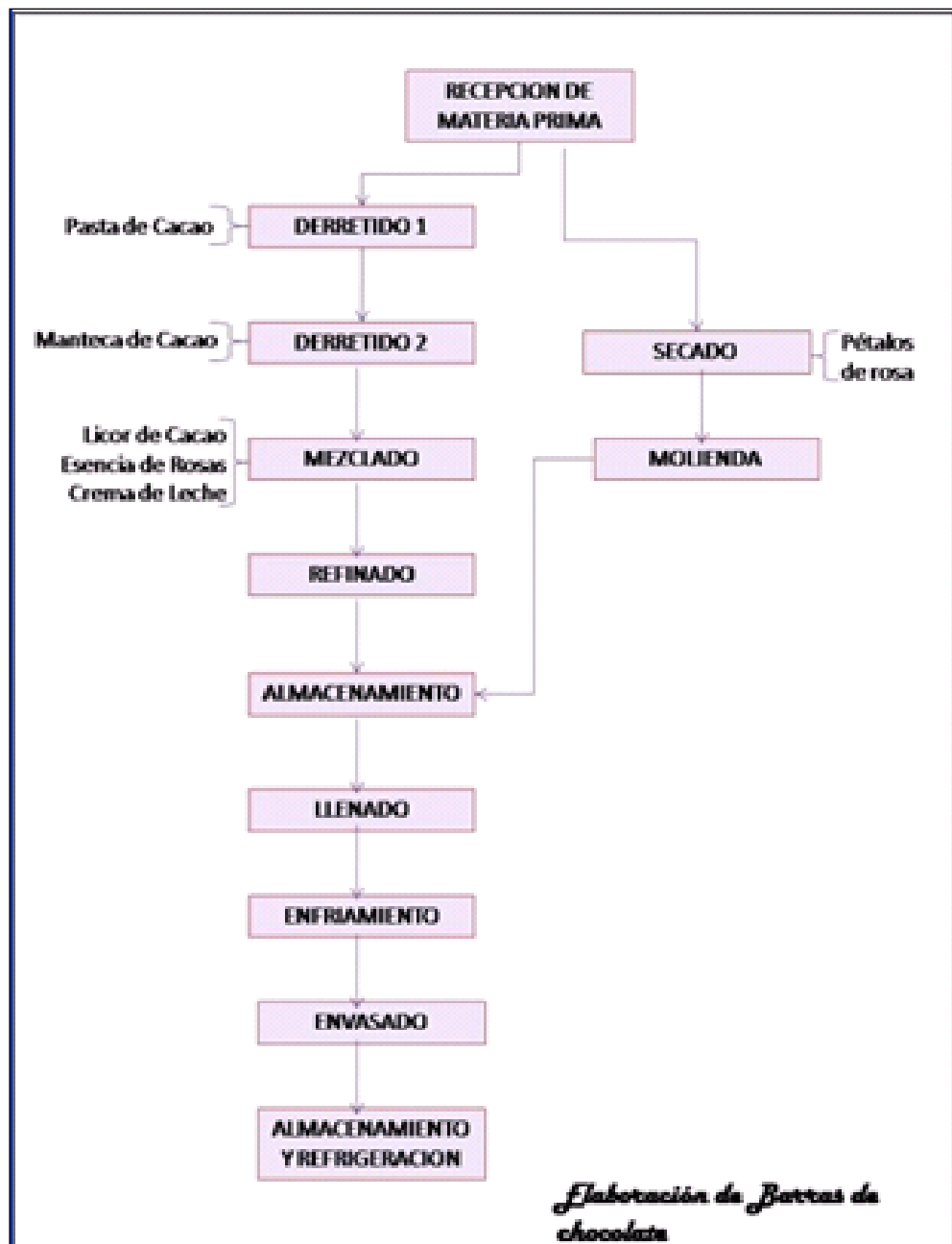
10. El chocolate moldeado es enviado hacia la máquina envolvedora automática para su envoltura.

11. Finalmente, el chocolate envuelto es enviado a la mesa empaquetadora para ser empaquetados manualmente en cajas.

5.3 Capacidad de producción

Para la capacidad de la producción de los chocolates e considera que, gracias a la gran demanda de chocolate y la fácil fabricación de cada uno de nuestros productos la planta de producción puede tener un mínimo de salida de una tonelada de nuestro producto cada dos meses esta cantidad puede ser expresa como cerca de 40 mil unidades.

Una de las principales razones por las cuales se llega a esta cifra es por su fácil manipulación, por lo tanto no necesitamos de mucha maquinaria para llegar a esta cifra, de igual manera cabe de que no se necesita mucha mano de obra para cada uno de los procesos productivos.



5.4 Plan de Producción

Nuestro plan de producción ira ligado al número de ventas que se presenten durante un determinado periodo de tiempo, de igual manera cuando la empresa inicie su proceso productivo no funcionara en un 100 %, ya que al empezar el número de ventas será bajo y en ese tiempo nos enfocaremos en las muestras gratis para el lanzamiento del producto en el mercado.

Mes/producto	Choco pop	Fru chop
Enero	50.000	50.000
Febrero	50.000	50.000
Marzo	50.000	50.000
Abril	50.000	50.000
Mayo	50.000	50.000
Junio	50.000	50.000
Julio	50.000	50.000
Agosto	50.000	50.000
Septiembre	50.000	50.000
Octubre	50.000	50.000
Noviembre	50.000	50.000
Diciembre	50.000	50.000
Total	50.000	50.000

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Para la comercialización y fabricación de nuestro producto necesitamos un local arrendado de gran tamaño dividido de la siguiente manera:

- planta de producción
- sede administrativa
- bodega

La empresa tendrá un local comercial el cual estará situado a las afueras de la ciudad de Medellín en caso de una mayor demanda se generara un incrementó en la producción lo cual nos llevaría a la obligación de arrendar una bodega.

Anexo: el arrendamiento de un local con las necesidades que se requieren oscila en promedio a un millón de pesos según la agencia de arrendamiento. Vale aclarar que este valor varía según la ubicación geográfica de este local.

Presupuesto locativo: 1.000.000 pesos mensuales.

=70% área de producción y 30% área administrativa

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Maquinaria/ equipo	Descripción	Valor	Cantidad	Total	Proveedor
Máquina de molienda	Moedor a percusion mod L.F.L	10.000.000	1	10.000.000	Loporcaro Sas
Recipiente para disolución.	Marmita de acero inoxidable	2.000.000	2	4.000.000	
Máquina mezcladora y caldera a vapor	Quemador tipo atmosférico, tanque de gas	50.000.000	1	50.000.000	Kompass 0
Máquina de 5 rodillos.	Maquina transportadora de chocolate derretido	6.500.000	1	6.500.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Bomba del caldero de agua de 2 capas.	Maquina fundidora, barra de chocolate	2.000.000	3	6.000.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Equipo de refinación		2.200.000	2	4.000.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Depósito de chocolate	Maquina con temperatura, para conservación de chocolate	1.150.000	2	2.300.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Transportador de enfriamiento.		4.000.000	2	8.000.000	Henan Gelgoog Commercial

Transportador vibratorio.	1.800.000	2	3.600.000	al & Trading Co., Ltd. Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Máquina re llenadora.	9500.00	2	1.900.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Transportador de moldes vacíos.	4.000.000	3	12.000.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.
Máquina empaquetadora.	3.800.000	6	24.800.000	Henan Gelgoog Commercial & Trading Co., Ltd.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Materia prima e insumos	Unidad de medida	Cantidades requeridas	Costo unitario	Costo total	Proveedor
Azúcar	Kilogramos	1000	1300	1300000	Azúcar manuelita
Saborizantes	Gramos	900	500	450000	Sabores LTDA
Leche en polvo	Kilogramos	1500	3000	4500000	Colanta

Masa de cacao.	Kilogramos	800	2350	1880000	inmobal-nutrer
Aceite de palma	Litros	100	3300	330000	famar s.a
Cacao en polvo	Kilogramos	1600	3450	5520000	Indcresa
Caramelo con sabor a limón, Piña, coco, maracuyá, carambola, fresa y mora	Litros	200	8700	1740000	Terma
Dotación (gorro, tapabocas, uniforme)	Talla según el empleado	19	50000	450000	Chamos

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Durante todos los procesos de nuestra empresa requerimos de los siguientes servicios.

Tipo de servicio	Descripción	Proveedor	Duración	Precio
Agua potable	Este servicio es necesario durante el proceso productivo para realizar todas nuestras mezclas	Epm	1 mes	300000
Gas natural	Es necesario para la funcionalidad de la maquinaria en especial, en especial las fundidoras	Epm	1 mes	800000
energía	Servicio requerido para el funcionamiento de algunas maquinas dentro del proceso productivo	Epm	1 mes	700000
Seguro	Servicio requerido para cubrir los productos en caso de pérdida o daños	Sura	1 año	434200

Mensajería	Coordi nadora	2 meses	350000
-------------------	------------------	---------	--------

5.5.5 Requerimientos de personal.

Para la producción de todos nuestros productos necesitaremos el siguiente personal:

Empleados	Número de empleados
Operador de la máquina de molienda.	1
Operador de la máquina mezcladora.	1
Operador de la máquina rellenadora.	2
Transportador.	2
Operador de la máquina envolvedora.	3
Empacadores	10

Para los operadores de las maquinas tenemos el siguiente salario representado en la siguiente tabla.

	CONCEPTO	Cantidad	COP\$
	Salario	100%	589.500
+	Contribución al sistema general de pensiones	12%	70.740
+	Contribución al sistema general de seguridad social en salud	8,50%	50.108
+	Contribución al sistema general de riesgos profesionales	0,52%	3.065
+	Subsidio de Transporte	-	70.500
+	Subsidio Familiar (3% ICBF, 2% SENA, 4% Cajas de Compensación)	9,00%	53.055
=	Costo Total mensual (Salario más seguridad social)	-	836.968
x12=	Costo Total anual (Salario más seguridad social)	-	10.043.615
+	Total Anual Prima de Servicios (1/2 salario incluyendo subsidio de transporte .x cada semestre)		660.300
+	Total Anual Cesantías (1 salario más intereses de 12% anuales)		710.864
+	Vacaciones remuneradas (15 días)	50%	294.750
=	TOTAL ANUAL		11.709.529
/12=	TOTAL MENSUAL		975.794
/30=	TOTAL DIARIO		32.526
/8=	TOTAL HORA		4.066

En la anterior tabla nos muestra claramente que el total del salario de los 7 operadores es de 6830558,467 incluyendo cada uno de ítems mencionados anteriormente.

Para los transportadores tenemos el siguiente salario representado en la siguiente tabla.

	CONCEPTO	Cantidad	COP\$
	Salario	100%	610.000
+	Contribución al sistema general de pensiones	12%	73.200
+	Contribución al sistema general de seguridad social en salud	8,50%	51.850
+	Contribución al sistema general de riesgos profesionales***	0,52%	3.172
+	Subsidio de Transporte	-	70.500
+	Subsidio Familiar (3% ICBF, 2% SENA, 4% Cajas de Compensación)	9,00%	54.900
=	Costo Total mensual (Salario más seguridad social)	-	863.622
x12=	Costo Total anual (Salario más seguridad social)	-	10.363.464
+	Total Anual Prima de Servicios (1/2 salario incluyendo subsidio de transporte .x cada semestre)		660.300
+	Total Anual Cesantías (1 salario más intereses de 12% anuales)		710.864
+	Vacaciones remuneradas (15 días)	50%	305.000
=	TOTAL ANUAL		12.039.628
/12=	TOTAL MENSUAL		1.003.302
/30=	TOTAL DIARIO		33.443

/8=	TOTAL HORA		4.180
------------	-------------------	--	-------

En la anterior tabla nos muestra claramente que el total del salario de los 2 transportadores es de 2006604,667 incluyendo cada uno de ítems mencionados anteriormente. Para los empacadores de los chocolates tenemos el siguiente salario representado en la siguiente tabla.

	CONCEPTO	Cantidad	COP\$
	Salario	100%	625.000
+	Contribución al sistema general de pensiones	12%	75.000
+	Contribución al sistema general de seguridad social en salud	8,50%	53.125
+	Contribución al sistema general de riesgos profesionales	0,52%	3.250
+	Subsidio de Transporte	-	70.500
+	Subsidio Familiar (3% ICBF, 2% SENA, 4% Cajas de Compensación)	9,00%	56.250
=	Costo Total mensual (Salario más seguridad social)	-	883.125
x12=	Costo Total anual (Salario más seguridad social)	-	10.597.500
+	Total Anual Prima de Servicios (1/2 salario incluyendo subsidio de transporte .x cada semestre)		660.300
+	Total Anual Cesantías (1 salario más intereses de 12% anuales)		710.864
+	Vacaciones remuneradas (15 días)	50%	312.500
=	TOTAL ANUAL		12.281.164
/12=	TOTAL MENSUAL		1.023.430
/30=	TOTAL DIARIO		34.114

/8=	TOTAL HORA		4.264
-----	------------	--	-------

En la anterior tabla nos muestra claramente que el total del salario de los 10 empaques es de 10234303,33 incluyendo cada uno de ítems mencionados anteriormente.

5.6 Programa de producción

Semana																		
Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
pre operativas de administración y producción										0	1	2	3	4	5	6	7	8
Legalización de la empresa	■	■	■															
Adquisición de establecimiento		■	■															
Acondicionamiento locativo				■	■	■	■											
Compra de maquinaria y equipo								■	■	■								
Instalación de maquinaria y equipo								■	■	■								

Contratación del personal																		
Selección de proveedores																		
Elección de los distribuidores																		
Compra de insumos																		
Compra de equipos muebles y enseres																		
Instalación de equipos, muebles y enseres																		
Selección del personal																		
Contratación del personal																		
Jerarquización de funciones																		
Capacitación del personal																		

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

la planeación de nuestra empresa se hace con el fin de aumentar el crecimiento de nuestra empresa notoriamente, esto quiere decir que cada uno de nuestros procesos se hace siguiendo una tendencia para una mayor satisfacción de cada uno de nuestros clientes. La elaboración de nuestra planeación esta propuesta para cumplir cada uno de los objetivos a corto, mediano y largo plazo, con esto lograremos alcanzar cada uno los mercados mencionados dentro de este trabajo. Se tiene en cuenta que en un principio la rotación del producto va hacer lenta, por lo tanto se evitan salarios demás con el fin ahorrar recursos.

- planear: en este punto para la toma de decisiones interviene en gerente y el gestor de calidad, claro está con el acompañamiento de los encargados de cada área de la empresa, esta decisiones se tomaran en reuniones, y la duración será dependiendo el tema a tratar
- hacer: en esta área intervienen varios departamentos de la empresa, con la finalidad de saber cómo se va a producir la rotación de los productos ya sean en días o en meses, además para la compra de insumos y materia prima.
- Verificar: observar que los objetivos planificados de nuestra empresa se estén cumpliendo exitosamente
- Actuar: para una mayor satisfacción e incrementar la demanda se tiene presente la mejora continua en cada uno de los procesos de la empresa, desde las compras hasta las ventas

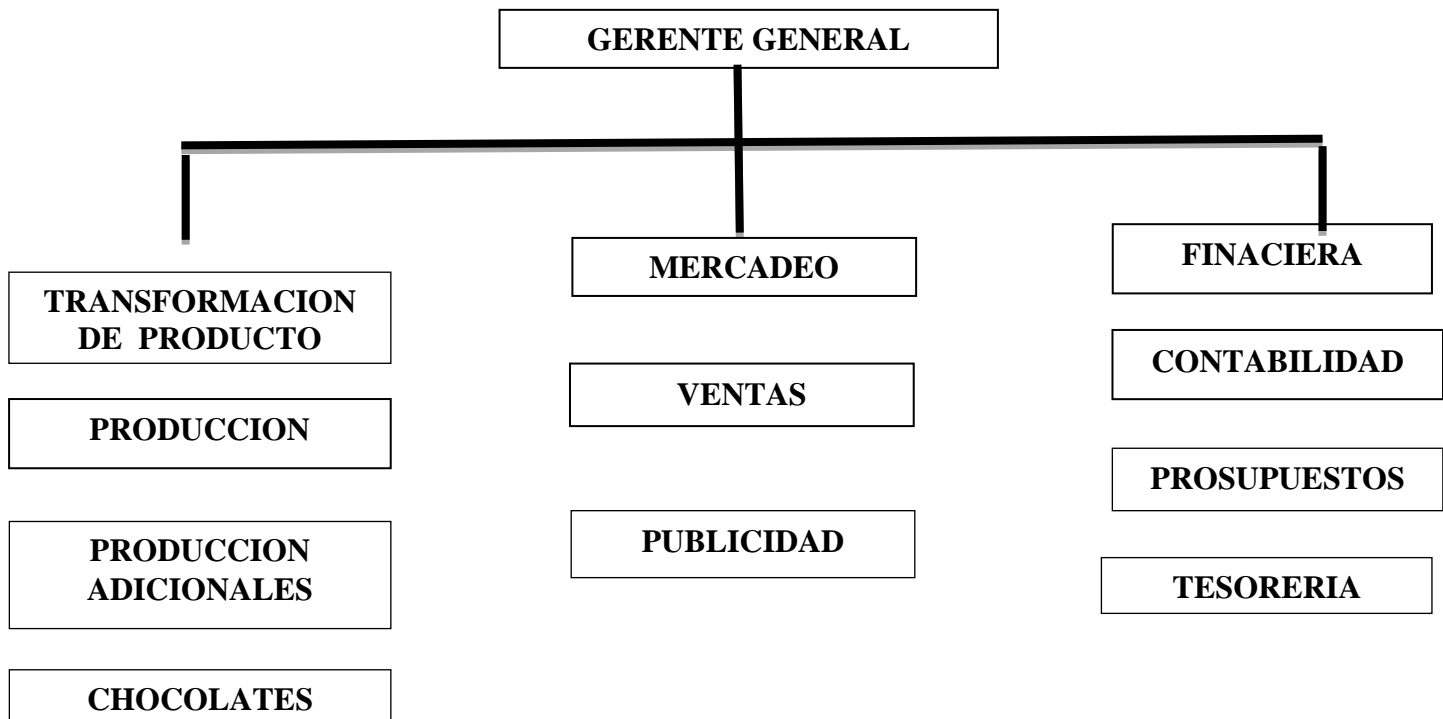
6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Dentro de las ideas del plan de negocios no está en nuestro proyecto la idea de tercer

izar ninguno de los procesos administrativos, ya que las personas que se van a contratar van hacer altamente calificados con el fin de cumplir todos los requisitos y objetivos dentro de la empresa exitosamente.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Gerente general: El gerente general de nuestra empresa es el representante legal cuyas funciones son: Celebrar por sí solo los contratos que interesen a la Empresa, designar los empleados que requiera el para la empresa, otorgar poderes especiales a ciertos individuos de la empresa para que cumplan labores específicas, tomar todas las medidas que reclame la conservación de los bienes de la empresa, vigilar la actividad de los empleados de la administración de la empresa .

Administrador: Planeación, organización, dirección, coordinación, control y Evaluación de cada uno de los procesos de la empresa e incluso de todos los recursos humanos de

capital disponibles para la modificación o cambio que sean pertinentes.

Contador: Elaborar la información financiera que refleja el resultado de la gestión. Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros. Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras. Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros y asesorar en aspectos fiscales y de financiamientos sanos a la gerencia.

Vendedor: prospectar nuevos clientes, mantener y retener a los clientes, incrementar las compras de los clientes actuales, conocer los productos de su empresa, conocer el mercado de sus clientes organizar, planificar y ejecutar sus objetivos, formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor, dar servicio a sus clientes, administrar eficientemente su cartera de clientes, informar sobre el mercado.

Mercado logo: crear planes de comercialización y ventas, para cada uno de los productos, proponiendo los mejoramientos pertinentes para el mayor intercambio de la empresa (compra y venta)

Supervisor transformación de productos: verificar y controlar todo el proceso productivo, en el cual podrá realizar cambios que sean pertinentes para el mejor funcionamiento productivo y además deberá elaborar informes ante la gerencia especificando como es el estado del proceso productivo

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Se arrienda una locación y Para tener más control de los procesos de la empresa, se divide en cubículos las áreas para hacer estas adecuaciones se tienen en cuenta los siguientes contos aproximados:

- arriendo 2.000.000
- adecuación de cubículos: 300000
- iluminación para cada cubículo: 15,000

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

requerimientos de equipos software, muebles y enseres

Los que se requiere en este punto son los computadores con sus mesas, los cuales se cotizaron en diferentes puntos de ventas y se tendrá en cuenta la cotización que más beneficios brinde.

Anexo: cotización

Productos	Descripción	Valor unitario	Unidades	total
Equipo de mesa		1060000	3	3180000
Portátil hp		1950000	1	1950000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

3 Requerimientos de materiales de oficinas, aseo y cafetería

Producto	Unidades	Valor unitario	Total
Resma de papel	3	11000	33000
Caja de lapiceros	1	4700	4700
Caja de lápiz x 12	2	5700	11400
Borradores x24	1	4000	4000
Calculadora	3	13500	40500
Caja de resaltador x10	1	8000	8000
Grapadora	2	10500	21000
Caja clic	4	700	2800
Caja gancho	3	2700	8100
Carpetas	50	200	10000
Perforadoras	2	4600	9200
Caja sacapuntas x 12	1	2400	2400
Caja legador x 20	2	2800	5600
Rollos cinta	4	600	2400
Regla	2	800	1600
Colbon	2	1350	2700
Regla	2	800	1600
Agenda	3	8400	25200
Jabon polvo x 3 k	4	9000	36000
Papel higienico x 12 u	6	10000	60000
Fabuloso	7	3500	24500
Vasos desechables x 50 u	7	1000	7000
Café x 1 libra	4	7000	28000
Azúcar x 100 u	8	1800	14400
Vasos de cristal x 12u	1	25000	25000
Hipoclorito x 4 L	2	24000	48000
Trapeadores	6	3500	21000
Glutaraldeido x 4L	2	24000	48000

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Requerimientos de servicios

Servicio	Descripción	Proveedor	Valor / mes
Seguros	Aseguramiento de todos los muebles y enseres de la empresa	Suramericana S.A	250.400
Mantenimiento	Cuidado y conservación de los establecimientos	Olinsa S. A	515.000 Sujeto a cambios según los repuestos
Servicios públicos	Requerido para el funcionamiento de la planta	Epm	3.000.000
Internet	Conexión permanente a la red	Claro	230.000
Mensajería y transporte	Requerido para el envío de documentación y muestras a nivel nacional e internacional	Envía	700.000
Representación jurídica	Requerimiento para imprevistos legales como demandas y demás	Posee herrera Ruiz	600.000

6.3.5 Requerimientos de personal

5 requerimientos de personal

nombre del cargo	%	Gerente general	Administrador	Contador	Vendedor	Mercadologo	Supervisor transformación de productos
número de empleados		1	1	1	2	1	2
Salario	100%	1.800.000	1.200.000	1.100.000	800.000	1.100.000	900.000
Contribución al sistema general de pensiones	12%	216.000	144.000	132.000	96.000	132.000	108.000
Contribución al sistema general de seguridad social en salud	9%	162.000	108.000	99.000	72.000	99.000	81.000
Contribución al sistema general de riesgos profesionales	1%	18.000	12.000	11.000	8.000	11.000	9.000
Subsidio de Transporte	-	70.500	70.500	70.500	70.500	70.500	70.500
Subsidio Familiar (3% ICBF, 2% SENA, 4% Cajas de	9%	162.000	108.000	99.000	72.000	99.000	81.000

Compensación)							
Costo Total mensual (Salario más seguridad social)	-	2.428.500	1.642.500	1.511.500	1.118.500	1.511.500	1.249.500
Costo Total anual (Salario más seguridad social)	-	29.142.000	19.710.000	18.138.000	13.422.000	18.138.000	14.994.000
Total Anual Cesantías (1 salario más intereses de 12% anuales)		2.016.000	1.344.000	1.232.000	896.000	1.232.000	1.008.000
Vacaciones remuneradas (15 días)	50 %	900.000	600.000	550.000	400.000	550.000	450.000
TOTAL ANUAL		32.058.500	21.654.000	19.992.000	14.961.000	19.992.000	16.452.000
TOTAL MENSUAL		2.653.861	1.804.500	1.660.000	1.224.250	1.666.000	1.371.000
TOTAL x numero de personas		2.671.542	1.804.500	1.660.000	2.448.500	1.660.000	2.742.000

6.4 Programa de administración

Semana																		
Actividades pre operativas de	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18



administración y producción																		
Legalización de la empresa																		
Adquisición de establecimiento																		
Acondicionamiento locativo																		
Compra de maquinaria y equipo																		
Instalación de maquinaria y equipo																		
Contratación del personal																		
Selección de proveedores																		
Elección de los distribuidores																		
Compra de insumos																		
Compra de equipos muebles y enseres																		
Instalación de equipos, muebles y enseres																		

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

Selección del personal																		
Contratación del personal																		
Jerarquización de funciones																		
Capacitación del personal																		



ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Sociedad por acciones simplificada (SAS)

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 deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Una de las gestiones ante las entidades públicas están expresadas en el punto anterior

TRÁMITE	ENTIDAD	COSTO
Consulta de nombre	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$0
Consulta de clasificación por actividad económica.	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$0
Consulta de uso de suelo	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$0
Minuta de constitución	Contador público	\$0
Inscripción cámara de comercio	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$5.500
Registro mercantil	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$474.000
Elaborar el documento de constitución de la sociedad.	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$0
Certificado de Existencia y Representación Legal.	Cámara de comercio de Medellín para Antioquia.	\$ 4.000
Registro único tributario	DIAN	\$0
Escritura de constitución.	Notaria	\$ 2.660 cada hoja.
Registro sanitario de alimentos	Invima	\$1.488.566
Certificado de Origen	VUCE	\$0
TOTAL		1.974.726

	<p>FORMULARIO UNICO DE REGISTRO SANITARIO AUTOMATICO DE ALIMENTOS NUEVO Y RENOVACIÓN DECRETO 3075/97</p>
---	---

1 DATOS GENERALES DEL TITULAR

Nombre o razón social:	
Dirección:	Ciudad: Ibagué
Departamento:	País: Colombia
Representante legal o apoderado:	
Cedula de ciudadanía:	T.p. de abogado Nro.:
Dirección para notificaciones:	
Email:	
Teléfonos para notificaciones:	

2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCIÓN DETALLADA EN LA CONSIGNACION





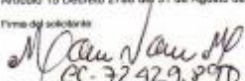

Nombre o razón social: INDUPROM LTDA	
Dirección:	Nit o CC:
Ciudad:	Tel:

3. DATOS DEL PRODUCTO

Modalidad:	
<input checked="" type="checkbox"/> Solicitud de Nuevo registro	
<input type="checkbox"/> Solicitud de Renovación de Registro Nro. _____ Vigente Hasta: _____	
Fabricante (s) o envasador (es)	Ubicación (dirección y ciudad)
1.	
2.	
Importador (es)	Ubicación (dirección y ciudad)

1.	
2.	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	
MARCA(S) DEL PRODUCTO:	
VARIEDADES QUE SE DESEA AMPARAR:	
EXPEDIENTE Nro. VIGENTE HASTA	REGISTRO SANITARIO Nro.
Verificado por: Registros Sanitarios	
Subdirector(a) de	

Declaro que la información presentada en esta solicitud respaldada con mi firma, es veraz y comprobable en cualquier momento que conozco y acato los reglamentos vigentes que regulan las condiciones sanitarias de los laboratorios fabricantes de productos DE Aseo, Higiene y Limpieza de uso doméstico, que el producto cumple estrictamente con las especificaciones de calidad dados por el fabricante. Este producto no será comercializado con indicaciones terapéuticas.

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001																																						
Espacio reservado para la DIAN 				2. Concepto 02 Actualización		4. Número de formulario 14152771835 																																						
5. Número de identificación Tributaria (NIT) 7 2 4 2 9 8 9 0 - 3		6. DV 3		12. Dirección seccional Ingresos de Barranquilla		14. Buzón electrónico																																						
IDENTIFICACION																																												
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión líquida 2		25. Tipo de documento Cédula de ciudadanía 13		26. Número de identificación 7 2 4 2 9 8 9 0		27. Fecha expedición 2 0 0 1 0 1 3 1																																						
Lugar de expedición COLOMBIA		28. País COLOMBIA		29. Departamento Atlántico		30. Ciudad/Municipio Barranquilla																																						
31. Primer apellido NAVARRO		32. Segundo apellido MOLINARES		33. Primer nombre MARVIN		34. Otros nombres DE JESUS																																						
35. Razón social				37. Sexo																																								
UBICACION																																												
35. País COLOMBIA		39. Departamento Atlántico		40. Ciudad/Municipio Barranquilla																																								
41. Dirección TV 25 B 108 63																																												
42. Correo electrónico marvindejesus8211@hotmail.com		43. Apartado aéreo		44. Teléfono 1 3 0 0 2 2 6 5 7 9 9		45. Teléfono 2																																						
CLASIFICACION																																												
Actividad económica				Ocupación																																								
46. Código 0,0,1,0		47. Fecha inicio actividad 2 0 1 0 0 7 0 1		48. Código 7,2,6,0		49. Fecha inicio actividad 0 1 0 5																																						
50. Código 1		51. Código		52. Número establecimiento																																								
Responsabilidades																																												
53. Código <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td> </tr> <tr> <td>1</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	1	2																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																											
1	2																																											
12-Ventas régimen simplificado																																												
Usuarios aduaneros				Exportadores																																								
54. Código <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											55. Forma <input type="checkbox"/>		56. Tipo <input type="checkbox"/>		<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Servicio</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td> </tr> <tr> <td>57. Modo</td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>58. CPC</td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>		Servicio	1	2	3	57. Modo				58. CPC						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																			
Servicio	1	2	3																																									
57. Modo																																												
58. CPC																																												
Para uso exclusivo de la DIAN																																												
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>				60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2 0 1 1 0 7 0 5																																						
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2786 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante 				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:  984. Nombre ABDOL CABRILLO PAYSULY ZARAY 985. Cargo Analista IV																																								

1. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

Recursos Propios

Nombre	Monto
Estephani Mejía valle	28,552,367
Jose Daniel Domínguez	28,552,367
total	57,104,734

8.1.1 Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad financiera	Bancolombia
Monto del préstamo	\$ 291,840,623
Intereses (Mes vencido)	1.50%
Plazo (meses)	60
Modalidad del préstamo	Cuota Fija
cuota fija	\$7,140,834

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
		Ventas	Participación del total Ventas
PRODUCTOS	ESQUINERO ECOLÓGICO	\$40.000.000,00	50,00%
	ECOLO MESA	\$40.000.000,00	50,00%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$80.000.000,00	100,00%

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	138,230,000	5,130,000	133.100.000
Gastos Pre operativos	2,974,726	1,974,726	973,000
Capital de Trabajo	264,845,358	50,000,000	214,845,358

Total Requerimientos Financieros	215,951,458
---	--------------------

8.2.2.2 Costos

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$11.597.103,00
Prestaciones Sociales	\$ 7.474.472
Arriendo	\$ 1.400.000
Servicios	\$ 7.379.600
Transporte	\$ 0
Mantenimiento	\$ 315.000
Aseo	\$ 166.250
Vigilancia	\$ 2.100.000
Imprevistos	\$ 304.324
Otros (dotacion)	\$ 450.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 31.186.749

8.2.2.3 Gastos**Gastos Administrativos y legales**

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 8.580.042
Prestaciones Sociales	\$ 4.406.500
Gastos de representación	\$ 600.000
Papelera	\$ 375.100
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 300.000
Seguros	\$ 250.400
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 911.250
Imprevistos	\$ 1.602.329
Otros (arriendo)	\$ 600.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 17.625.621

Gastos Distribución y Ventas

	Salarios	\$ 0
	Prestaciones Sociales	\$ 0
	Publicidad y Mercadeo	\$ 3.500.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS		\$ 3.500.000

Gastos Amortización de diferidos

Total Amortización Mensual	\$ 49.578,8
----------------------------	-------------



8.2.2.4 Gastos Financieros

año	Interés
1	49,373,084
2	41,635,032
3	32,383,276
4	21,321,708
5	8,096,297
Total interés	152,809,398



8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000
- Costos variables		\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000	\$ 43.820.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370	\$ 52.312.370
Costos fijos de Producción		\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749	\$ 31.186.749
Costos fijos de Administración		\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621	\$ 17.625.621
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412	\$ 1.239.412

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

- Intereses Credito		\$ 5.98 4.18	\$ 5.92 1.98	\$ 5.85 8.85	\$ 5.79 4.77	\$ 5.72 9.74	\$ 5.66 3.72	\$ 5.59 6.72	\$ 5.52 8.71	\$ 5.45 9.69	\$ 5.38 9.62	\$ 5.31 8.51	\$ 5.246 .331
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 23.3 55.9	-\$ 23.2 93.7	-\$ 23.2 30.6	-\$ 23.1 66.5	-\$ 23.1 01.5	-\$ 23.0 35.5	-\$ 22.9 68.5	-\$ 22.9 00.5	-\$ 22.8 31.4	-\$ 22.7 61.4	-\$ 22.6 90.2	-\$ 22.61 8.114
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despu es de Impuest os	\$ 0	-\$ 23.3 55.9	-\$ 23.2 93.7	-\$ 23.2 30.6	-\$ 23.1 66.5	-\$ 23.1 01.5	-\$ 23.0 35.5	-\$ 22.9 68.5	-\$ 22.9 00.5	-\$ 22.8 31.4	-\$ 22.7 61.4	-\$ 22.6 90.2	-\$ 22.61 8.114
+ Ajuste por No Desem bolsabl es	\$ 0	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.23 9.41	\$ 1.239 .412
+ Otros Ingreso s (No sujetos a impuest o)	\$ 398.9 45.35 8	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 391.1 77.13 9
Prestam os	\$ 398.9 45.35 8												
Recuper ación Capital de trabajo													\$ 264.8 45.35 8
Valor de Salvam ento													\$ 126.3 31.78 1
- Otros Egreso s no deducib les de	\$ 406.0 50.08 4	\$ 4.14 6.41 0	\$ 4.20 8.60 6	\$ 4.27 1.73 5	\$ 4.33 5.81 1	\$ 4.40 0.84 8	\$ 4.46 6.86 1	\$ 4.53 3.86 4	\$ 4.60 1.87 2	\$ 4.67 0.90 0	\$ 4.74 0.96 3	\$ 4.81 2.07 8	\$ 4.884 .259

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

impuest o													
Activos Fijos	\$ 138.230.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 4.146.410	\$ 4.208.606	\$ 4.271.735	\$ 4.335.811	\$ 4.400.848	\$ 4.466.861	\$ 4.533.864	\$ 4.601.872	\$ 4.670.900	\$ 4.740.963	\$ 4.812.078	\$ 4.884.259
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.974.726												
Capital de Trabajo	\$ 264.845.358												
FLUJO DE CAJA	-\$ 7.104.726	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	\$ 364.914.179

Tasa Interna de Retorno	5,00 %
Valor Presente Neto	- 22.057.885
Tasa Interna de Retorno	3,37 %

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ingresos por concepto de Ventas	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000
Costo Variables	43.820.000	43.820.000	43.820.000	43.820.000	43.820.000	43.820.000
Costos Fijos Producción	31.186.749	31.186.749	31.186.749	31.186.749	31.186.749	31.186.749
Gastos Depreciación	1.189.833	1.189.833	1.189.833	1.189.833	1.189.833	1.189.833
Utilidad Bruta en Ventas	3.803.417	3.803.417	3.803.417	3.803.417	3.803.417	3.803.417
Costos fijos de Administración	17.625.621	17.625.621	17.625.621	17.625.621	17.625.621	17.625.621
Costos Fijos de Ventas y Distribución	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Amortización de diferidos	49.579	49.579	49.579	49.579	49.579	49.579
Utilidad Operativa	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

Impuestos						
Impuestos	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688
UTILIDAD NETA	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094
Utilidades no Repartidas Acumuladas	-11.639.094	-23.278.189	-34.917.283	-46.556.377	-58.195.472	-69.834.566

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000
43.820.000	43.820.000	43.820.000	43.820.000	43.820.000	43.820.000
31.186.749	31.186.749	31.186.749	31.186.749	31.186.749	31.186.749
1.189.833	1.189.833	1.189.833	1.189.833	1.189.833	1.189.833
3.803.417	3.803.417	3.803.417	3.803.417	3.803.417	3.803.417
17.625.621	17.625.621	17.625.621	17.625.621	17.625.621	17.625.621
3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
49.579	49.579	49.579	49.579	49.579	49.579
-	-	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783
17.371.783	17.371.783				
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
-	-	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783	-17.371.783
17.371.783	17.371.783				
-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688	-5.732.688
-	-	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094
11.639.094	11.639.094				
0	0	0	0	0	0
-	-	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094	-11.639.094
11.639.094	11.639.094				

-	-	-	-	-	-
81.473.660	93.112.754	104.751.849	116.390.943	128.030.037	139.669.132

8.3.3 Balance General

DERECHOS RESERVADOS ©
2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Medias	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Bajas	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Consolidado	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
- Costos variables		\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00	\$ 43.820,00
- Costos fijos	\$ 0	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00	\$ 52.370,00

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

Costos fijos de Producción		\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.1 86.7 49	\$ 31.18 6.749
Costos fijos de Administración		\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.6 25.6 21	\$ 17.62 5.621
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.50 0.00 0	\$ 3.500 .000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.239 .412
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 5.98 4.18 0	\$ 5.92 1.98 4	\$ 5.85 8.85 5	\$ 5.79 4.77 9	\$ 5.72 9.74 2	\$ 5.66 3.72 9	\$ 5.59 6.72 6	\$ 5.52 8.71 8	\$ 5.45 9.69 0	\$ 5.38 9.62 7	\$ 5.31 8.51 2	\$ 5.246 .331
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 23.3 55.9 63	-\$ 23.2 93.7 67	-\$ 23.2 30.6 38	-\$ 23.1 66.5 62	-\$ 23.1 01.5 25	-\$ 23.0 35.5 12	-\$ 22.9 68.5 09	-\$ 22.9 00.5 01	-\$ 22.8 31.4 73	-\$ 22.7 61.4 09	-\$ 22.6 90.2 95	-\$ 22.61 8.114
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 23.3 55.9 63	-\$ 23.2 93.7 67	-\$ 23.2 30.6 38	-\$ 23.1 66.5 62	-\$ 23.1 01.5 25	-\$ 23.0 35.5 12	-\$ 22.9 68.5 09	-\$ 22.9 00.5 01	-\$ 22.8 31.4 73	-\$ 22.7 61.4 09	-\$ 22.6 90.2 95	-\$ 22.61 8.114
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.23 9.41 2	\$ 1.239 .412
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 398. 945. 358	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 391.1 77.13 9

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

Prestamos	\$ 398. 945. 358												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 264.8 45.35 8
Valor de Salvam ento													\$ 126.3 31.78 1
- Otros Egreso s no deducib les de impuest o	\$ 406. 050. 084	\$ 4.14 6.41 0	\$ 4.20 8.60 6	\$ 4.27 1.73 5	\$ 4.33 5.81 1	\$ 4.40 0.84 8	\$ 4.46 6.86 1	\$ 4.53 3.86 4	\$ 4.60 1.87 2	\$ 4.67 0.90 0	\$ 4.74 0.96 3	\$ 4.81 2.07 8	\$ 4.884 .259
Activos Fijos	\$ 138. 230. 000												
Pago Credito (Capital)		\$ 4.14 6.41 0	\$ 4.20 8.60 6	\$ 4.27 1.73 5	\$ 4.33 5.81 1	\$ 4.40 0.84 8	\$ 4.46 6.86 1	\$ 4.53 3.86 4	\$ 4.60 1.87 2	\$ 4.67 0.90 0	\$ 4.74 0.96 3	\$ 4.81 2.07 8	\$ 4.884 .259
Gastos PREOP ERATIV OS	\$ 2.97 4.72 6												
Capital de Trabajo	\$ 264. 845. 358												
FLUJO DE CAJA	-\$ 7.10 4.72 6	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	-\$ 26.2 62.9 60	\$ 364.9 14.17 9

Tasa Interna de Retorn o	5,00 %
Valor Present e Neto	- 22.0 57.8

	85
Tasa Interna de Retorn o	3,37 %

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente	- 22.057.885
-----------------------	---------------------

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	3,37%
--------------------------------	--------------

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

DERECHOS RESERVADOS ©
2008 Carlos Mario Morales C

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00	\$ 80.000.00
- Costos variables		\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00	\$ 43.820.00
- Costos fijos	\$ 0	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00	\$ 52.370.00
Costos fijos de Producción		\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00	\$ 31.149.00

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

Costos fijos de Administraci3n		\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621	\$ 17.621
Costos fijos de comercializaci3n y ventas		\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 3.500
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.239412
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 5.980	\$ 5.924	\$ 5.855	\$ 5.799	\$ 5.722	\$ 5.669	\$ 5.596	\$ 5.528	\$ 5.450	\$ 5.387	\$ 5.312	\$ 5.246331	\$ 5.246331
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 23.363	-\$ 23.267	-\$ 23.238	-\$ 23.162	-\$ 23.125	-\$ 23.012	-\$ 22.909	-\$ 22.901	-\$ 22.873	-\$ 22.709	-\$ 22.695	-\$ 22.695	-\$ 22.618.114
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 23.363	-\$ 23.267	-\$ 23.238	-\$ 23.162	-\$ 23.125	-\$ 23.012	-\$ 22.909	-\$ 22.901	-\$ 22.873	-\$ 22.709	-\$ 22.695	-\$ 22.618.114	-\$ 22.618.114
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.232	\$ 1.239412	
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 398.945.358	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 391.177.139	
Prestamos	\$ 398.945.358													

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO tesis sustentar (2)-Plan de Negocios

Recuperación Capital de trabajo													\$ 264.845.358
Valor de Salvamento													\$ 126.331.781
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 406.050.084	\$ 4.146.410	\$ 4.208.606	\$ 4.271.735	\$ 4.335.811	\$ 4.400.848	\$ 4.466.861	\$ 4.533.864	\$ 4.601.872	\$ 4.670.900	\$ 4.740.963	\$ 4.812.078	\$ 4.884.259
Activos Fijos	\$ 138.230.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 4.146.410	\$ 4.208.606	\$ 4.271.735	\$ 4.335.811	\$ 4.400.848	\$ 4.466.861	\$ 4.533.864	\$ 4.601.872	\$ 4.670.900	\$ 4.740.963	\$ 4.812.078	\$ 4.884.259
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.974.726												
Capital de Trabajo	\$ 264.845.358												
FLUJO DE CAJA	-\$ 7.104.726	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	-\$ 26.262.960	\$ 364.914.179

Tasa Interna de Retorno	5,00 %
Valor Presente Neto	- 22.057.885
Tasa Interna	3,37 %



8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Concepto	Valor
Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	5,00%
Valor Presente Neto	92.963.898
Tasa Interna de Retorno	-1,20%

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Concepto	Valor
Cambio Porcentual	-15,00%

en las Ventas	
Tasa de Retorno	5,00%
Valor Presente Neto	65.303.906
Tasa Interna de Retorno	0,18%

9 CONSIDERACIONES FINALES

Este proyecto se puede realizar desde el punto de vista comercial, técnico y legal ya que cumple con cada una de las especificaciones para sacar todos los documentos y certificaciones requeridas legalmente para este tipo de empresas; pero desde el punto de vista financiero dicho proyecto no se debe realizar ya que el valor de la empresa tendría un decrecimiento gracias a que el resultado del VPN nos da negativo y por otra parte el estudio financiero arroja que la tasa de rentabilidad no se acercó ni un 50 % a nuestra tasa esperada.

Para iniciar este proyecto desde nuestro punto de vista debería tener en cuenta cada uno de los programas de producción y de ventas, y tratar de disminuir costos al máximo por medio de grandes cantidades de materia prima, ya que gracias a la estandarización los precios de las materias primas e insumos pueden bajar notoriamente. Por otra parte desde lo comercial, de dicho producto se puede vender fácilmente grandes cantidades en el país elegido como mercado meta ya que Chile es uno de los países de mayor consumo de chocolates en Latinoamérica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- http://html.rincondelvago.com/analisis-de-mercado_chocolate.html
- <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8662DocumentNo7128.PDF>
- <http://www.portafolio.co>
- <http://www.banrep.gov.co/es/pib>
- <http://www.portafolio.co>
- <http://www.banrep.gov.co/es/pib>
- <http://countrymeters.info/es/Chile/>
- <http://spanish.alibaba.com/products/cocoa-suppliers.html>