

Postres de la Fruta

FANTASIA DE MANGO

POSTRES DE LA FRUTA
AGOSTO DE 2009

FANTASÍA DE MANGO

Plan de Negocios

Postres de la Fruta

Santa fe de Antioquia, agosto de 2009

Copyright.

Esta rigurosamente prohibida la reproducción total o parcial de este documento, la recopilación en sistema informático, la transmisión de cualquier forma o por cualquier medio, por registro o por otros métodos sin el permiso previo y por escrito de las propietarias del copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2009 Diana Alcaraz Lopera, Karin Hincapié Hernández – Estudiantes de quinto semestre de tecnología en mercadeo ESUMER. Dianaalcaraz@hotmail.com, karhinca@hotmail.com.

FANTASÍA DE MANGO
CONTENIDO - PLAN DE NEGOCIO

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	11
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	13
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	14
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	15
3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA	15
3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	15
3.3 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	16
3.4 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	19
3.5 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR	20
3.6 RELACIÓN DE PRODUCTOS	20
3.7 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO	20
3.8 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR	21
3.9 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO.....	22
4. ANALISIS DEL MERCADO.....	24

4.1	OBJETIVOS DE MERCADEO	24
4.2	DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES.....	25
4.3	EL MERCADO META DE LOS BIENES.....	27
4.3.1	El Mercado Meta	28
4.3.2	Estudio del Mercado Consumidor	30
4.4	EL MERCADO PROVEEDOR.....	50
4.4.1	Proveedores.....	50
4.4.2	Estudio del Mercado de Proveedor	53
4.5	EL MERCADO COMPETIDOR	56
4.5.1	Competidores.....	56
4.5.2	Estudio del Mercado Competidor	56
4.6	EL MERCADO DISTRIBUIDOR.....	58
4.6.1	Distribución	58
4.6.2	Manejo de Inventarios.....	59
4.6.3	Comunicación	60
4.6.4	Actividades de promoción y divulgación	60
4.7	PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	62
4.7.1	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	62
4.7.2	Los Precios de los productos tomando como base los Costos	63
4.7.3	Los Precios de los Productos propuestos	64
4.8	COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN.....	65
4.9	RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO.....	66
4.10	PLAN DE VENTAS	67
5	ASPECTOS TÉCNICOS.....	69
5.1	OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN.....	69

5.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	70
5.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	72
5.4	PLAN DE PRODUCCIÓN	73
5.5	RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN	74
5.5.1	Locaciones.....	74
5.5.2	Macro y micro localización	75
5.5.3	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.....	77
5.5.4	Requerimiento de materiales e insumos	79
5.5.5	Requerimientos de servicios.....	79
5.5.6	Requerimientos de personal.....	80
5.6	PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	80
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	83
6.1	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	83
6.1.1	Descripción de los procesos administrativos	83
6.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO	87
6.2.1	Organigrama.....	87
6.3	RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN	93
6.3.1	Locaciones.....	93
6.3.2	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.....	94
6.3.3	Requerimientos de materiales de oficina.....	96
6.3.4	Requerimientos de servicio.....	99
6.3.5	Requerimiento de personal.....	99
6.4	PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN	100
7	ASPECTOS LEGALES.....	102
7.1	TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	102

8	ASPECTOS FINANCIEROS	110
8.1.1	ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO	110
8.1.2	Recursos propios.....	110
8.1.3	Créditos y préstamos bancarios.....	110
8.2	INGRESOS Y EGRESOS	114
8.2.1	Ingresos.....	114
8.2.1.1	ingresos propios del negocio.....	114
8.2.2	Egresos.....	117
8.2.2.1	Inversiones.....	117
8.2.2.2	Costos.....	119
8.2.2.3	Gastos.....	121
8.2.2.4	Total egresos.....	122
8.3	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	123
8.3.1	Flujo de caja.....	123
8.3.2	Estado de resultados.....	124
8.3.3	Balance general.....	125
8.4	EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTO	126
8.4.1	Valor presente neto.....	126
8.4.2	Tasa interna de retorno.....	126
8.4.3	Indicadores financieros proyectados.....	127
8.4.4	Análisis de sensibilidad (variación de la demanda).....	136
8.4.5	Análisis de sensibilidad (variación del precio).....	136
9.	CONSIDERACIONES FINALES	137
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138

FANTASÍA DE MANGO
TABLAS - PLAN DE NEGOCIO

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Datos de nutrición.....	27
Tabla 2. Consenso Agrícola	51
Tabla 3. Estudio a Proveedores	55
Tabla 4. Competidores	56
Tabla 5. Resultado de estudio de la competencia.....	58
Tabla 6. Costos estrategias de mercadeo.....	62
Tabla 7. Costo Mano de obra repartidor.....	63
Tabla 8. Materia Prima	63
Tabla 9. Casto total de materia prima	64
Tabla 10. Precios propuestos.....	64
Tabla 11. Costos de comercializacion	65
Tabla 12. Riesgos y oportunidades del mercado	66
Tabla 13. Proyección de ventas	67
Tabla 14. Incremento anual.....	68
Tabla 15. Capacidad de producción.....	73
Tabla 16. Proyección de ventas	73
Tabla 17. Requerimiento de maquinaria, equipo, muebles y enseres.....	77
Tabla 18. Requerimiento de utensilios	78
Tabla 19. Requerimiento de materia prima	79
Tabla 20. Requerimiento de servicios	79
Tabla 21. Requerimiento de personal	80
Tabla 22. Proceso de producción.....	81
Tabla 23. Gantt de actividades operativas	82
Tabla 24. Funciones gerente administrativo.....	89

Plan de Negocios

Tabla 25. Funciones secretaria	90
Tabla 26. Funciones vendedor	91
Tabla 27. Funciones operadores	92
Tabla 28. Requerimiento de equipo	94
Tabla 29. Requerimiento de muebles y enseres	95
Tabla 30. Requerimiento de vehículo	95
Tabla 31. Requerimiento de materiales de oficina	96
Tabla 32. Requerimiento de elementos de aseo	97
Tabla 33. Requerimiento de productos de aseo	98
Tabla 34. Requerimiento de elementos de cafetería	98
Tabla 35. Requerimiento de servicios	99
Tabla 36. Gantt de actividades preoperativas	101
Tabla 37. Plan de amortización	111
Tabla 38. Ingresos propios del negocio	115
Tabla 39. Ingresos proyectados	116
Tabla 40. Activos fijos	117
Tabla 41. Costos	119
Tabla 42. Costos fijos	119
Tabla 43. Costo promedio ponderado	120
Tabla 44. Gastos	121
Tabla 45. Egresos	122
Tabla 46. Flujo de caja	123
Tabla 47. Estado de resultados	124
Tabla 48. Balance general	125
Tabla 49. Punto de equilibrio	127
Tabla 50. Indicadores de Liquidez	128
Tabla 51. Indicadores de actividad	130
Tabla 52. Indicadores financieros de endeudamiento	131
Tabla 53. Indicadores de rentabilidad	133
Tabla 54. Indicadores de generación de valor	135

FANTASÍA DE MANGO
GRAFICAS - PLAN DE NEGOCIO

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Mercado meta	29
Grafica 2. Edad de la Población.....	42
Grafica 3. Frecuencia de consumo	43
Grafica 4. Posibilidad de compra	43
Grafica 5. Gusto por el producto	44
Grafica 6. Edad de la población encuestada	47
Grafica 7. Costumbre de consumo	47
Grafica 8. Interés por el nombre de la empresa.....	48
Grafica 9. Posibilidad de compra	49
Grafica 10. Departamento de Antioquia.....	52
Grafica 11. Flujograma de procesos	70
Grafica 12. Plano de adecuaciones	75
Grafica 13. Localización.....	76
Grafica 14. Organigrama	87
Grafica 15. Plano	93
Grafica 16. Obligaciones a cargo del empleador	108
Grafica 17. Liquidez	129
Grafica 18. Flujo de caja	130
Grafica 19. Endeudamiento	132
Grafica 20. Indicadores de rentabilidad	134

RESUMEN EJECUTIVO

PRESENTACIÓN

Como proyecto de empresa, se tomó la decisión de diseñar un plan de negocios que pueda ser rentable y genere recursos para el que pretende la producción y venta de postres de fruta, donde el objetivo principal es evaluar la viabilidad del mismo y la oportunidad de brindarle a la creadoras de la empresa la posibilidad de generar empleo directo, crecimiento en la calidad de vida a través de una nueva empresa con enfoque social y filosofía GANA – GANA.

Es así como en este documento podrán observar los resultados de los análisis realizados como son: Mercado, técnico, administrativo, legal, social, ambiental, económico y financiero y en ellos se demostrará la viabilidad que tiene este negocio para su implementación.

Misión

Postres de la fruta E.U. tiene como misión producir y comercializar productos alimenticios con calidad e inocuidad, asegurando la salud y bienestar de nuestros consumidores, operando en un marco de ética y responsabilidad social.

Visión

Postres de la fruta E.U. aspira a ser reconocida siempre como una empresa productora de postres de primera calidad e inocuidad que opera dentro de un marco de ética y responsabilidad social.

Principios

La empresa Postres de la Fruta E.U. tiene como principios la Ética, la responsabilidad social, el cumplimiento, y el buen servicio a sus clientes y empleados.

DEFINICIÓN DE PRODUCTOS

POSTRE FANTASIA DE MANGO

- Materias primas naturales.
- Peso de la porción de postre 200g
- debe permanecer en refrigeración.
- Es un producto 100% natural.
- Sabor y color originales de la fruta empacada.
- El empaque estará marcado con el logo de la empresa, tabla nutricional, registro Invima, fecha de vencimiento y demás exigencias.
- Por ser natural es un producto de alto poder nutricional.

ANÁLISIS FINANCIERO

Según el análisis financiero del proyecto, este se muestra con una TIR de 75%, lo que representa la rentabilidad del proyecto, lo que se puede describir como una oportunidad viable de negocio.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Karin Hincapié Hernández

Identificación: 21.501.342 **Teléfono:** 8 53 30 03 **Celular:** 312 216 04 44
Dirección: Calle 9 # 5-117 **Barrio:** Santa Lucia
Ciudad Santa Fe de **Correo electrónico:** karhinca@hotmail.com
Antioquia
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**
Otros Estudios: Tecnología en gestión administrativa y financiera (semestre 2)

Diana Patricia Alcaraz Lopera

Identificación: 32.104.349 **Teléfono:** 8 53 21 45 **Celular:** 314 718 62 92
Dirección: Carrera 14 # 18-78 **Barrio:** San Antonio
Ciudad Santa fe de **Correo electrónico:** Dianaalcaraz-@hotmail.com
Antioquia
Estudios: **Técnicos** X **Tecnológicos** X **Universitarios**
Otros Estudios: Digitadora recepcionista; técnica en mercadeo

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Los propósitos que llevan a esta idea de negocios son múltiples, pues con él se pretende lograr éxito académico al mostrar los conocimientos adquiridos a lo largo de la tecnología en mercadeo, con este primer propósito se espera plantear un plan de mercadeo y unas estrategias a la altura de tecnológas en mercadeo.

El otro motivo para desarrollar este plan es personal, pues como personas y estudiantes aspiramos poner en uso nuestros conocimientos con un negocio propio que nos proporcione ingresos e independencia económica, y pueda hacer de nuestras metas algo real y palpable en este plan de negocios.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de la empresa es **Postres de la fruta**, nace debido a la intención de fabricar productos naturales, con ingredientes provenientes de frutas, y hechos con ingredientes sanos libres de contenido artificial, que provean a nuestros clientes de un excelente producto, con una buena dosis de contenido vitamínico; que caractericen a la empresa por tener productos saludables.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa postres de la fruta nació a partir de una idea que potencializara las riquezas de la región del occidente antioqueño; postres de la fruta tiene como objetivo la preparación de postres de frutas abundantes en la región, además pretende comercializarlos por medio de intermediarios como autoservicios, supermercados, tiendas de alimentos, entre otros.

Esta empresa pertenece al área de los alimentos, por producir un producto nutritivo y saludable, además su economía no será comercial, ya que es una empresa de producción, por el tamaño que posee es una microempresa con grandes ideas y deseos de crecer.

Misión de la Empresa

Somos una empresa productora de postres de frutas naturales, que pretende beneficiar a la comunidad de la región con productos saludables, e incursionar en un mercado carente de estos productos, además, posicionarse como una empresa líder en la región, por su servicio y calidad.

Postres de la fruta quiere mostrarle a los habitantes de la región y a sus visitantes que por la variedad de frutas que posee se pueden disfrutar de múltiples formas, para acrecentar el consumo, las riquezas de la región y sobretodo aprovechar un recurso en desperdicio; Postres de la fruta pretende alcanzar en la población del occidente antioqueño la predilección de su mercado meta que se encuentra en las personas de 1 a 70 años de edad, que no tengan problemas con la lactosa, la azúcar. Que les gusten los postres y que busque lo mejor. Por tales motivos Postres de la fruta producirá postres dándole un valor agregado a frutas.

3.3 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

➤ **Objetivo general:**

- Crear para la empresa postres de la fruta un plan de mercado acorde con lo que pretende alcanzar en el mercado, llevando a cabo un estudio completo del entorno que confirme la viabilidad de la empresa y sus ventajas competitivas, y le puedan proporcionar mayor seguridad de éxito.

➤ **Objetivos específicos:**

Para la empresa:

- Posicionar a Postres de la Fruta, para que desarrolle o inserte en el mercado más productos, hasta crear una línea de postres propia.
- Alcanzar la recordación de los consumidores.
- Incursionar en el mercado con una variedad de postres de frutas naturales, ricas y tradicionales en la región del occidente antioqueño.
- Expandir la empresa a otras regiones o subregiones de Antioquia y posteriormente del país.
- Ganar reconocimiento y posicionar la marca postres de la fruta como la principal productora de postres en la región del occidente antioqueño.

Investigación de mercado

- Identificar el segmento idóneo para el producto postre de mango de Postres de la Fruta.
- Conocer cuáles de los medios de publicidad son los apropiados para llegar al segmento de mercado elegido por postres de la fruta para el producto postre de mango.
- Elegir el canal de distribución adecuado para la distribución del producto, para que este llegue al público objetivo en el menor tiempo posible y en la mejor condición en presentación y sabor.
- Investigar la competencia y los productos sustitutos.
- Identificar la presentación en tamaño empaque y decoración o logotipo mas aceptados para el consumidor.
- Recopilar datos sobre opciones para mejorar el producto y crear nuevas

ideas de productos.

Diseño organizacional

- Crear una empresa que fomente el compañerismo, la unión, y la responsabilidad como las bases sólidas de la empresa.
- Determinar el diseño organizacional de la empresa Postres de la Fruta.

Estructura financiera

- Hacer de postres de la fruta una empresa rentable y sustentable.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto
- Incrementar ventas en el primer año

Llevar el postre de mango al mercado

- Posibilitar que el postre de mango sea un producto emblema de la ciudad, al igual que lo es la pulpa de tamarindo.
- Fomentar el hábito de consumo en los clientes, facilitando la adquisición de postres de la fruta por su buena distribución.

3.4 VENTAJAS COMPETITIVAS

Oportunidades:

La aceptación del mango en la mayoría de las personas

Es una fruta popular y aceptada.

Economía del mango en cosecha.

La facilidad para procesar el mango y almacenarlo.

Escasa competencia de empresas que procesan frutas para postres.

Posible rentabilidad del negocio.

Necesidad de los restaurantes de un proveedor de postres.

Fácil distribución por medio de los autoservicios

Facilidad para fabricar el producto

Fortalezas:

Es un producto natural,

Fácil de producir

Económico

Tiene aportes vitamínicos.

El mango ayuda a la buena digestión.

El mango es diurético.

El mango es antioxidante.

Facilidad para procesar la fruta

Facilidad para almacenar la pulpa de la fruta

Manejara productos atractivos al cliente.

Las tendencias actuales de consumir alimentos saludables y naturales

Fácil absorción de los nutrientes de las frutas

Consumir productos naturales refuerza el sistema inmunológico

Aporta al cuerpo azúcares simples que ayudan al cuerpo a generar calorías sanamente.

3.5 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR

Postres de la fruta con el producto ***Fantasía de mango*** desea dar uso a la cosecha de mango que se produce en la región del occidente antioqueño, evitando que se pierda o se deseche; además se quiere dar un valor agregado al mango, ya que su jugo en cosecha se devalúa a pesar de su agradable sabor; así que con este postre se pretende cambiar la forma habitual de consumo y darle un atractivo comercial a la zona que cuenta con muy pocas empresas productoras.

3.6 RELACIÓN DE PRODUCTOS

Postres de la fruta la mayor cantidad de pulpa de mango que pueda para evitar el desperdicio de esta, además, se encargara de producir postres de frutas totalmente naturales, procurando expandir la empresa y sus productos por el departamento, convirtiéndose en un ejemplo de empresa para dar un atractivo empresarial a la región.

3.7 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

El problema radica en la falencia del mercado de la región, él cual ofrece muy poca variedad de postres, y los que ofrece no son con frutas de la región, incluso

son fabricados con saborizantes. Es por ese motivo que Postres de la fruta pretende atender el sector de alimentos, en el área de postres o derivados lácteos ya que el producto es a base de leche y pulpa de mango; además de darle valor agregado a la cantidad de mango que se pierde en la región en la cosecha, por lo que al dar mayor aprovechamiento a la fruta y al agregara el valor del los otros ingredientes le da una nueva presentación al delicioso y típico sabor del mango.

3.8 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

En la región del occidente antioqueño en especial Santa fe de Antioquia, no hay mucha competencia en postres, la más fuerte en esta ciudad seria la panadería Santa Clara que ofrece una variedad de postres. El postre que se pretende fabricar tiene el atractivo del mango que todos conocen y como se pudo experimentar a través de la degustación es que el sabor es agradable y aceptado por el público consumidor además de que este presenta una variación en cuestión de edades clases sociales y tipos de ingresos lo que hace mas grande el mercado consumidor y nos lleva a la tarea de que debe ser promocionado de diferentes maneras.

En Santa Fe de Antioquia los vendedores de frutas como el mango que en nuestro caso es la materia prima de la producción, se vende en su forma natural en los 26 puestos de frutas tradicionales en el parque principal del pueblo, el mango también se vende en los expendios de verduras donde su precio varia según el peso y la demanda del mercado y oferta de los productores; en los restaurantes del pueblo la única presentación del mango es en jugo o en trozos en un salpicón en los negocios de ventas de helados y refrigerios, los únicos restaurantes que ofrecen la opción de postres son los restaurantes: Portón del parque, Guaracú, Ranchón

de Antioquia, la Comedia, que son los restaurantes reconocidos en la zona como los de mejor calidad en servicio y productos; pero ninguno de los anteriores ofrece postres elaborados a base de frutas autóctonas de la región de occidente. La producción anual de mango según el consenso nacional de cosechas permanentes del 2007, dice que Santa fe de Antioquia tiene una producción anual de 680 toneladas de mango, San Jerónimo cosecha la misma cantidad se guidas en la región de occidente por Olaya; la cantidad utilizada y la desperdiciada es desconocida debido a la falta de control de los que lo cosechan. En épocas de escases de mango en la región se traerá la pulpa de mango de procesadores en Medellín, aunque en Santa fe de Antioquia la procesadora de frutas santafereña d la fruta, trae el mango de Medellín y lo procesa, sin incrementar el precio de la pulpa.

3.9 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO

1. Por ser una empresa que manejara alimentos es fundamental saber sobre manipulación de alimentos.
2. Se requiere saber sobre el manejo apropiado de frutas y su correcto almacenamiento
3. Conocer el entorno, saber si se consume el producto (determinar la demanda potencial).
4. Conocer cuáles son los lugares donde el cliente compra o consume este tipo de producto.
5. Conocer el tiempo en el que se cosecha el mango y la producción que se requiere para la elaboración del producto de acuerdo a la demanda.
6. Saber el tipo de infraestructura que requiere dicha empresa.

- 7.** Conocer el funcionamiento de la infraestructura de la empresa.
- 8.** Distribución de alimentos que requieren refrigeración.
- 9.** Estudiar el canal de distribución idóneo para el producto.
- 10.** Conocimiento de tendencias de consumo
- 11.** Medios de comunicación
- 12.** Administración y manejo de empresas productoras de alimentos
- 13.** Negociación con clientes y proveedores
- 14.** Clasificación de la materia prima
- 15.** Manejo y limpieza de la maquinaria a usarse

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

Objetivo general:

Posicionar el postre Fantasía de mango de postres de la fruta para enero del 2011 como el producto preferido en la región del occidente antioqueño, por su excelencia en calidad y sabor, además ser un alimento confiable.

Objetivos específicos:

1. Proyectar una imagen integra y de buen servicio en los clientes directos y potenciales del occidente antioqueño.
2. Estimular el hábito de consumo de postres naturales, para lograr así un consumo más frecuente en la población Santaferreña y vecina.
3. Tener por política, el servicio al cliente, responsabilidad y puntualidad en la entrega de pedidos y cambios del producto deteriorado.
4. Incentivar al cliente con buenos precios y buen servicio para que prefieran postres de la fruta.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES

Descripción del producto:

Es un postre de mango el cual se compone de leche entera, crema leche, azúcar, gelatina sin sabor y pulpa de mango; tiene un proceso de batido y cocción, después se distribuye en los moldes por capas entre las cuales se pondrán rebanadas de mango, el postre tendrá entre dos y tres capas. Su presentación por porción, es en un vaso plástico rígido con una tapa la cual se podrá fijar en la base del vaso, para darle así forma de copa. El postre tendrá como nombre comercial Fantasía de Mango, este producto tendrá un precio de 3.000\$ la porción de 200g, este precio será con el que la empresa lo bandera a sus clientes o intermediarios, esperando que estos le aumenten 500\$ aproximadamente para venderlo al consumidor final.

Ventajas y beneficios que ofrece el producto:

El postre Fantasía de mango el cual es el producto inicial que se lanzará al mercado de la empresa **Postres de la Fruta**, este es un producto con ingredientes naturales, y con todos los nutrientes y propiedades del mango que es el ingrediente principal, el cual está compuesto de crema de leche, leche entera, mango, etc. El producto será fabricado y embasado en Santa Fe de Antioquia por Postres de la fruta. De manera que sus dotes principales son lo sano y natural del producto ya que la nueva tendencia de la sociedad es lo natural, mesclado con el delicioso sabor del mango que gusta en todas sus presentaciones.



Datos de nutrición

Tabla 1. Datos de nutrición

Tamaño por porción	200g	
Cantidad por porción		
Calorías	128	Calorías de grasa
		66
Grasa total	7g	4,50%
grasa saturada	2g	2%
colesterol	17,5mg	5%
sodio	54mg	2%
carbohidratos	6,9g	1,50%
fibra dietética	0g	
Azucares	6g	
proteínas	5,55g	
Vitamina A	397.56U.I	3%
vitamina D3	25U.I	1,25%
Hierro	0,24mg	1,90%
Vitamina B1	0,2519mg	2,50%
Niacina	1,6mg	1,60%
vitamina B6	0,26mg	3%
Acido fólico	36mg	1,90%
Vitamina B12	0,6mg	4,50%
Vitamina C	5,7mg	2,10%
Calcio	5,8g	1,90%
Zinc	2,1mg	
hierro	1,52mg	
Vitaminas B3	0,0422	0,40%

Necesidades que satisface el producto:

El postre de mango de postres de la fruta le ofrece al consumidor la opción de adquirir de forma fácil y cómoda un delicioso postre natural con sabor a una de las frutas propias y comunes de la región, además satisface una demanda saturada de los mismos productos y opciones de sabores, así que da la facilidad para consumir el mango de otra forma y con un valor agregado.

4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES

4.3.1 El Mercado Meta

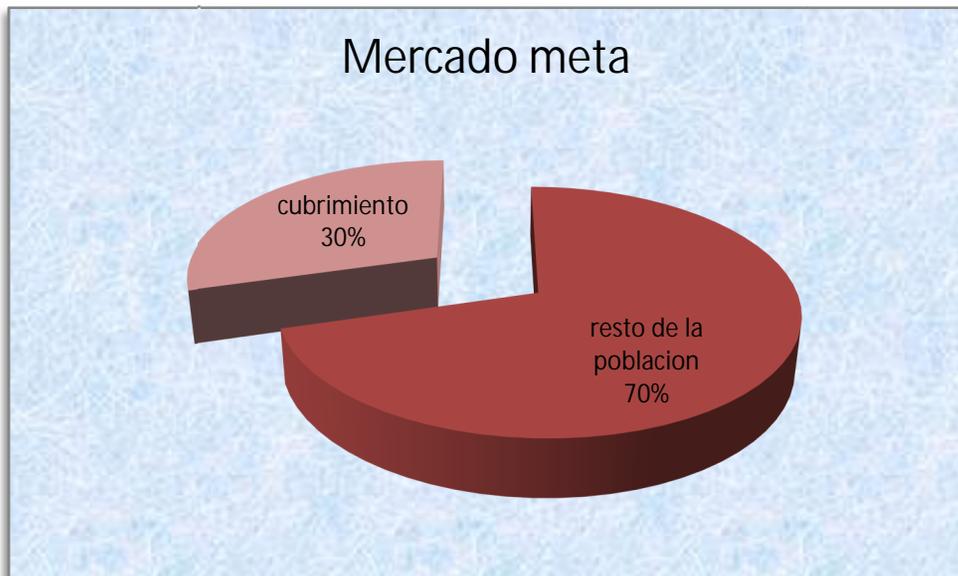
Postres de la fruta como fabricante distribuirá el producto a minoristas directamente, ya que al ser un producto con una fecha de caducidad corta deberá conservarse preferiblemente en pequeñas cantidades. Los consumidores finales de Postres de la fruta son niños entre 5 y 11 años, y adultos entre 22 y 50 años, de clase media, que no sufran de ningún problema de diabetes ni presión arterial alta, son personas que les gusta alimentarse bien, tienen corto tiempo para consumir alimentos en sus lugares de trabajo o de actividades. Estas personas están ubicadas en sus sitios de costumbre donde estará postres de la fruta, es decir en las tiendas y supermercados más cercanos o más concurridos del área urbana de Santa Fe de Antioquia.

El público al que se pretende llegar fue elegido después de la primera degustación pública del producto donde se pudo clasificar el gusto por el producto según el rango de edades que las personas parecían tener, De manera que, la elección fue en base a la observación y análisis del entorno ante la situación ya descrita, además cabe decir que la elección del público meta puede ser ampliada según la acogida del producto; adicionalmente, su nivel de satisfacción se evaluará con

estudio de mercado, donde será base importante la opinión del cliente.

En el municipio de Santa Fe de Antioquia la población con estas características es de 15.879 habitantes, y se hace una aproximación en San Jerónimo y Sopetrán de esta misma cifra, así que el total de personas con las características de consumidor del postre Fantasía de Mango de Postres de la Fruta es de 31.758; la empresa planea abarcar en este mercado un 30% del sector.

Grafica 1. Mercado meta



De la totalidad del mercado meta localizado en Santa Fe de Antioquia, Sopetrán y San Jerónimo, la empresa Postres de la Fruta espera tener un cubrimiento del 30% del segmento identificado, con el producto postre Fantasía de Mango.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Objetivo general:

Confirmar la viabilidad y aceptación del producto postre de mango de Postres de la fruta en la región del occidente antioqueño, determinar su mercado objetivo identificando las características y gustos de los clientes, y posibles mejoras al producto.

Objetivos específicos:

- Identificar el segmento idóneo para el producto postre Fantasía de mango de Postres de la Fruta.
- Conocer cuáles de los medios de publicidad son los apropiados para llegar al segmento de mercado elegido por postres de la fruta para el producto postre Fantasía de mango.
- Elegir el canal de distribución adecuado para la distribución del producto, para que este llegue al público objetivo en el menor tiempo posible y en la mejor condición en presentación y sabor.
- Investigar la competencia y los productos sustitutos.
- Identificar la presentación en tamaño empaque y decoración o logotipo mas aceptados para el consumidor.
- Recopilar datos sobre opciones para mejorar el producto y crear nuevas ideas de productos.

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

1. Medios primarios:

- La observación.
- Las encuestas individuales a personas de la región y a turistas o visitantes.
- Experimentación por medio de la degustación.

2. Medios secundarios

- Bases de datos del DANE
- Datos de supermercados y mini mercados
- Datos de panaderías y reposterías que producen y venden postres.

c) Aplicación de la Medios

1. Aplicación de medios primarios

- La primera fuente fue la observación en lugares como supermercados, mini mercados, tiendas principales en los principales barrios, donde se observo el comportamiento de los clientes con este tipo de producto, y se observo en panaderías o reposterías donde venden postres; esta labor se realizo del 9 al 15 de noviembre de 2008, donde se observaron los siguientes lugares, la afluencia de clientes y sus reacciones; también hicimos preguntas de forma informal a los empleados de estos sitios como:
 - ¿Las personas que vienen a este lugar le preguntan por postres diferentes a los que ofrece en la carta?

- ¿han comentado sobre tener interés por comer postres con frutas naturales de la región?
- ¿Y por que no ofrecen otra variedad de postres?

Las preguntas en todos los lugares fueron respondidas de forma afirmativa la respuesta a la 3 nadie la sabia. En los restaurantes la carta solo cuenta con 5 o cuatro postres según el lugar otros no mencionados ni siquiera los manejan.

➤ Santa Fe de Antioquia:

Unimerka Ltda.

Supermercado Tarqui.

Supermercado Glomar.

Restaurante Guaracú

Restaurante Portón del Parque

Panadería y repostería Santa Clara

Tortas y tortas

Restaurante La Comedia

➤ En San Jerónimo:

Supermercado Leticia

Supermercado Poma Rosa

➤ En Sopetrán:

Supermercado Sopetrán

Tienda de Ricky

- Las encuestas individuales: se elaboro una encuesta donde se hacían preguntas sobre gustos y aceptación del producto u otras posibles frutas para

postres, se elaboraron a partir de una población en la cabecera urbana 14.500 habitantes una muestra simbólica de 61 personas a las que se les realizó la encuesta.(anexos de la encuesta y resultados al final)

- Las degustaciones fueron repartidas a las mismas 61 personas que se les realizó la encuesta, pues esta tiene preguntas que solo se responden después de probar el producto, las encuestas y la degustación se realizaron del 17 al 25 de noviembre de 2008, la muestra se repartió entre Sopetrán, San Jerónimo y Santa Fe Antioquia.
- Los datos de los supermercados y mini mercados se tomaron en base a lo que pueden deducir las personas que laboran en estos lugares y a las cantidades de productos sustitutos o de la competencia que compran y venden mensualmente.

ENCUESTA PARA LA POBLACION REGIONAL

Nombre del encuestador:

ciudad en la que se realizo:

Fecha:

hora:

El objetivo de la siguiente encuesta es analizar el interés por la empresa Postres de la fruta en la región, y la aceptación del postre de mango que a continuación degustara.

1. Su edad se encuentra entre:

- a. De 12 a 20 años ____
- b. De 21 a 30 año ____
- c. De 31 a 40 años ____
- d. De 41 a 50 años ____
- e. De 51 en adelante ____

2. ¿Usted consume postres?

- a. Si ____
- b. No ____

Si la respuesta es si continúe con el punto 3, si es no continúe con la pregunta 8.

3. ¿Con que frecuencia consume usted postres?

- a. Varias veces al día ____
- b. En raras ocasiones ____
- c. De ves en cuando ____
- d. Todos los días ____
- e. Ocasionalmente ____

4. ¿Dónde adquiere usted los postres?

- a. Tiendas ____
- b. Panaderías _____
- c. Autoservicios____
- d. Reposterías ____
- e. Los prepara en casa ____
- f. Restaurantes _____

Esta pregunta permite múltiples respuestas

5. ¿Cuáles sabores prefiere en sus postres?

- a. A frutas de la región _____
- b. A frutas como fresas, duraznos, etc. _____
- c. Flanes ____
- d. Licores _____

Esta pregunta puede tener múltiples respuestas.

6. ¿Cómo prefiere el postre?

- a. Que sea dulce____
- b. que sea salado _____
- c. que sea amargo_____

Esta pregunta permite múltiples respuestas

7. ¿Se siente realmente satisfecho con los postres que consume?

- a. Si ____
- b. No ____

8. ¿Le gustaría probar un nuevo postre de mango maduro?

- a. Si ____
- b. No ____

9. ¿Usted compraría o consumiría el postre que acaba de probar?

- a. Si ____
- b. No ____

Si la respuesta es si continúe con la pregunta 10, si la respuesta es no continúe con la pregunta 11.

10. Si una nueva empresa de postres le ofrece éste producto, ¿usted lo compraría?

- a. Definitivamente si ____
- b. Probablemente si ____
- c. Podría o no comprar ____
- d. Definitivamente no compraría ____

11. ¿Cómo le pareció a Usted el postre que acaba de probar?

- a. Excelente ____
- b. Regular ____
- c. Bueno ____
- d. Malo ____

ENCUESTA A VISITANTES

Fecha:

Hora:

Encuestador:

El objetivo de esta encuesta es verificar la viabilidad del producto postre de mango, en los turistas y visitantes que vienen a la región.

Sexo:

a. F ____

b. M ____

La edad del encuestado está entre:

a. De 12 a 20 años ____

b. De 21 a 30 año ____

c. De 31 a 40 años ____

d. De 41 a 50 años ____

e. De 51 en adelante ____

1. ¿Acostumbra consumir alimentos típicos o propios de los lugares que visita?

a. Si ____

b. No ____

2. ¿Le gusta los postres?

a. Si ____

b. No ____

Si la respuesta es si continúe con el punto 3, si es no con el punto 4.

3. ¿Qué sabor prefiere en un postre?

- a. Sabor de frutas____
- b. Licores____
- c. Amargos____
- d. Sabores como chocolate, vainilla, leche____

Esta pregunta permite múltiples respuestas.

4. ¿Si en una región le hablan de un postre en particular sentiría curiosidad por probarlo?

- a. Si____
- b. No____

5. ¿“Postres de la fruta” le parece un nombre para la empresa?

- a. Atractivo____
- b. Común____
- c. Interesante____
- d. Malo____

6. ¿Le parece apetecible el mango maduro en postre?

- a. Si____
- b. No____

7. ¿Usted compraría este producto?

- a. Definitivamente si ____
- b. Probablemente si ____
- c. Podría o no comprar ____
- d. Definitivamente no compraría____

2. Aplicación de los medios secundarios

- Las bases de datos del DANE fue utilizada para verificar la población de la región y para verificar comercialmente cuales son los lugares centrales de esta actividad en el occidente antioqueño.
- Igual que en el punto anterior se tomo la información de las panaderías o reposterías que producen y venden postres, para verificar en que presentación y estado se consumen más y el tipo de personas que suelen comprarlos.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Resultados de la encuesta para la población regional

Se realizo la encuesta entre San Jerónimo, Sopetrán y Santa Fe de Antioquia y se realizaron degustaciones.

Esta encuesta arrojó los siguientes resultados:

Tabulación:

	Total
1. Su edad se encuentra entre:	
a. De 12 a 20 años ____	13
b. De 21 a 30 año ____	22
c. De 31 a 40 años____	13
d. De 41 a 50 años ____	10
e. De 51 en adelante____	3
Total	61

2. ¿Usted consume postres?

- a. Si ____ 51
- b. No ____ 10

3. ¿Con que frecuencia consume usted postres?

- a. Varias veces al día ____ 3
 - b. En raras ocasiones ____ 7
 - c. Ocasionalmente ____ 16
 - d. De vez en cuando ____ 9
 - e. Todos los días ____ 16
- 51

4. ¿Dónde adquiere usted los postres?

- a. Tiendas 5
- b. Panaderías ____ 11
- c. Autoservicios ____ 12
- d. Reposterías ____ 16
- e. los prepara en casa 11
- f. restaurantes 11

5. ¿Cuáles sabores prefiere en sus postres?

- a. A frutas de la región ____ 15
- b. A frutas como fresas, duraznos, etc. ____ 27
- c. Flanes ____ 13
- d. Licores ____ 10

6. ¿Como prefiere el postre?

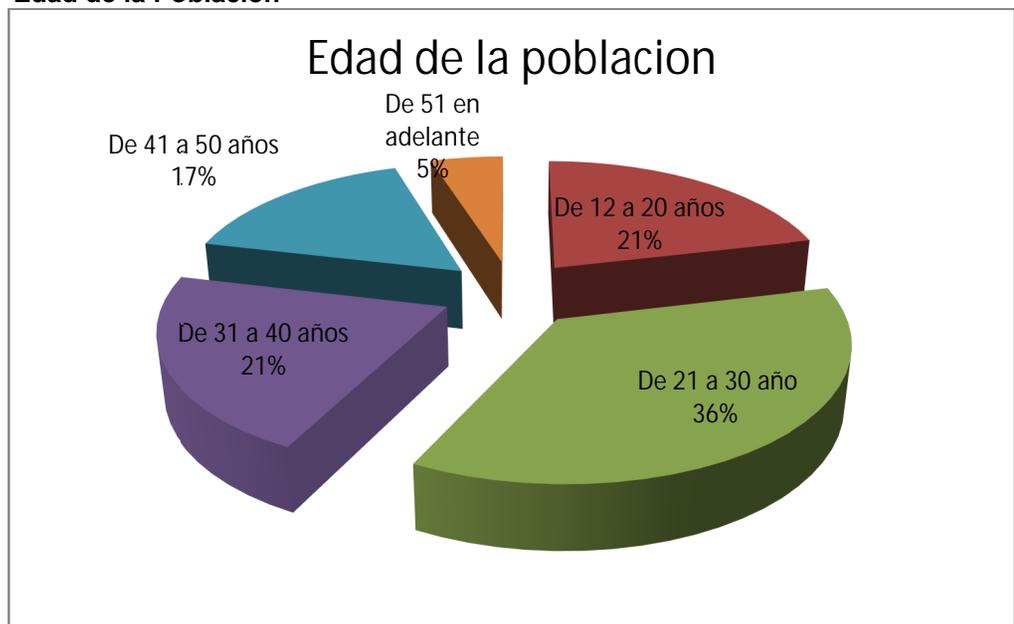
- a. Que sea dulce ____ 46

b. que sea salado _____	0
c. que sea amargo_____	5
7. ¿Se siente realmente satisfecho con los postres que consume?	
a. Si ____	40
b. No ____	11
8. ¿Le gustaría probar un nuevo postre de mango maduro?	
a. Si ____	61
b. No ____	0
9. ¿Usted compraría o consumiría el postre que acaba de probar?	
a. Si ____	61
b. No ____	0
10. Si una nueva empresa de postres le ofrece éste producto, ¿usted lo compraría?	
a. Definitivamente si ____	20
b. Podría o no comprar ____	4
c. Probablemente si ____	37
d. Definitivamente no compraría ____	0
Total	61
11. ¿Cómo le pareció a Usted el postre que acaba de probar?	
a. Excelente_____	34
b. Bueno _____	27

c. Regular _____	0
d. Malo _____	0
Total	61

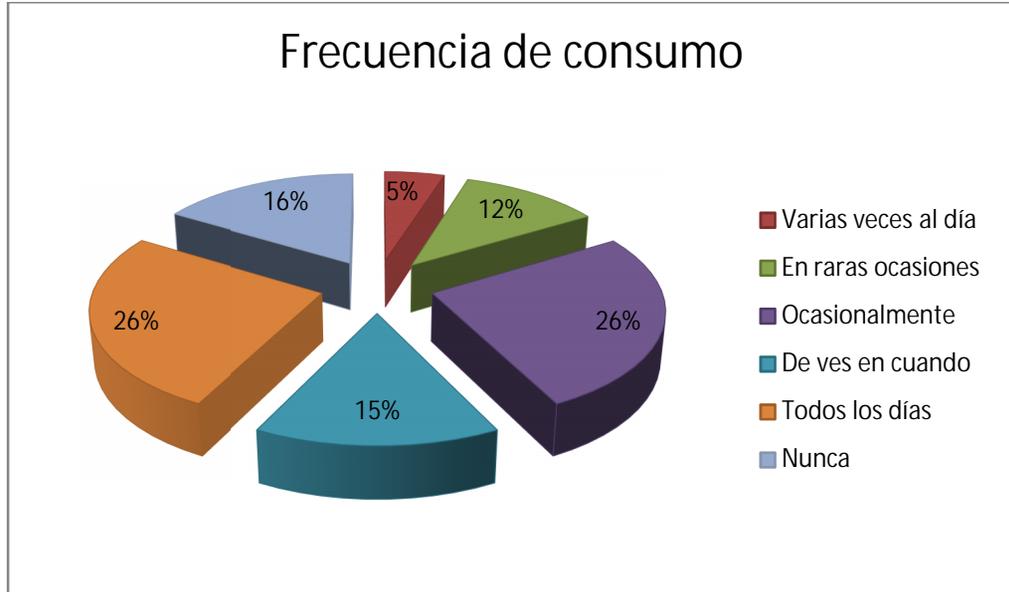
Graficas

Grafica 2. Edad de la Población



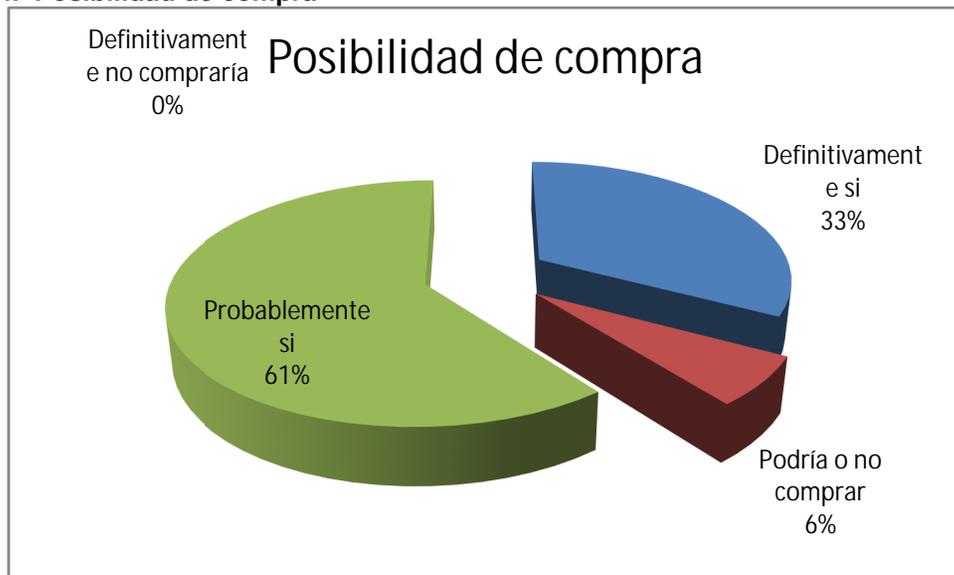
La mayor población encuestada se encuentra en un rango de entre 21 y 30 que representa el 36% de la muestra.

Grafica 3. Frecuencia de consumo



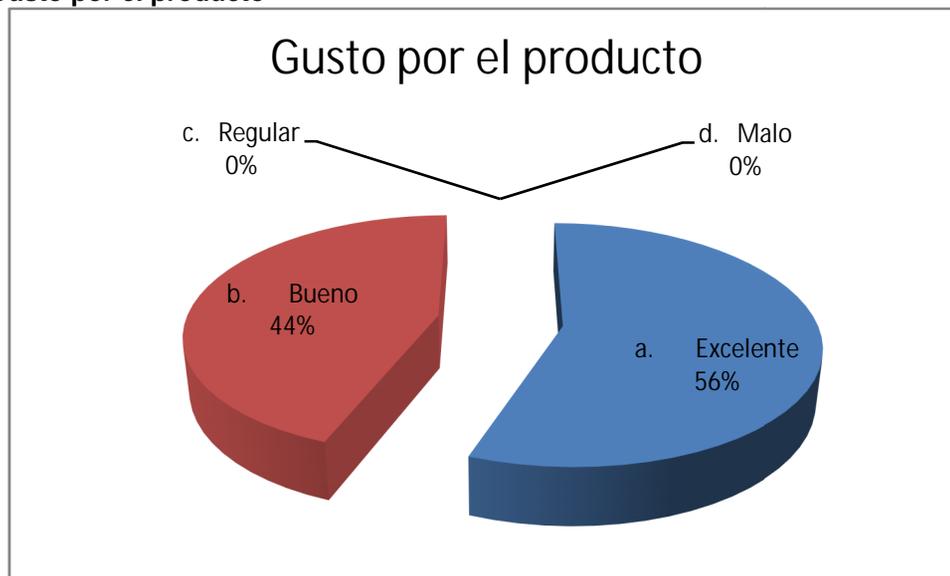
Un 26% de la población encuestada dice consumir postres todos los días, otro 26% dice que ocasionalmente, solo el 5% lo consume varias veces al día siendo este el porcentaje más bajo de consumo, el 16% de la muestra dice no consumirlo nunca.

Grafica 4. Posibilidad de compra



De las 61 personas que degustaron el producto probablemente lo comprarían 37, 20 definitivamente lo comprarían.

Grafica 5. Gusto por el producto



De las 61 personas que degustaron el producto a 34 les pareció excelente y a 27 bueno.

Resultados de la encuesta para los visitantes o turistas

La encuesta se realizó en Santa Fe de Antioquia, el fin de semana del 6 y 7 de junio de 2009.

Tabulación

	Total
Sexo:	
F	28
M	18
Total	46

La edad del encuestado está entre:

De 12 a 20 años	10
De 21 a 30 año	21
De 31 a 40 años	4
De 41 a 50 años	4
De 51 en adelante	7
Total	46

1. ¿Acostumbra consumir alimentos típicos o propios de los lugares que visita?

a. Si	42
b. No	4
Total	46

2. ¿Le gusta los postres?

Si	45
No	1
Total	46

3. ¿Qué sabor prefiere en un postre?

a. Sabor de frutas	35
b. Amargos	15
c. Licores	22
d. sabores como chocolate, vainilla, leche	18

Total 90

4. ¿Si en una región le hablan de un postre en particular sentiría curiosidad por probarlo?

a. Si 41

b. No 5

Total 46

5. ¿“Postres de la fruta” le parece un nombre para la empresa?

a. Atractivo 20

b. Interesante 16

c. Común 10

b. Malo 0

Total 46

6. ¿Le parece apetecible el mango maduro en postre?

a. Si 42

b. no 4

Total 46

7. ¿Usted compraría este producto?

a. Definitivamente si 21

b. Podría o no comprar 19

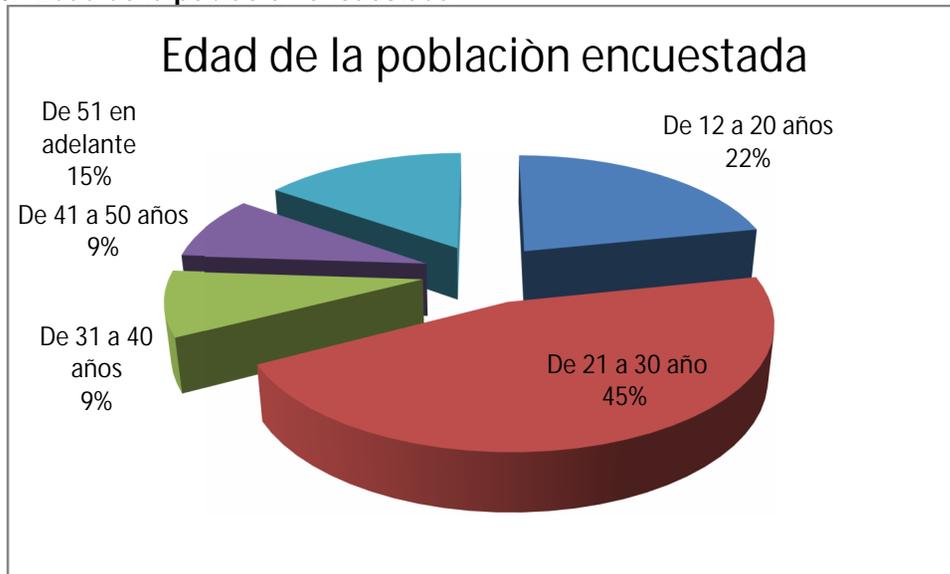
c. Probablemente si 5

d. Definitivamente no compraría 1

Total 46

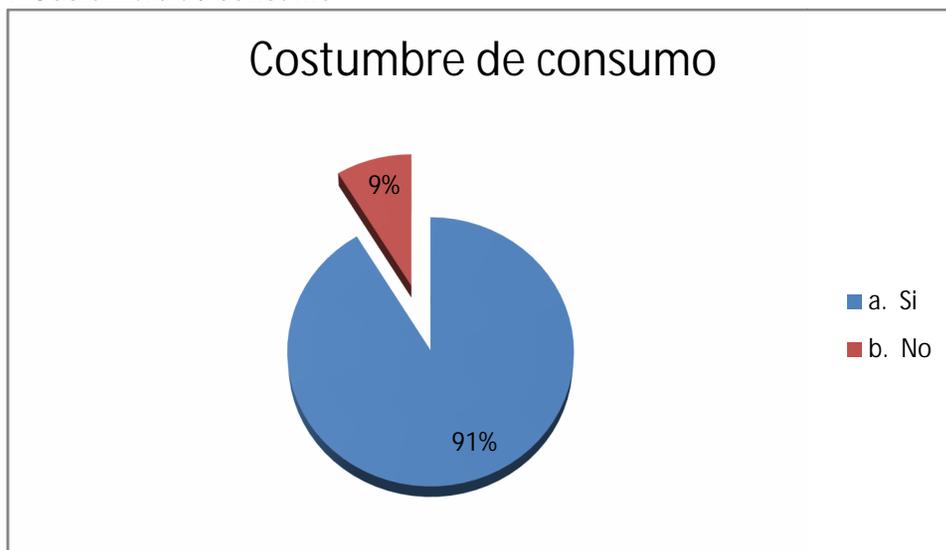
Graficas

Grafica 6. Edad de la población encuestada



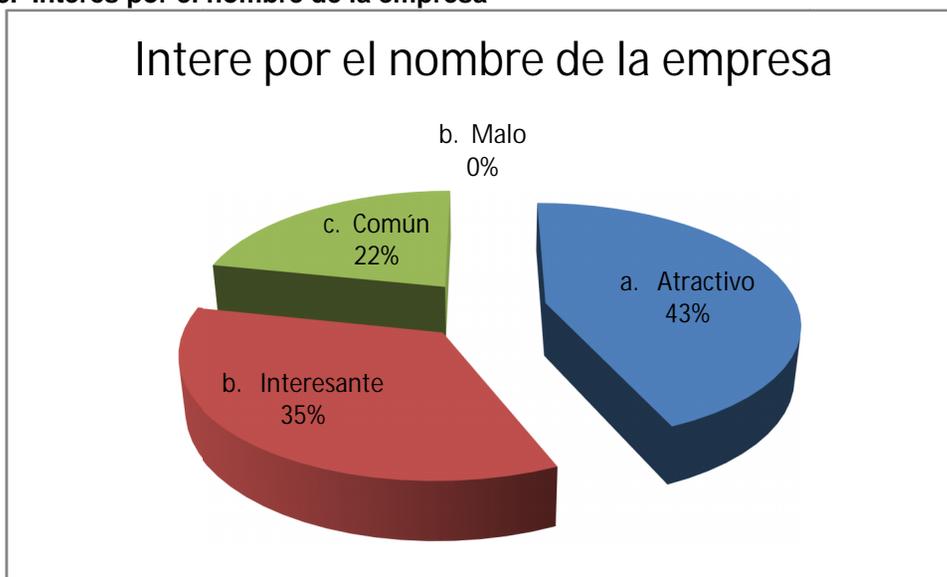
De las 46 personas encuestadas el 45% se encuentra entre 21 y 30 años, siendo este el porcentaje más amplio, la muestra más pequeña de edades se encuentra entre 31 a 40 años y de 41 a 50 años están representadas por un 9%.

Grafica 7. Costumbre de consumo



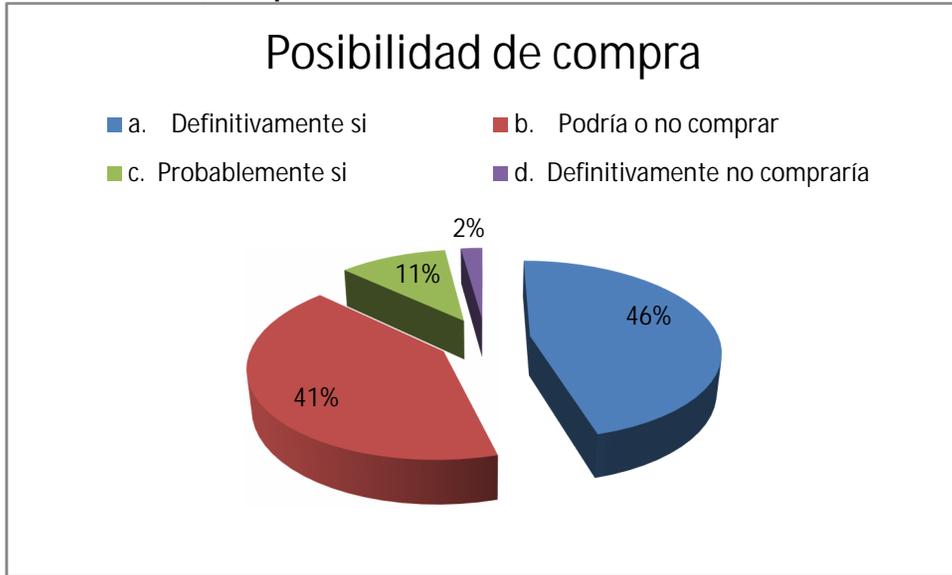
Del grupo de 46 personas encuestadas el 9% dice que no acostumbra probar o consumir alimentos típicos de las regiones que visita; el 91% dice que sí, y adicionan que esta parte complementa las visitas o los recorridos.

Grafica 8. Interés por el nombre de la empresa



De las personas en cuetadas el 43% dice que el nombre de la empresa le parse atractivo, 35% dice que es interesante, y el 22% dice que comun.

Grafica 9. Posibilidad de compra



El 46% de la población encuestada dice que definitivamente compraría el producto, el 41% dice que podría o no comprarlo, el 11% probablemente lo compraría y el 2% definitivamente no lo compraría.

Descripción de la población consumidora:

En base a la encuesta se puede deducir que el postre de mango es un producto de interés en las edades de 12 a 50 años pues se deduce que las personas mayores de 50 años no suelen consumir alimentos que ellos pretenden son muy dulces o que en efecto tengan azúcar debido a dietas o problemas de aceptación de lactosa; así que los clientes de postres de la fruta son los consumidores que se encuentran en la región antioqueña de San Jerónimo, Santa Fe de Antioquia y Sopetrán, que además se encuentran en edades de entre 12 y 40 años, cuyos sitios frecuentados de compra sean reposterías y autoservicios que son de los lugares más concurridos para la búsqueda de este tipo de productos. Además del

mercado natural también se tendrán en cuenta los turistas, ya que nos encontramos situados en el centro de la afluencia turística de la región con un crecimiento anual del 21.57% de afluencia transportada por medio de las terminales de transporte terrestre; la encuesta realizada a los turistas y visitantes refleja las mismas preferencias de gusto y rangos que la encuesta realizada a la comunidad local con respecto a la aceptación del producto, además de la disposición que posee el 91% de los visitantes para consumir alimentos que pertenecen a los sitios que visitan.

4.4 EL MERCADO PROVEEDOR

4.4.1 Proveedores

Materias prima:

- Colanta, Proleche, Parmalat; lácteos betania: estas empresas son productoras o distribuidoras de productos lácteos, de ellas será fundamental la leche y la crema de leche.
- Cultivos de mango, en el momento el cultivo de mango se hace de forma casera de manera que se debe comprar por partes a personas diferentes por cantidad no a empresas. Según el consenso agrícola hecho en 2007 Santa Fe de Antioquia se encuentra rodeado por municipios productores de mango, en este consenso aparece Santa Fe con una producción anual de 680 toneladas anuales. (anexo el cuadro comparativo, y grafica)

Tabla 2. Consenso Agrícola

CONSENSO AGRÍCOLA¹
EVALUACIÓN AGRÍCOLA CULTIVOS PERMANENTES
2007

Municipio	Área Nueva	Área Renov.	Área Crto	Área Perdida	Área Errad.	Área Pdccion	Área Total	Volumen Producción Toneladas	Rendimiento Promedio kg/ha
	Hectáreas								

MANGO

MEDELLIN	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,0	8,0	80,0	10.000,0
Total Subregión Valle de Aburra	0,0	1.288,6							

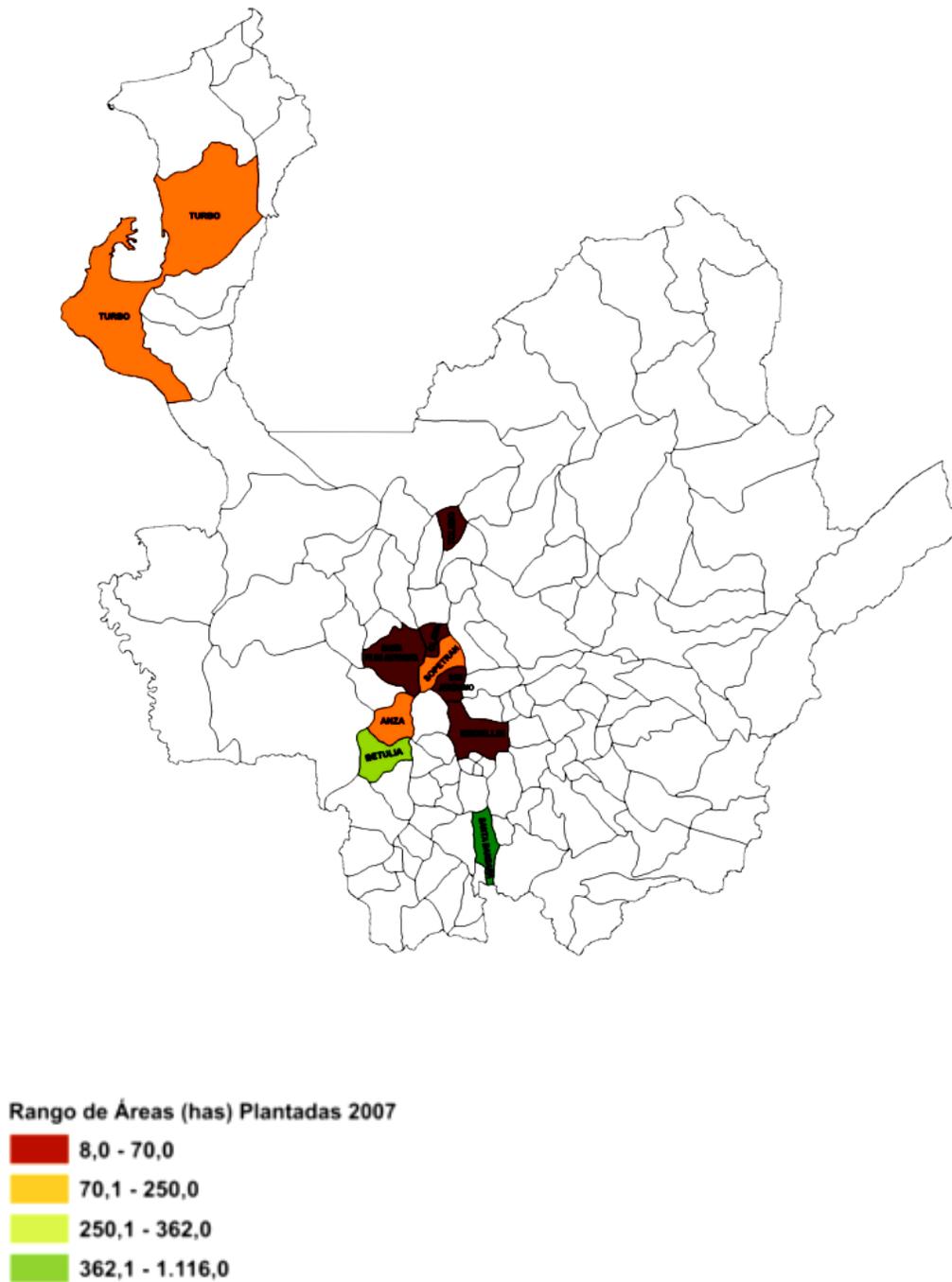
TOLEDO	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	34,3	35,8	44,2	1.290,0
Total Subregión Norte	0,0	12.600,0							

ANTIOQUIA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	54,0	54,0	680,4	12.600,0
ANZA	0,0	0,0	48,0	0,0	0,0	108,0	156,0	388,8	3.600,0
OLAYA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	600,0	12.000,0
SAN JERONIMO	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	70,0	70,0	882,0	12.600,0
SOPETRAN	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	186,0	186,0	2.046,0	11.000,0
Total Subregión Occidente	0,0	14.000,0							

En el cuadro anterior se puede analizar la capacidad productora de mango de la subregión occidente del departamento de Antioquia, donde se encuentran Santa fe de Antioquia, San Jerónimo, Sopetrán y Anza como los mayores productores de la subregión.

¹ GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA. Anuario estadístico del sector agropecuario. Secretaria de agricultura y desarrollo rural de Antioquia. . 2007. www.antioquia.gov.co/organismos/agricultura/agricultura.htm.

DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL
MUNICIPIOS PRODUCTORES DE MANGO
EVALUACIÓN DEFINITIVA 2007



- Fleischman, y levapan: son las proveedoras de productos como azúcar y la gelatina sin sabor.

Maquinaria:

- Quiminet, E-industria, Colzani y asociados S.A, estas empresas proveen las marmitas y otros artículos industriales necesarios para la producción de postres de la fruta.
- Luma, Distrihogar, Navarro Ospina, son las empresas con quienes se puede adquirir los frigorífico o refrigeradoras necesarias para la empresa

Vestimenta de la parte de producción

Bertha Tilano y María Diones Hernández son las personas en cargadas de la elaboración de los uniformes para el personal de producción.

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Se desea saber:

La eficiencia de las entregas

Los tiempos o días en que estas empresas reparten el producto

La confiabilidad y la calidad de los productos o insumos que suministran

Los precios y compararlos con los de la competencia

La ubicación de los proveedores

La clase de negociación y el cumplimiento con las cantidades pedidas

A quien mas provee

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

El estudio de mercado proveedor se realizo a través de internet, y personalmente con las empresas que laboran en Santa fe de Antioquia y pueden ofrecer los productos o maquinaria necesaria para postres de la fruta y por teléfono.

c) Aplicación de la Medios

La aplicación de los medios se realizo de la siguiente manera:

La realizada por internet se hizo el día 21 de noviembre en horas de la tarde, como es bien sabido el estudio por internet solo se puede realizar a las empresas que posean este tipo de publicidad o fuente de negocio y en su mayoría fue para las empresas proveedoras de implementos industriales como Quiminet, E-industria, Colzani y asociados S.A.

De forma telefónica se realizo para la ubicación de las empresas proveedoras que se encuentran en Santa fe de Antioquia para verificar la existencia y hacer la posterior visita.

Y en forma personal a los proveedores confirmados por teléfono que facilitaron la opción de visita como Colanta y lácteos betania.

Resultados del estudio de los proveedores.

Tabla 3. Estudio a Proveedores

Nombre empresa	Colanta	Betania	Fleichman	Procesador de pulpa	Levapan
Contacto	Marcos	José Muños	Julián López	Francisco H	Doris Pérez
Productos	Leche y crema	Leche y crema	Azúcar, gelatina	Pulpa de mango	Azúcar y gelatina
Precios	Leche: 1700Lt, crema: 2500Lt.	Leche: 1600Lt, crema: 2300Lt.	azucarX50Kls \$75.000, gelatina 60gr 3000\$	Por kilo 3000\$	Azúcarx50kls \$76.000 gelatina 60gr \$3000
Forma de pago	De contado	A una semana	A un mes	De contado	A un mes
Confiabilidad	3	3	3	2	3

La confiabilidad se califico en una escala del 1 al 3 siendo 1 mala, 2 buena y 3 excelente.

4.5 EL MERCADO COMPETIDOR

Competidores

Tabla 4. Competidores

Nombre	Producto suministrado	Localización
Postres arcoíris	Postre de gelatina, flan de caramelo	Principales autoservicios
Alpina	Alpinette, alpinito	Tiendas y autoservicios
Royal	Pudin y flan instantáneos	Principales autoservicios
Konfyt	Pudin dietético instantáneo	Principales autoservicios
Gelhada	Pudin y flan instantáneo	Tiendas y autoservicios
Colanta	Petito	Tiendas y autoservicios
Panadería Santa Clara	Postres de frutas y flan	Parque principal

4.5.1 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Se estudio de la competencia la presentación del producto la rotación de estos, los precios, los tamaños de la presentación, los ingredientes que utilizan para la elaboración, la cantidad de conservantes y de ingredientes no naturales, la distribución y las empresas que se encargan de esa parte.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

El mercado competidor se estudio por medio de la observación y las visitas a los lugares donde se suministran estos productos de competencia o sustitutos.

c) Aplicación de Medios

El estudio de la competencia se realizo el día miércoles 5 de noviembre, esta investigación se hizo por análisis a través de la observación en los sitios antes mencionados donde se proveen los productos de la competencia y los sustitutos.

Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 5. Resultado de estudio de la competencia

Marca	Producto	Tamaño porción	Precio	Punto de venta	Gusto por el producto
Arcoíris	Postre de gelatina	250gr. Y 160gr.	2.080\$ y 1.670\$	Supermercados	Regular
Alpina	Alpinette	140gr	1.640\$	Tiendas y supermercados	Muy buena
Arcoíris	Flan caramelo	150gr.	1.670\$	Supermercados	Buena
Alpina	Alpinito	90gr. Par	1.640\$	Tiendas y supermercados	Excelente
Colanta	Petito	45gr.	1.350\$ par	Tiendas y supermercados	Excelente
Panadería Santa Clara	Postres de frutas fresas melocotón etc.	200gr.	2.000\$	Plaza principal	Muy bueno
Panadería Santa Clara	Flan	200gr.	3.000\$	Plaza principal	excelente
Panadería Santa Clara	Fresas con crema	200gr.	2.000\$	Plaza principal	malo

4.6 EL MERCADO DISTRIBUIDOR

4.6.1 Distribución

La distribución del producto será por terceros:

- Santa Fe de Antioquia:

Unimerka Ltda.

Supermercado Tarqui.

Supermercado Glomar.

Restaurante Guaracú

Restaurante Portón del Parque

➤ En San Jerónimo:

Supermercado Leticia

Supermercado Poma Rosa

➤ En Sopetrán:

Supermercado Sopetrán

Tienda de Ricky

Los anteriores son solo los intermediarios minoristas.

4.6.2 Manejo de Inventarios

El inventario a manejarse será PEPS, primeras en entrar primeras en salir, y este por ser un producto con poco tiempo de conservación no se tendrán grandes cantidades de producto almacenado se fabricara el requerido por nuestros intermediarios y este se tendrá controlado para evitar pérdidas.

4.6.3 Comunicación



El nombre de la empresa es Postres de la Fruta E.U. estará representada con un logotipo en forma de copa con frutas, en un fondo blanco y con el nombre de la empresa en color verde.

La empresa Postres de la Fruta a elegido para su producto postre de mango el nombre de Fantasía de mango, para la presentación comercial del producto su empaque tendrá el logo de la empresa, al que se le adjuntara el nombre del producto sus ingredientes, tabla con los valores nutricionales, la fecha de caducidad, las condiciones para el manejo del producto y la información básica de la empresa y su localización.

4.6.4 Actividades de promoción y divulgación

Para el lanzamiento de la empresa se hará una Campaña publicitaria, que de conocimiento a la comunidad santafereña de la empresa y que la familiaricen con el nombre y el logo del producto.

Será: 4 Vallas en la entrada del pueblo y en sitios de interés donde se presentan aglomeraciones de personas, emisoras radial, ondas del Tonusco, global estéreo, con tres cuñas diarias, canal de TV Telesantafe y periódicos regionales como Santafereno, y el sembrador, ocasionalmente espera pagar publicidad en periódicos como el colombiano, Se Repartirán 1000 volantes en Santa Fe de Antioquia, posteriormente en los pueblos en los que se haga el lanzamiento.

La promoción se hará por medio de campañas de descuentos ocasionales donde se dé un precio más bajo del producto, y se den tamaños de ofertas con 50g mas que la presentación habitual del producto que será de 200g, que significa que el tamaño de la promoción será de 250g.

La empresa postres de la fruta en los primeros meses de funcionamiento hará estudios sobre el consumo y todas las variables que le corresponden, para planear de esta manera sus nuevas campañas, partiendo del hecho que las personas en las diferentes regiones se comportan de formas diversas.

Los costos esperados para esto son:

Tabla 6. Costos estrategias de mercadeo

ESTRATEGIAS DE MERCADEO	AÑO 1
	2010
CUÑAS RADIALES	2.000.000
DEGUSTACIONES	1.000.000
VALLAS	1.000.000
VOLANTES	300.000
TOTAL COSTOS ESTRATEGIAS	4.300.000

4.7 PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

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

El factor determinante de la elección del precio se hace en base a los costos que el producto representa y al grado de utilidad que se desea obtener.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Mano de obra de 2 operarios y un repartidor

Tabla 7. Costo Mano de obra repartidor

Descripción De Cargo	Nro. Persona	Salario	% Prestaciones	Valor Prestaciones	Total Mensual	Total Anual
operadores	2	500.000	59,4%	593.500	1.593.500	19.122.000
Total					2.390.250	28.683.000

Materia prima

Tabla 8. Materia Prima

Materia prima	unidad de compra	costo por unidad	unidad utilizada	costo
Leche	litro	1600\$	200cc	320
pulpa de mango	kilo	3000\$	100gr.	300
gelatina	Gramos	50\$	6gr,	300
crema de leche	Litro	3500\$	100cc	350
Azúcar	Kilo	1500\$	15gr.	22,5
Agua				30
Gas				35
electricidad				30
Toque secreto				90
Total				1477,5

material directo	1477,5
Mano de obra	169
Etiqueta	25
Empaque	130
transporte 5%	61
Total	1862,5

Los costos anteriores corresponden a una porción del producto postre de mango.

Tabla 9. Costo total de materia prima

COSTO MENSUAL	POR UNIDAD	POR CANTIDAD MENSUAL
mano de obra	169	1.584.375
Material directo	1693,5	15.876.562,5
Total	1.862,5	17.460.937,5

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Tabla 10. Precios propuestos

Postre de mango	intermediarios	Consumidor final
Precio	3.000\$	3.500\$

4.7.4 Política de precios

La empresa postres de la fruta tendrá como política de precios no maneja créditos, al inicio de la empresa, posteriormente maneja créditos a clientes especiales de 15 días, se tomara como base la cantidad de compra y el habito de

pago para su clasificación.

4.8 COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

Los costos de comercialización son

Gasolina para un mes por 450.000\$

La nomina del vendedor mensual por 796.750\$

Gastos de mantenimiento de la moto de carga que serán 50.000\$ mensuales.

Tabla 11. Costos de comercialización

Causa	Mensual	Anual
Nomina del vendedor, repartidor	796.750	9.561.000
Gasolina	450.000	5.400.000
Mantenimiento moto de carga	50.000	600.000
Total	1.296.750	15.561.000

4.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Tabla 12. Riesgos y oportunidades del mercado

Riesgos	Oportunidades
No hay diversidad	Pioneros en producción de postres en la región
Poco tiempo de conservación	Alta producción de mango
Variación de precios en la materia prima	Fácil conservación de la fruta
La competencia.	Previa aceptación del producto
Las exigencias para mantener el producto en su estado ideal.	Economía del mango en cosecha.
Deficiencia de medios para la publicidad.	Es una fruta popular y aceptada.
El vendedor no puede descuidar su refrigeración.	

4.10 PLAN DE VENTAS

Postres de la fruta a definido un periodo de evaluación de 6 meses en los que verificara la aceptación del producto en el mercado y el agrado por éste, en este periodo se espera vender una cantidad aproximada de 9.375 porciones del postre por mes, lo que significa que la producción diaria debe ser de 375 porciones.

Proyección de ventas

Tabla 13. Proyección de ventas

AÑO 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
3000						
VALOR	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000
CANTIDAD unid	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375

AÑO 1	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
3000						
VALOR	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000
CANTIDAD unid	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375

El incremento anual esperado será del 10%

Tabla 14. Incremento anual

AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
precio	3000	3150	3307	3472	3646
VALOR	337.500.000	389.812.500	450.165.375	519.888.600	600.537.218
CANTIDA D unid	112.500	123.750	136.125	149.738	164.711

5 ASPECTOS TÉCNICOS

5.1 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

➤ **Objetivo general:**

producir de forma ágil, puntual y en óptima calidad los pedidos de acuerdo a la demanda del postre de mango de postres de la fruta en la región del occidente antioqueño

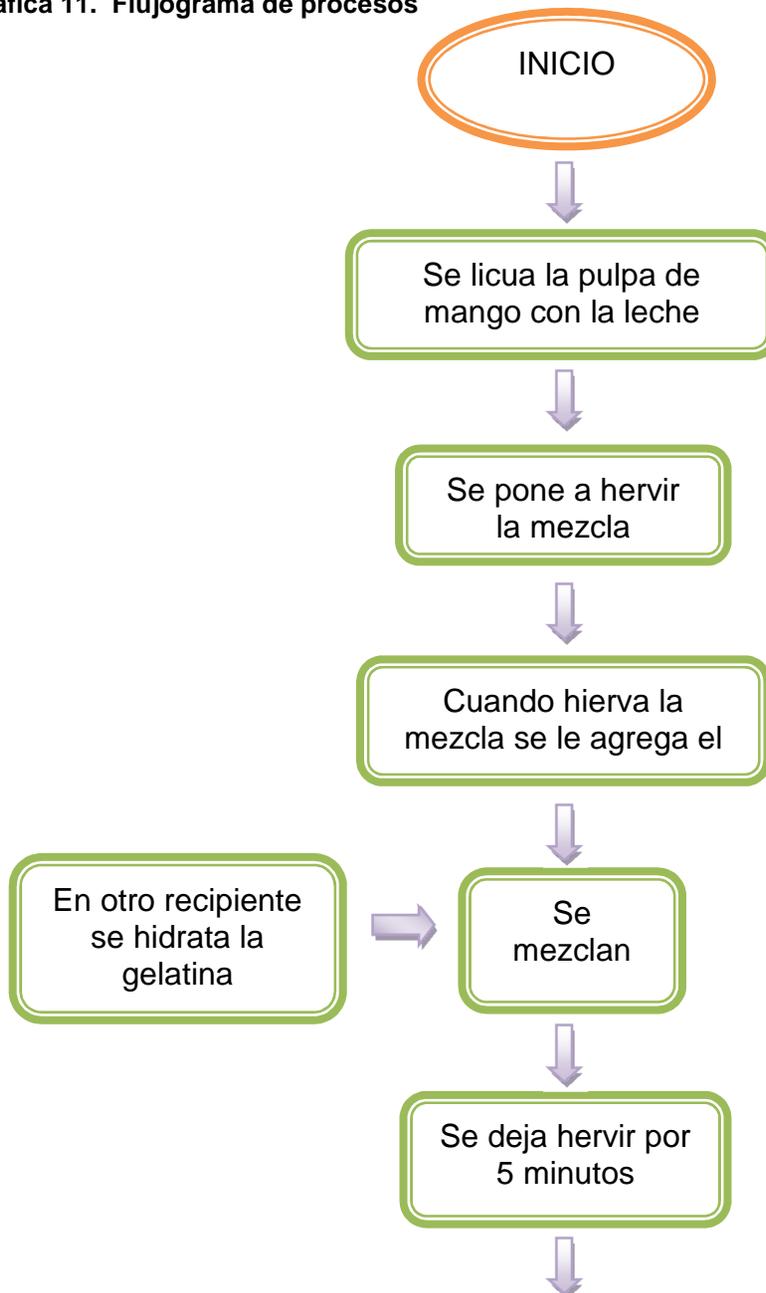
➤ **Objetivos específicos:**

- Lograr la mayor producción de postre de mango de postres de la fruta que el equipo de trabajo y maquinaria puedan alcanzar.
- Alcanzar la mejor calidad en la fabricación del postre de mango de postres de la fruta
- Mejorar y ampliar la zona de producción del postre de mango de postres de la fruta.
- Hacer los procesos de fabricación de forma estándar, y con la mayor higiene y asepsia posible.

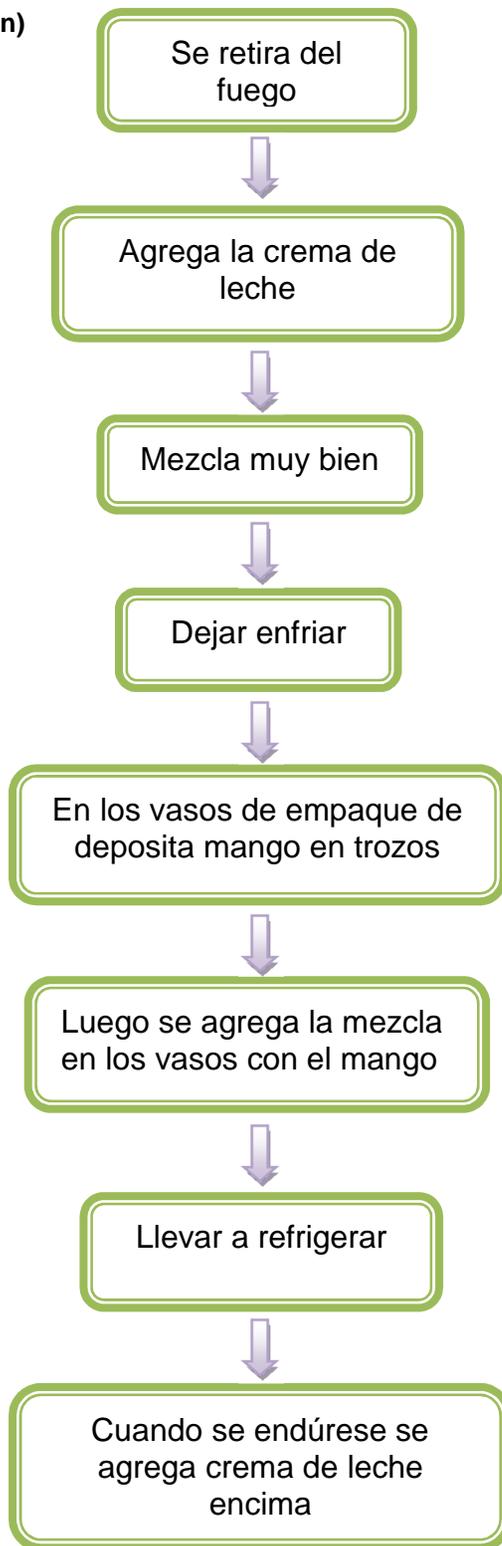
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Proceso para la elaboración del postre Fantasía de mango:

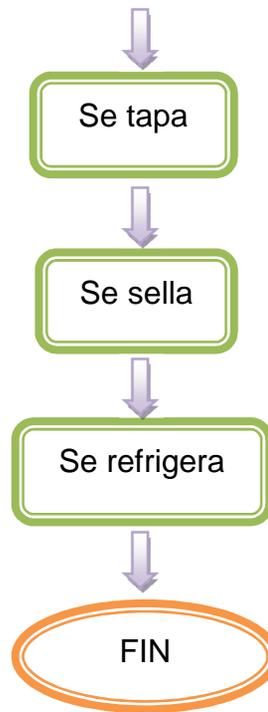
Grafica 11. Flujograma de procesos



Grafica 11. (Continuación)



Grafica 11. (Continuación)



5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción diseñada es de 1125 porciones de postre por día. La capacidad de producción instalada de la empresa es para 1000 porciones de postre diarios, tomando las 24 horas del día y solo se producirán 375 porciones diarias, lo que representa el 33,3 % de la capacidad diseñada y que es lo que se espera producir en una jornada de 8 horas.

Tabla 15. Capacidad de producción

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	cantidad unidades diarias	%
Diseñada	1125	100
Instalada	1000	88,8
Utilizada	375	33,3
Ociosa	925	82,22

5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Postres de la fruta a definido un periodo de evaluación de 6 meses en los que verificara la aceptación del producto en el mercado y el agrado por éste, en este periodo se espera vender una cantidad aproximada de 9375 porciones del postre por mes, lo que significa que la producción diaria debe ser de 375 porciones del producto.

Proyección de ventas

Tabla 16. Proyección de ventas

AÑO 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
3000						
VALOR	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000
CANTIDA D unid	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375

Tabla 16. (continuación)

AÑO 1	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
3000						
VALOR	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000
CANTIDA D unid	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375

AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
precio	3000	3150	3307	3472	3646
VALOR	337.500.000	389.812.50 0	450.165.37 5	519.888.60 0	600.537.21 8
CANTIDA D unid	112.500	123.750	136.125	149.738	164.711

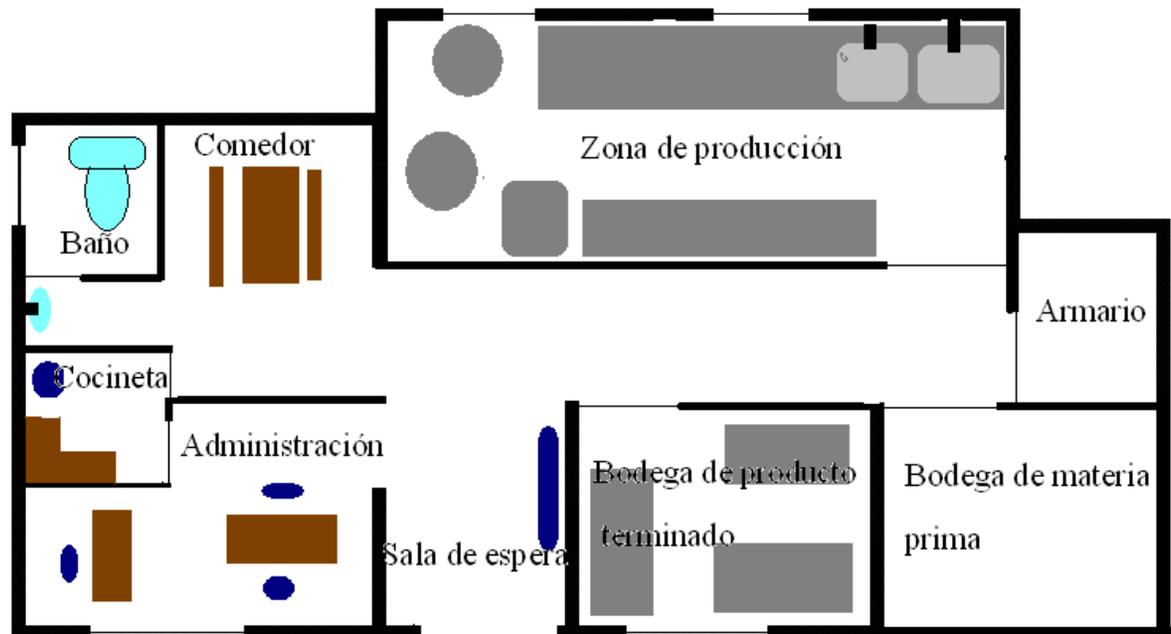
5.5 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN

5.5.1 Locaciones

El local en el que se producirá es de propiedad de uno de los socios de la empresa, el impuesto predial a pagar es de 18.600\$ mensuales, por ser un lugar de vivienda y no de industria requiere las siguientes modificaciones. (en el punto 6.3.1 **Locaciones** encontrara el plano original)

Derribar 4 muros, reformar el baño, hacer tres muros, tapar una puerta y hacer tres, ponerle baldosín a la zona de fabricación, también se requieren instalaciones eléctricas, instalaciones para gas y las reparaciones que requieren los sitios que tenían muros, adicionalmente el revoque y la pintura.

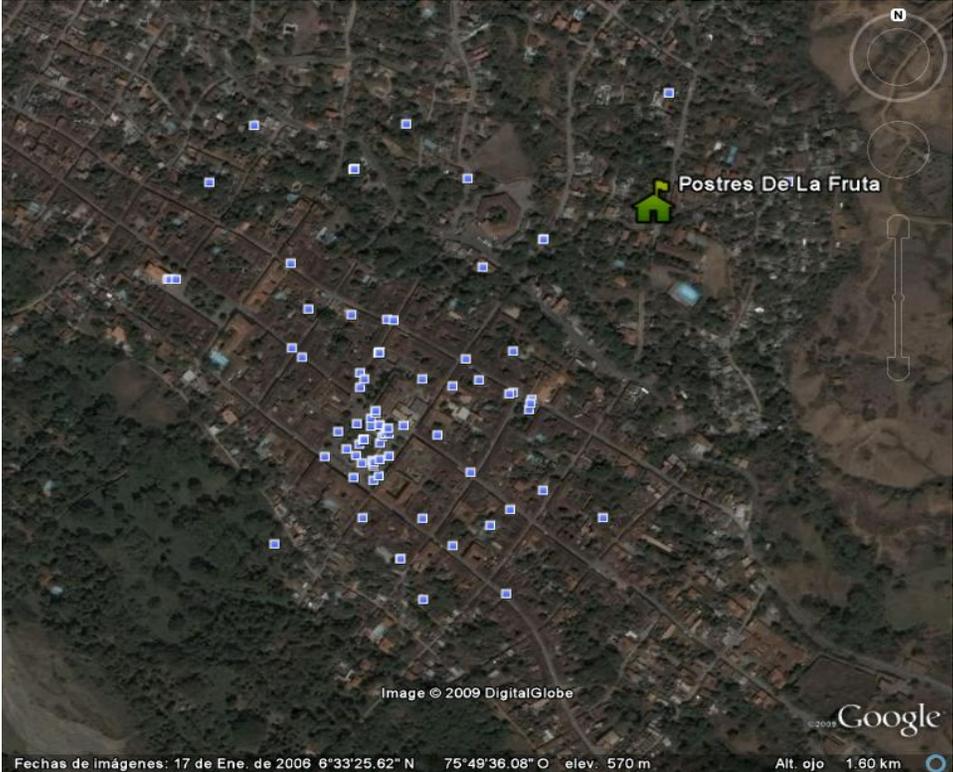
Grafica 12. Plano de adecuaciones



5.5.2 Macro y micro localización

Departamento de Antioquia, en el municipio de Santa Fe de Antioquia, en el barrio la Maquea, en la dirección carrera 7 No. 13b-05, de propiedad de Diana Patricia Alcaraz.

Grafica 13. Localización



5.5.3 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 17. Requerimiento de maquinaria, equipo, muebles y enseres

Maquinaria, equipo, muebles, enseres	cantidad	Precio por unidad	Valor total	Vida útil
Marmitas de 20gl	1	8.804.400	8.804.400	10 años
Licuadaora industrial	1	2.192.400	2.192.400	10 años
Mesones de acero inoxidable	2	500.000 700.000	1.200.000	10 años
balanza	1	94.000	94.000	10 años
Neveras de icopor	10	35.000	350.000	10 años
Refrigeradores	3	1.200.000	3.600.000	10 años
TOTAL			16.240.800	

Tabla 18. Requerimiento de utensilios

Utensilios	cantidad	Precio por unidad	Valor total	Vida útil
Recipientes de plástico	10	5.000	50.000	1 año
Recipientes de metal	5	15.000	75.000	1 año
Ollas grandes	5	40.000	200.000	1 año
Cucharones de acero	4	10.000	40.000	1 año
Espátulas	3	8.000	24.000	1 año
Cucharas	10	3.000	30.000	1 año
Botas de caucho	5 pares	28.000	140.000	1 año
Trapos de cocina	15	4000	60.000	1 año
TOTAL			619.000	

5.5.4 Requerimiento de materiales e insumos

Para un mes:

Tabla 19. Requerimiento de materia prima

Materia prima	unidad de compra	cantidad a producir	En unidades de compra
Leche	litro	9375	1875 litros
pulpa de mango	kilo	9375	938 Kilos
gelatina	Gramos	9375	56,25 Gramos
crema de leche	Litro	9375	937,5 Litros
azúcar	Kilo	9375	140,625 Kilos

5.5.5 Requerimientos de servicios

Tabla 20. Requerimiento de servicios

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio
Agua	Será fundamental para el aseo del área de producción	Conhidra	281.250
Electricidad	Para funcionamiento de gran cantidad de equipo sobretodo los refrigeradores.	EPM	281.250
Gas	El gas es trasportado por cilindros	Rubén gas Pipetin	328.150
Mantenimiento de maquinaria y equipo	El técnico encardo de la maquinaria y la asepsia de esta visitara la empresa cada mes.		50.000

Estos valores están incluidos en el costo total unitario del producto.

5.5.6 Requerimientos de personal.

Tabla 21. Requerimiento de personal

Personal	Función
2 Operadores	Serán quienes se encarguen de la elaboración del producto, el superior a cargo será el gerente de la empresa.

5.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Antes de comenzar a producir se requiere:

Registrar la empresa de forma legal

El arrendamiento del lugar de producción.

La adecuación de toda el área de producción para que cumpla con las normas higiénico sanitarias correctas.

El alquiler de algunos equipos para la producción y la compra de otros.

Crea contrato de compra con los intermediarios.

Contratación del personal.

Elegir y negociar con los proveedores.

Proceso de producción

Tabla 22. Proceso de producción

	Proceso	Personas requeridas	Maquinaria	Tiempo en minutos
1	se licua la pulpa de mango con la leche	1	Licadora industrial	5
2	se pone a hervir la mezcla	2	marmita	180
3	cuando hierva la mezcla se le agrega el azúcar	1	gramera	2
4	en otro recipiente se hidrata la gelatina	1	Fogón y olla	20
5	y se mesclan	2	Cucharon	2
6	se deja hervir por 5 minutos	1	marmita	5
7	se retira del fuego	2	marmita	3
8	se le agrega la crema de leche	2	cucharon	3
9	se mezcla muy bien	1	cucharon	10
10	se deja enfriar			120
11	en los vasos de empaque se deposita mango en trozos	2	Cuchillo, los vasos de empaque	60
12	luego se agrega la mezcla en los vasos con el mango	2	Vasos de empaque	90
13	se lleva a refrigerar	2	refrigerador	90
14	cuando se endúrese se agrega crema de leche encima	2		60
15	se tapa	2	tapas	45
16	y se sella	2		45

El tiempo total es de 740 minutos, en tiempo real es de 441 minutos, lo que en horas son 7 con 35 minutos, dentro de esta cuenta se encuentra el periodo de refrigeración, en el cual no se requieren los operadores que en este momento se encargaran de la desinfección y ordenamiento de la parte de producción.

Diagrama de Gantt para las actividades operativas

(El diagrama con las actividades pre operativas, se encuentra en el punto 6.4)

Tabla 23. Gantt de actividades operativas

Horas laborales	1	2	3	4	descanso	5	6	7	8
Proceso	30 minutos								
1 licuar la pulpa de mango con la leche	█								
2 poner a hervir la mezcla	█								
3 cuando hierva la mezcla se le agrega el azúcar	█								
4 hidratar la gelatina	█								
5 mesclar	█								
6 dejar hervir por 5 minutos	█								
7 retirar del fuego	█								
8 agrega la crema de leche	█								
9 mezcla muy bien	█								
10 deja enfriar	█								
11 deposita mango en trozos en el empaque	█								
12 agregar la mezcla en los vasos	█								
13 llevar a refrigerar	█								
14 agrega crema de leche encima	█								
15 se tapa	█								
16 y se sella	█								

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Planeación:

Misión

Postres de la fruta E.U. tiene como misión producir y comercializar productos alimenticios con calidad e inocuidad, asegurando la salud y bienestar de nuestros consumidores, operando en un marco de ética y responsabilidad social.

Visión

Postres de la fruta E.U. aspira a ser reconocida siempre como una empresa productora de postres de primera calidad e inocuidad que opera dentro de un marco de ética y responsabilidad social.

Principios

La empresa Postres de la Fruta E.U. tiene como principios la Ética, la responsabilidad social, el cumplimiento, y el buen servicio a sus clientes y empleados.

Objetivos

Abastecer a los clientes del occidente antioqueño con productos de buena calidad, asumiendo esa responsabilidad mediante la implementación de procesos de control de calidad eficaces.

Fabricar un producto de buena calidad, con aportes nutricionales y saludables que beneficie a los consumidores de postres de la fruta.

Organización

Para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.

Como principal fuente de la organización es seleccionar el personal según el perfil requerido (mencionado en el punto 6.2.1 manual de funciones) será fundamental las buenas relaciones sociales entre los empleados pues el contacto entre ellos será constante.

Los equipos de trabajo están dividido en tres partes, primero la parte administrativa que contara con el gerente de la empresa, quien será el encargado de guiar y velar por el buen funcionamiento de la empresa, el será la fuente directa de comunicación y quien rinda cuenta a la junta directiva; el gerente esta acompañado de una secretaria (oficios varios) quien llevara el orden y colaborara con las múltiples labores del gerente, estas dos personas deben verificar el buen desempeño del resto del personal de la empresa de manera constante, para asegurar a si el buen funcionamiento. Dos operadores encargados de la parte de producción, el motor de la empresa, estas personas fabricaran el producto, abra uno que le indique a su compañero que hacer, y que será el superior encargado de comunicar inquietudes o novedades al gerente, estas personas también

estarán a cargo de la parte de aseo del área de producción, además se encargaran de dar aportes que faciliten la estandarización del proceso y su optimización. El vendedor, quien también deberá cumplir con la labor de repartidor, será el puente entre la empresa y sus clientes, y quien lleve la imagen de postres de la fruta, de el depende el buen servicio al cliente, la eficiencia en las entregas, la toma de pedidos y comunicarle a la empresa sobre los comentarios de los clientes. En el caso del vendedor el conducto a seguir es directamente con el gerente que será el superior a cargo. La organización de la empresa puede ser modificada según los resultados del control.

Para la parte de producción y venta. Los procesos están estandarizados en tiempo, cantidad y proceso para asegurar así el resultado. Las ventas se harán en preventa, y se dará el servicio posventa donde se evalué la rotación del producto el estado en fechas de caducidad, y el manejo dado por los clientes. Lo anterior estará sujeto a modificaciones con los resultados del control.

Ejecución

Para llevar a cabo físicamente las actividades que guíen la empresa bajo los pasos de la planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas están, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad, poner en practica la filosofía de participación en el personal de la empresa, conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo, motivar a los miembros de la empresa, comunicar con efectividad, desarrollar a los miembros para que realicen todo su potencial, recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho, satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el

trabajo; y revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.

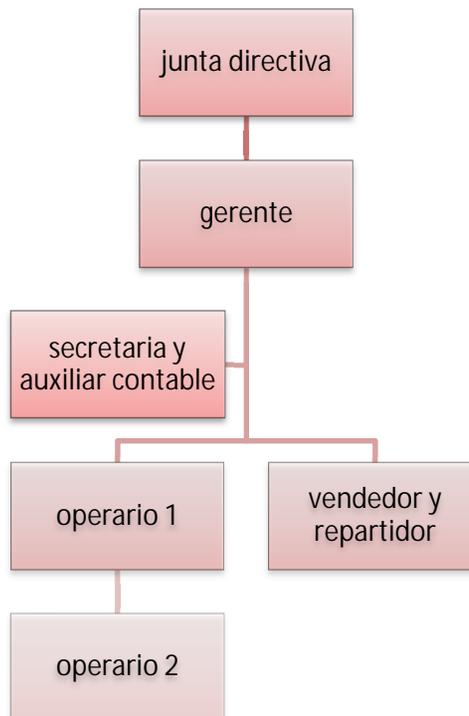
Control

Las discrepancias, malas interpretaciones y obstáculos inesperados que puedan presentarse habrán de ser comunicados con rapidez al gerente para que se emprenda una acción correctiva. Se comparará los resultados con los planes generales, se evaluarán los resultados contra los estándares de desempeño, se idearán los medios efectivos para medir las operaciones, se comunicarán cuáles son los medios de medición, se transferirán datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones, sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias e informar a los miembros responsables las interpretaciones; se ajustará el control a la luz de los resultados del control.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.2.1 Organigrama

Grafica 14. Organigrama



Descripción funcional de la Organización

La empresa contará con una junta directiva formada por los propietarios de la empresa, un administrador, que se encargará del manejo de pedidos y ventas además de los de la empresa; un contador externo contratado para el balance y cierre, 2 operadores para la fabricación del postre y uno para la distribución de éste; y una persona encargada de oficios varios mencionada aquí como secretaria.

Manual de funciones

Funciones generales:

Velar por el buen uso de la maquinaria, equipo de trabajo, muebles y enseras y por las edificaciones de la empresa.

Estar aseado y con la ropa limpia y en caso de utilizar uniforme llevarlo bien y completo.

Cuidar las materias primas y los insumos con los que se trabaje.

Generar situaciones de compañerismo y buen trato en el ambiente laboral.

Respetar al personal que labora en la empresa.

No generar ambientes de tencion ni malos comentarios.

Respetar los bienes ajenos y de la empresa

Ser puntuales en los horarios o dar aviso con pertinencia del hecho.

Cooperar con el buen servicio y puntualidad en la entrega de los productos.

Generar sentido de pertenencia por la empresa.

Ofreser un servicio optimo a los clientes.

Tabla 24. Funciones gerente administrativo

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE ADMINISTRATIVO
SUPERIOR INMEDIATO	SOCIOS
TIPO DE CONTRATACIÓN: INDEFINIDO	
SALARIO ASIGNADO: 700.000	
CARGA PRESTACIONAL:	59%
<p>FUNCIONES</p> <p>Desarrollar y planificar estrategias, teniendo en cuenta el enfoque del negocio</p> <p>Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades de la organización</p> <p>Aprobar la formulación del presupuesto anual y dirigir y controlar su ejecución</p> <p>Administrar los recursos financieros, humanos y tecnológicos</p> <p>Evaluar las estrategias y proyecciones de la empresa</p> <p>Llevar la contabilidad de la empresa según las normas contables establecidas en Colombia</p> <p>Coordinar estudio de crédito de nuevos clientes</p>	
PERFIL	
Formación académica deseada	Tecnólogo en áreas administrativas
Experiencia mínima	1 año en cargos similares
Aptitudes o habilidades	<p>Manejo de personal</p> <p>Planeación y organización del trabajo</p> <p>Aptitudes de Liderazgo</p> <p>Excelente comunicación y relaciones humanas</p> <p>Iniciativa y capacidad de negociación</p>

Tabla 25. Funciones secretaria

NOMBRE DEL CARGO	Secretaria y auxiliar contable
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente
TIPO DE CONTRATACIÓN: INDEFINIDO	
SALARIO ASIGNADO: 500.000	
CARGA PRESTACIONAL: 59%	
<p>FUNCIONES</p> <p>Responsable de recepcionar y registrar las actividades administrativas. Mantenimiento de archivos y contratos suscritos por la empresa. Atención diaria a la agenda de gerencia. Recepción de mensajes telefónicos. Cumplir y hacer cumplir las normas establecidas por las políticas de la empresa. Mantener actualizados los archivos físicos y en bases de datos, sobre las facturas generadas y anuladas, clasificándolas ordenadamente. Obedecer y realizar instrucciones que sean asignadas por su jefe.</p>	
PERFIL	
Formación académica deseada	Conocimientos en secretariado, y contabilidad
Experiencia mínima	Tres meses en cargos similares
Aptitudes o habilidades	<p>Proactiva y organizada</p> <p>Con buena disposición para trabajar en equipo y aprender.</p> <p>Excelente redacción.</p> <p>Dominio en Windows, Microsoft office, e internet.</p> <p>Dinámica y entusiasta.</p>

Tabla 26. Funciones vendedor

NOMBRE DEL CARGO	Vendedor y repartidor
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente
TIPO DE CONTRATACIÓN: INDEFINIDO	
SALARIO ASIGNADO: 500.000	
CARGA PRESTACIONAL: 59%	
<p>FUNCIONES</p> <p>Establecer un primer contacto.</p> <p>Construir relaciones duraderas y redituables con los clientes.</p> <p>Escucharlos</p> <p>Evaluar sus necesidades y problemas</p> <p>Encaminan los esfuerzos de la compañía hacia su resolución</p> <p>Ajustar la oferta</p> <p>Negociar condiciones de venta</p> <p>Analizar los datos de ventas</p> <p>Medir el potencial de un mercado</p> <p>Obtener información estratégica sobre algún mercado</p> <p>Desarrollar estrategias y planes de mercadeo.</p>	
PERFIL	
Formación académica deseada	Técnico en mercadeo
Experiencia mínima	6 meses en ventas
Aptitudes o habilidades	<p>Respetuoso con los clientes</p> <p>Buena presentación personal</p> <p>Espíritu emprendedor</p> <p>Proactivo y organizado</p> <p>Con buenas relaciones sociales</p>

Tabla 27. Funciones operadores

NOMBRE DEL CARGO	Operadores
SUPERIOR INMEDIATO	Gerente
TIPO DE CONTRATACIÓN: INDEFINIDO	
SALARIO ASIGNADO: 500.000	
CARGA PRESTACIONAL: 59%	
<p>FUNCIONES</p> <p>Realizar el proceso de aseo y desinfección de acuerdo a la programación de tareas para cada puesto de trabajo.</p> <p>Saber las especificaciones de producción, de llenado y empaçado del producto.</p> <p>Tener la capacidad de envasar correctamente las cantidades adecuadas, cumpliendo esto con las especificaciones que la compañía tiene para cada producto.</p> <p>habilidad para manipular herramientas o equipos industriales que faciliten el desempeño laboral, para el ahorro de tiempo de los procesos y aumento de la productividad, cumpliendo con las expectativas de la organización.</p> <p>establecer una comunicación directa y abierta con el Jefe</p> <p>Informar sobre las anomalías de la calidad del material del envase en las líneas de producción.</p> <p>Dar conocimiento inmediato y adecuado al gerente, sobre las novedades que se presenten en las líneas de producción en cuanto a calidad, orden, limpieza, seguridad y mantenimiento de los equipos y productos.</p>	
PERFIL	
Formación académica deseada	Bachiller, certificado de manipulación de alimentos
Experiencia mínima	6 meses con manejo de alimentos
Aptitudes o habilidades	<p>Ser muy aseado</p> <p>Capacidad para manejar equipos de fabricación de alimentos.</p> <p>Conocimiento de manipulación de alimentos</p> <p>Conocimientos de limpieza y desinfección de maquinaria y equipo.</p>

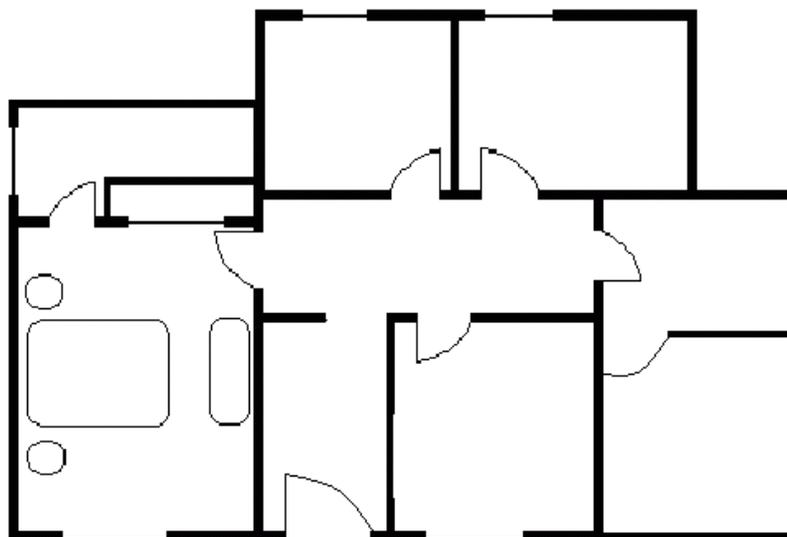
La empresa contara con una junta directiva formada por los propietarios de la empresa, un administrador, que se encargara del manejo de pedidos y ventas además de los de la empresa; un contador externo contratado para el balance y cierre, 2 operadores para la fabricación del postre y uno para la distribución de éste; y una persona encargada de oficios varios mencionada aquí como secretaria.

6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

6.3.1 Locaciones

El local o planta productora del postres del a fruta será en alquiler el cual tiene un costo de \$300.000, este lugar se encuentra ubicado en el llano de bolívar en el sector llamado Miraflores parte alta, el plano es el siguiente:

Grafica 15. Plano



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla 28. Requerimiento de equipo

Equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil
Un computador	1	1.700.000\$	1.700.000	3 años
Software de administración	1	900.000\$	900.000	3 años
Teléfono	1	90.000	90.000	3 años
Ventilador	4	60.000	240.000	3 años
impresora	1	130.000	130.000	3 años
Fax	1	100.000	100.000	3 años
TOTAL			3.160.000	

Muebles y enseres

Tabla 29. Requerimiento de muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil
Meza para PC	1	150.000	150.000	10 años
sillas de recepción	5	40.000	200.000	10 años
Escritorio	1	90.000	90.000	10 años
cafetera	1	80.000	80.000	10 años
Extintor	2	100000	200.000	10 años
TOTAL			720.000	

Vehículos

Tabla 30. Requerimiento de vehículo

Vehículo	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil
Moto de carga con furgón refrigerante	1	11.950.000	11.950.000	5 años

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

De los siguientes elementos hay de compra mensual por que se acaban y otros son de uso permanente y una sola compra.

Tabla 31. Requerimiento de materiales de oficina

Elemento	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Cosedora	1	4000	4000
Ganchos para cosedora	1	2000	2000
Papel en resma	1	10000	10000
Bolígrafos	1 caja x 12	3600	3600
Lápiz	1 caja x 12	8200	8200
Tijeras	1	2000	2000
Sobres de manila	50	100	5000
Cinta pegante	3	1000	3000
Tinta de impresora	1 botella 150cc.	10000	10000
corrector	1	3000	3000
TOTAL			50.800

Elementos de aseo

Tabla 32. Requerimiento de elementos de aseo

Elemento	Cantidad	Precio por unidad	Precio total	Vida útil
Trapeador	1	4000	4000	3 meses
Escoba	1	4000	4000	3 meses
Limpiones	10	1000	10000	2 meses
Recogedor	1	4000	4000	1 año
Escoba de techo	1	4000	4000	5 años
Escubillon	1	3000	3000	1 año
Cortina para el baño	1	10000	10000	1 año
Papelera	3	2000	6000	5 años
Basurera	2	10000	20000	5 años
Bolsas para basura	2 paquetes x 12	3000	6000	1 mes
TOTAL			71.000	

Tabla 33. Requerimiento de productos de aseo

Elemento	Cantidad	Precio por unidad	Precio total
Detergente	10 kl	5.200	52.000
Hipoclorito	20 litros	3.800	76.000
Jabón desinfectante	10 litros	3.500	35.000
Jabón antibacterial	4 litros	2.900	11.600
Papel higiénico	36 rollos	1000	70.200
Toallas de cocina	30	1.000	30.000
Toallas desechables para las manos	10 paquetes	4.500	45.000
TOTAL			285.600

Elementos de cafetería

Tabla 34. Requerimiento de elementos de cafetería

Elemento	Cantidad	Precio por unidad	Precio total
Azúcar	2 paquetes de 100 sobres	4.000	8.000
Vasos	2 paquetes de 100	1.000	2.000
Cucharas	1 paquete de 100	3.200	3.200
Café	500g	8.000	8.000
Aromática	1 caja de 30	3.000	3.000
Galletas	5 paquetes	2.800	14.000
TOTAL			38.200

6.3.4 Requerimientos de servicio

Tabla 35. Requerimiento de servicios

Servicios necesarios para admón.	Entidad o persona que provee el servicio	Valor mensual del servicio
Seguro contra robo e incendio	suramericana	100.000
Mantenimiento para software y PC	Leandro Arenas Rivera	20.000
Agua	Conhidra	10.000
Electricidad	EPM	20.000
Servicio de telefonía e internet, dúo play.	EdateL	100.000
TOTAL		700.000

6.3.5 Requerimiento de personal

Administrador.

El perfil para este cargo requiere a una persona, con conocimientos de administración, que entienda de contabilidad, que maneje el área de negociación con clientes y proveedores, que tenga buen trato con los subalternos, que sepa delegar funciones, y sobretodo que desarrolle sentido de pertenencia con la empresa para que pueda velar por el desarrollo de esta. Esta persona contara con un salario mensual de \$700.000, este salario contara con todas las prestaciones sociales, lo que le significara a la empresa un costo mensual de \$1.115.450.

Oficios varios o secretaria

Para este cargo se requiera a una persona que pueda colaborar en la parte administrativa de forma esporádica, es decir, cuando sea solicitada pero su permanencia debe ser constante en la empresa de forma que en caso que no se requiera en la parte administrativa estará en producción o en la parte de aseo de las locaciones de la empresa. Se solicita a esta persona con conocimientos básicos de sistemas y que tenga certificado de manipulación en alimentos, que tenga buenas relaciones interpersonales, y dispuesta a tener sentido de pertenencia con la empresa. Esta persona tendrá un salario de \$500.000 mensuales, el salio tendrá todas las prestaciones sociales, lo que le generara a la empresa un costo mensual de \$796.750.

6.4 PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN

Antes de comenzar a operar se requiere:

Registrar la empresa de forma legal

La adecuación de toda el área de producción para que cumpla con las normas higiénico sanitarias correctas.

Compra de equipos para la producción.

Crea contrato de compra con los intermediarios.

Contratación del personal.

Elegir y negociar con los proveedores.

Tabla 36. Gantt de actividades preoperativas

Actividades	Semanas									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Registrar la empresa de forma legal										
La adecuación del lugar										
Compra de maquinaria de producción										
Compra de equipos muebles y enseres										
Contactar a los intermediarios.										
Contratación del personal.										
Elegir y negociar con los proveedores.										
Adquisición de insumos y materia prima										

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La empresa será una empresa unipersonal por razones de tramitación, ya que es mucho más fácil.

7.2 CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS

Pasos para legalización de la empresa

- Consulta del nombre de la empresa (en la pagina web de la cámara de comercio).
- Escritura Pública (en notaria).

El nombre y domicilio de las personas que intervienen como otorgantes. En las personas naturales deberá indicarse la nacionalidad y documentos identidad.

Diana Patricia Alcaraz Lopera Carrera 14 # 18-78.

Karin Hincapié Hernández Calle 9 # 5-117

- La clase o tipo de sociedad: Unipersonal
- Domicilio de la sociedad: Calle 6 sur # 50 D19 Ilano de Bolívar, Mira Flores
- Objeto social: PRODUCTORA DE ALIMENTOS POSTRES DE LA FRUTA E.U

- Capital social (según préstamo bancario)
- La época y la forma de convocar y sustituir la asamblea o junta de socios en Sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia.
- Fechas en las que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma de distribuirse utilidades, y las reservas que deben hacerse.
- Duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma.
- La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la sociedad.
- Nombre y domicilio de las personas que han de representar legalmente la sociedad: Karin Hincapié Hernández, calle 9 # 5-117.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal
- Demás pactos estipulados por los asociados para regular la relación a que da origen el contrato.

“EN LAS EMPRESAS UNIPERSONALES LA RESPONSABILIDAD QUEDA LIMITADA AL MONTO DEL ACERVO ASIGNADO A LA EMPRESA”

- Diligenciar el RUT (registro único tributario), ante la DIAN para nuevos Comerciantes (en la pagina Web de la DIAN) para luego obtener el NIT.
 - REGISTRO MERCANTIL \$ 430.900
 - INDUSTRIA Y COMERCIO \$25.000
 - **MARCAS** (tiene un costo aproximado de \$500.000 pesos por marca a registrar)
 - El registro **INVIMA** tiene un valor \$2.000.000 de pesos por producto

¿Que se debe hacer para registrar la marca?

Si usted es una persona natural o jurídica y quiere registrar una marca o lema comercial para que le sea concedido el uso exclusivo por diez años, y el derecho de actuar contra terceros que la utilicen sin consentimiento, debe presentar la solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio - Delegatura de Propiedad Industrial.

Tipos de marcas:

- **Tridimensional o plástica:** constituidas por formas particulares en los envases, recipientes, embalajes u otros acondicionamientos.
- **Sonora o auditiva:** constituida por un sonido o combinación de sonidos suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica.
- **Figurativas:** integradas únicamente por una figura o un signo visual que se caracteriza por su configuración o forma particular.
- **Nominativas:** aquellas integradas por una o más letras, dígitos, números, palabras frases o combinaciones de ellos y que constituyen un conjunto legible y pronunciable.
- **Mixtas:** integradas por uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos figurativos en combinación.
- **Olfativa:** aquella constituida por un olor suficientemente distintivo y susceptible de representación gráfica (fórmula química).

El lema comercial es nominativo, no puede ser mixto. Las marcas figurativas y mixtas también se conocen como etiquetas o logotipos.

En que consiste:

El trámite inicia cuando el peticionario radica la solicitud en la Superintendencia de Industria y Comercio, para ser trasladada a la División de Signos Distintivos, para su estudio de forma, si la documentación se encuentra completa y cumple con los requisitos establecidos en la ley, se envía para su publicación, en caso contrario, se requerirá por auto al solicitante, para que complete su solicitud.

Se publicará la solicitud en la gaceta de propiedad industrial por 30 días hábiles, de tal manera que cualquier persona que tenga legítimo interés pueda presentar oposición a la solicitud de registro de la marca y/o lema comercial.

Si durante el término de la publicación se presentan y admiten las oposiciones, se notificará al peticionario para que dentro de los 30 días hábiles siguientes pueda presentar sus alegatos.

La División de Signos Distintivos procederá a realizar examen de registrabilidad tanto a las solicitudes con oposición como las que no tengan oposición, para determinar si se concede o niega el registro, cualquiera que sea la decisión se le notificará al peticionario mediante resolución motivada.

Los peticionarios u opositores podrán, si es del caso, interponer recursos de reposición (ante el jefe de división) y/o de apelación (ante el Delegado para la propiedad industrial) como único medio para impugnar la decisión tomada por la administración. El recurso puede revocar o confirmar la decisión tomada.

Para finalizar, si la solicitud fue concedida se asigna número de certificado de registro, el cual tendrá vigencia por diez años contados a partir de la ejecutoria de la decisión.

Requisitos y documentos necesarios para el trámite:

- Presentación de la solicitud la cual deberá contener lo siguiente: diligenciamiento del formulario único (petitorio), que se adquiere de manera gratuita en los servicios de atención al usuario, en original y copia para que

ésta última quede una vez radicada en poder del solicitante.

- Para los efectos legales se considerará como fecha de presentación de la solicitud, la de su recepción por parte de la Superintendencia, siempre que al momento de la recepción hubiera contenido por lo menos lo siguiente:
- La indicación que se solicita el registro de una marca;
- Los datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud, o que permitan a la oficina nacional competente comunicarse con esa persona;
- La marca cuyo registro se solicita, o una reproducción de la marca tratándose de marcas denominativas con grafía, forma o color especiales, o de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales con o sin color;
- La indicación expresa de los productos o servicios para los cuales desea proteger la marca.
- El comprobante de pago de las tasas establecidas.
- Comprobante de pago de la tasa única, cancelado en cualquier sucursal del Banco Popular en la cuenta nacional No. 05000 110-6, código rentístico 01, a nombre de la DTN - Superindustria y Comercio. La copia del recibo de consignación será reemplazada en el Mezanine de la Superintendencia de Industria y Comercio por un recibo oficial que debe ir anexo a la solicitud.

Principales normas que regulan el trámite:

- Código contencioso administrativo, artículos 12 y 13.
- Decreto 2153 de 1992, por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones.
- Decisión 486 de la comisión de la comunidad andina, régimen común sobre propiedad industrial.
- Decreto 2591 de 2000, Por el cual se reglamenta parcialmente la decisión 486 de la comisión de la comunidad andina.

- Circular única título X, Propiedad Industrial.

Otros datos sobre el trámite:

- Dependencia que coordina la tramitación: División de signos distintivos.
- Funcionario que resuelve definitivamente el trámite: Jefe división de signos distintivos.
- Tiempo aproximado para resolver el trámite: 8 meses.
- Número aproximado de trámites gestionados anualmente: 14318.
- Costo del trámite: de acuerdo a tarifas vigentes.

Formatos o formularios

Para la presentación de la solicitud el particular debe diligenciar el formulario único de registro de signos distintivos, código 2010-F01.

Patentes

Se requieren los mismos documentos que para la inscripción de las marcas.

Laborales

- Inscripción de la empresa a la ARP y a la caja de compensación familiar.
- Afiliar a los trabajadores a salud, cesantías, riesgos profesionales y confamiliares.

- Elaborar el reglamento de trabajo, de higiene y salud ocupacional y hacerlo avalar por el ministerio de trabajo y seguridad social.

Grafica 16. Obligaciones a cargo del empleador

OBLIGACIONES A CARGO DEL EMPLEADOR					
Obligaciones mensuales	Pensión* 14,5% del salario de cada trabajador del cual 10,875% está a cargo del empleador.	Salud 12% del salario de cada trabajador del cual 8% está a cargo del empleador.	Riesgos Profesionales Dependiendo de la clase del riesgo en el que esté clasificada la actividad económica de la empresa varía del 0,5% hasta el 8,7% del valor total de la nómina mensual.	Aportes a Cajas de compensación familiar 9% del valor total de la nómina mensual pagada en su integridad por el empleador.	Horas extras** Las horas extra desarrolladas dentro de la jornada diurna, se pagan con un recargo del 25% sobre el valor ordinario de la hora. Si se desarrollan en la jornada nocturna el recargo será del 75%.
Obligaciones semestrales	Prima de servicios** 30 días de salario por año, pagaderos semestralmente.				
Obligaciones anuales	Cesantías** 30 días de salario por año.	Intereses de cesantías** 12% anual sobre cesantía, liquidados a 31 de diciembre de cada año.		Vacaciones 15 días hábiles de descanso remunerado por cada año de servicios.	
Obligaciones aplicables a algunos trabajadores	Dotación*** Una entrega de vestido y calzado tres veces al año.	Licencia de maternidad**** 12 semanas de descanso remuneradas a partir de la época del parto.		Licencia de paternidad**** 8 días hábiles de descanso remunerado a partir de la época del parto.	

*El monto de la cotización aumenta dependiendo del salario. Esta información está detallada en este capítulo en la sección de Pensiones.

**No se aplica a trabajadores que reciban salario integral.

*** Sólo aplica para trabajadores que devenguen menos de dos salarios mínimos.

**** El pago lo hace la Empresa Prestadora de Salud a la cual esté afiliado el trabajador con los aportes mensuales a esta entidad.

OBLIGACIONES A CARGO DEL EMPLEADOR. Artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. . 6 de octubre de 2008. legislacion1.wikispaces.com/file/view/LEGISLACION.doc.

Obligaciones comerciales

- Solicitar el estudio del suelo ante la alcaldía de la localidad y tener la aprobación del suelo.
- Inscripción ante la cámara de comercio para adquirir el registro mercantil, certificado de existencia y representación legal.
- Tramitar ante la DIAN la expedición del NIT y el RUT.
- En la secretaria de hacienda de la alcaldía de la localidad realizar matrícula de industria y comercio, avisos y carteles.
- Ante los bomberos de la localidad solicitar el certificado de seguridad.
- Solicitar ante la oficina de Sayco y Acinpro el certificado de no usuario de música.
- Solicitar la visita de control sanitario por parte de la secretaria de salud.
- Creación de la apertura de cuenta corriente de la empresa ante el banco.
- Registro de los libros de contabilidad ante la cámara de comercio, y registro de nombramiento como gerente, revisor fiscal y junta directiva o de socios.
- Solicitar la autorización de facturación ante la DIAN para poder cumplir con las operaciones normales de la empresa.
- Solicitar ante la entidad respectiva la licencia ambiental donde certifique que no se está causando daños al medio ambiente

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

8.1.2 Recursos propios

La empresa tendrá como patrimonio 8.000.000 de pesos que serán aportados por sus dos propietarios, cada propietario aportara la suma de 4.000.000 de pesos en el momento de la creación de la empresa, este capital será desembolsado en una única cuota.

8.1.3 Créditos y prestamos bancarios

Para la formación de la empresa Postres de la Fruta se requiere un capital de \$78.652.000; los propietarios de la empresa aportaran al patrimonio la suma de \$8.000.000, por lo que la empresa requiere un préstamo de \$70.652.000, los cuales tendrán una tasa de interés proyectada del 1%, que es la tasa de interés con la que trabaja el fondo emprender, que es el que se aspira obtener. Se proyecta este crédito a 60 meses, debido a la cantidad del préstamo y a que la empresa solo esta comenzando.

Tabla 37. Plan de amortización

POSTRES DE LA FRUTA
PLAN DE AMORTIZACIÓN

-

VALOR PRESTAMO	70.651.313
PLAZO	60
TASA	0,083%
CUOTA MES	1.207.557

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	70.651.313	58.608	1.148.949	69.502.363
2	69.502.363	57.655	1.149.902	68.352.461
3	68.352.461	56.701	1.150.856	67.201.605
4	67.201.605	55.746	1.151.811	66.049.794
5	66.049.794	54.791	1.152.766	64.897.028
6	64.897.028	53.835	1.153.723	63.743.305
7	63.743.305	52.878	1.154.680	62.588.625
8	62.588.625	51.920	1.155.638	61.432.988
9	61.432.988	50.961	1.156.596	60.276.392
10	60.276.392	50.002	1.157.556	59.118.836
11	59.118.836	49.041	1.158.516	57.960.320
12	57.960.320	48.080	1.159.477	56.800.843

Tabla 38. (continuación)

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
año 1		640.217	13.850.469	
13	56.800.843	47.118	1.160.439	55.640.405
14	55.640.405	46.156	1.161.401	54.479.003
15	54.479.003	45.192	1.162.365	53.316.639
16	53.316.639	44.228	1.163.329	52.153.310
17	52.153.310	43.263	1.164.294	50.989.016
18	50.989.016	42.297	1.165.260	49.823.756
19	49.823.756	41.331	1.166.226	48.657.529
20	48.657.529	40.363	1.167.194	47.490.336
21	47.490.336	39.395	1.168.162	46.322.173
22	46.322.173	38.426	1.169.131	45.153.042
23	45.153.042	37.456	1.170.101	43.982.941
24	43.982.941	36.486	1.171.072	42.811.870
Año 2		501.712	13.988.974	
25	42.811.870	35.514	1.172.043	41.639.827
26	41.639.827	34.542	1.173.015	40.466.811
27	40.466.811	33.569	1.173.988	39.292.823
28	39.292.823	32.595	1.174.962	38.117.861
29	38.117.861	31.620	1.175.937	36.941.924
30	36.941.924	30.645	1.176.912	35.765.011
31	35.765.011	29.668	1.177.889	34.587.122
32	34.587.122	28.691	1.178.866	33.408.257
33	33.408.257	27.713	1.179.844	32.228.413
34	32.228.413	26.735	1.180.822	31.047.590
35	31.047.590	25.755	1.181.802	29.865.788

Tabla 39. (continuación)

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
36	29.865.788	24.775	1.182.782	28.683.006
Año 3		361.822	14.128.864	
37	28.683.006	23.794	1.183.764	27.499.242
38	27.499.242	22.812	1.184.745	26.314.497
39	26.314.497	21.829	1.185.728	25.128.769
40	25.128.769	20.845	1.186.712	23.942.057
41	23.942.057	19.861	1.187.696	22.754.360
42	22.754.360	18.876	1.188.682	21.565.679
43	21.565.679	17.890	1.189.668	20.376.011
44	20.376.011	16.903	1.190.654	19.185.357
45	19.185.357	15.915	1.191.642	17.993.715
46	17.993.715	14.926	1.192.631	16.801.084
47	16.801.084	13.937	1.193.620	15.607.464
48	15.607.464	12.947	1.194.610	14.412.854
Año 4		220.534	14.270.152	
49	14.412.854	11.956	1.195.601	13.217.253
50	13.217.253	10.964	1.196.593	12.020.660
51	12.020.660	9.972	1.197.586	10.823.074
52	10.823.074	8.978	1.198.579	9.624.495
53	9.624.495	7.984	1.199.573	8.424.922
54	8.424.922	6.989	1.200.568	7.224.353
55	7.224.353	5.993	1.201.564	6.022.789
56	6.022.789	4.996	1.202.561	4.820.228
57	4.820.228	3.999	1.203.559	3.616.670
58	3.616.670	3.000	1.204.557	2.412.113
59	2.412.113	2.001	1.205.556	1.206.556

Tabla 40. (continuación)

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
60	1.206.556	1.001	1.206.556	
Año 5		77.832	14.412.854	

8.2 INGRESOS Y EGRESOS

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 ingresos propios del negocio

Los ingresos propios del negocio son las ganancias de su labor, equivalente a la producción y venta de postres que es el objetivo de la empresa, lo que quiere decir que son las 5000 porciones del postre mensual con un incremento trimestral en ventas (ver punto 4.5 **proyección de ventas**) que tendrá un total anual del 10% de incremento, el precio del producto tendrá un incremento del 5% anual.

Plan de Negocios

Tabla 41. Ingresos propios del negocio

AÑO 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
3000						
INGRESOS	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000
CANTIDAD unid	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375

AÑO 1	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
3000							
INGRESOS	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	28.125.000	337.500.000
CANTIDAD unid	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	9.375	

Ingresos proyectados a 5 años

Tabla 42. Ingresos proyectados

POSTRES DE LA FRUTA					
INGRESOS					
	2010	2011	2012	2013	2014
VENTAS TOTALES	337.500.000	389.812.500	450.233.438	520.019.620	600.622.661
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	337.500.000	389.812.500	450.233.438	520.019.620	600.622.661
Ingresos financieros	0	6.731.221	10.806.032	16.048.444	22.698.497
TOTAL INGRESOS	337.500.000	396.543.721	461.039.469	536.068.064	623.321.159

Análisis vertical año 1	
VENTAS TOTALES	100%
	0%
	0%
	0%
	0%

Distribución porcentual de los ingresos respecto al total

Análisis horizontal ingresos	
2010	
2011	16%
2012	16%
2013	16%
2014	16%

Crecimiento anual

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Activos fijos

Tabla 43. Activos fijos

POSTRES DE LA FRUTA			
INVERSIÓN ACTIVOS			
	Valor Total Del Activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA			
sillas de escritorio	200.000	10	96.000
mesa de trabajo para pc	150.000		
escritorio	90.000		
extintores	200.000		
cafetera	80.000		
ventiladores	240.000		
SUBTOTAL	960.000		96.000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
neveras de icopor	350.000		
refrigeradores	3.600.000	10	1.665.940
Marmita de 20 galones	8.804.400		
Licadora industrial	2.192.000		
Balanza de 5 kilogramos	94.000		
Mesones en acero	1.200.000		
Utensilios	419.000		
SUBTOTAL	16.659.400		1.665.940
VEHICULOS			
Moto de carga con furgón refrigerado	11.950.000	5	2.390.000
SUBTOTAL	11.950.000		2.390.000

Tabla 44. (continuación)

EDIFICACIONES			
Adecuaciones	5.000.000	5	1.000.000
SUBTOTAL	5.000.000		1.000.000

EQUIPO DE COMPUTO			
computador	1.400.000	3	573.333
Impresora	130.000		
Teléfono	90.000		
Fax	100.000		
SUBTOTAL	1.720.000		573.333

SOFTWARE			
licencia de office	300.000	3	400.000
software contable	900.000		
SUBTOTAL	1.200.000		400.000
TOTALES	37.489.400		6.125.273

INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	
------------------------------	--

Capital de trabajo	13.036.913
Inventarios	28.125.000
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	78.651.313

8.2.2.2 Costos

Tabla 45. Costos

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2010	2011	2012	2013	2014

FACTOR INCREMENTO COSTO VBLE	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

VENTAS TOTALES	Cantidades	112.500	123.750	136.125	149.738	164.711
	Costo unitario	1.863	1.956	2.053	2.156	2.264
		209.531.250	242.008.594	279.519.926	322.845.514	372.886.569

TOTAL COSTOS VARIABLES		209.531.250	242.008.594	279.519.926	322.845.514	372.886.569
------------------------	--	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Costos fijos

Tabla 46. Costos fijos

COSTOS FIJOS		2010	2011	2012	2013	2014
--------------	--	------	------	------	------	------

FACTOR INCREMENTO COSTOS FIJOS	Valor mes	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
--------------------------------	-----------	-------	-------	-------	-------	-------

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	50.000	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
MANTENIMIENTO MOTO DE CARGA	50.000	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304

TOTAL COSTOS FIJOS		1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
--------------------	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

8.2.2.3 Gastos

Tabla 48. Gastos

GASTOS OPERATIVOS		2010	2011	2012	2013	2014
FACTOR INCREMENTO GASTOS OPER.	Valor mes	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
IMPUESTO PREDIAL	18.600	223.200	234.360	246.078	258.382	271.301
SERVICIOS PUBLICOS	250.000	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	285.600	3.427.200	3.598.560	3.778.488	3.967.412	4.165.783
GASOLINA	450.000	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
BOTAS Y PAÑOS DE COCINA	16.667	200.004	210.004	220.504	231.530	243.106
PAPELERIA	40.000	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
SUBTOTAL GASTOS OPERATIVOS		12.730.404	13.366.924	14.035.270	14.737.034	15.473.886
Gasto por depreciación		5.725.273	5.725.273	5.725.273	5.151.940	5.151.940
Gasto por amortización		400.000	400.000	400.000	0	0
Gasto por impuestos		893.847	4.401.542	5.077.638	5.858.221	6.759.472
Gasto por publicidad		4.300.000	4.515.000	4.740.750	4.977.788	5.226.677
Gasto por salarios		33.023.400	34.674.570	36.408.299	38.228.713	40.140.149
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		57.072.924	63.083.310	66.387.230	68.953.696	72.752.124

8.2.2.4 Total egresos

Tabla 49. Egresos

POSTRES DE LA FRUTA					
EGRESOS					
	2010	2011	2012	2013	2014
Costos variables	209.531.250	242.008.594	279.519.926	322.845.514	372.886.569
Costos fijos	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
MANTENIMIENTO MOTO DE CARGA	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
TOTAL COSTOS	210.731.250	243.268.594	280.842.926	324.234.664	374.345.176
Gastos operativos	57.072.924	63.083.310	66.387.230	68.953.696	72.752.124
IMPUESTO PREDIAL	223.200	234.360	246.078	258.382	271.301
SERVICIOS PUBLICOS	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	3.427.200	3.598.560	3.778.488	3.967.412	4.165.783
GASOLINA	5.400.000	5.670.000	5.953.500	6.251.175	6.563.734
BOTAS Y PAÑOS DE COCINA	200.004	210.004	220.504	231.530	243.106
PAPELERIA	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
Gasto por depreciación	5.725.273	5.725.273	5.725.273	5.151.940	5.151.940
Gasto por amortización	400.000	400.000	400.000	0	0
Gasto por impuestos	893.847	4.401.542	5.077.638	5.858.221	6.759.472
Gasto por publicidad	4.300.000	4.515.000	4.740.750	4.977.788	5.226.677
Gasto por salarios	33.023.400	34.674.570	36.408.299	38.228.713	40.140.149
Gastos financieros	640.217	501.712	361.822	220.534	77.832
TOTAL GASTOS	57.713.141	63.585.022	66.749.052	69.174.230	72.829.956
TOTAL EGRESOS	268.444.391	306.853.615	347.591.978	393.408.894	447.175.133
Análisis vertical año 1					
Costos variables	78%	Distribución del total egresos en cada concepto			
Costos fijos	0%				
Gastos administrativos	21%				
Gastos financieros	0%				
Análisis horizontal egresos					
2010		Crecimiento anual			
2011	14%				
2012	13%				
2013	13%				
2014	14%				

8.3 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.3.1 Flujo de caja

Tabla 50. Flujo de caja

POSTRES DE LA FRUTA

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	337.500.000	389.812.500	450.233.438	520.019.620	600.622.661
Costos	210.731.250	243.268.594	280.842.926	324.234.664	374.345.176
Gastos operativos	57.072.924	63.083.310	66.387.230	68.953.696	72.752.124
Utilidad operativa	69.695.826	83.460.597	103.003.282	126.831.260	153.525.361
Impuesto de renta operativo	22.999.623	27.541.997	33.991.083	41.854.316	50.663.369
Beneficio fiscal financiero	-211.272	2.055.738	3.446.589	5.223.210	7.464.819
Utilidad operativa despues de impuestos	46.907.475	53.862.862	65.565.610	79.753.734	95.397.172
Depreciación y amortización	6.125.273	6.125.273	6.125.273	5.151.940	5.151.940
Flujo de caja bruto operativo	53.032.748	59.988.135	71.690.883	84.905.674	100.549.112

TIR DEL PROYECTO	75%
-------------------------	------------

VPN DEL PROYECTO	289.741.623
-------------------------	--------------------

Servicio de la deuda	13.850.469	13.988.974	14.128.864	14.270.152	14.412.854
Gastos financieros	640.217	501.712	361.822	220.534	77.832
Flujo de caja libre del inversionista	38.542.062	45.497.449	57.200.197	70.414.988	86.058.426

TIR DEL INVERSIONISTA	501%
------------------------------	-------------

VPN	289.713.123
------------	--------------------

8.3.2 Estado de resultados

POSTRES DE LA FRUTA

Tabla 51. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	337.500.000	389.812.500	450.233.438	520.019.620	600.622.661
Costos	210.731.250	243.268.594	280.842.926	324.234.664	374.345.176
Utilidad Bruta	126.768.750	146.543.906	169.390.512	195.784.956	226.277.485
Gastos operativos	57.072.924	63.083.310	66.387.230	68.953.696	72.752.124
Utilidad antes impuestos e intereses	69.695.826	83.460.597	103.003.282	126.831.260	153.525.361
Gastos financieros	640.217	501.712	361.822	220.534	77.832
Ingresos financieros	0	6.731.221	10.806.032	16.048.444	22.698.497
Utilidad antes de impuestos	69.055.609	89.690.105	113.447.491	142.659.170	176.146.026
Impuestos	22.788.351	29.597.735	37.437.672	47.077.526	58.128.189
Utilidad neta	46.267.258	60.092.370	76.009.819	95.581.644	118.017.837

8.3.3 Balance general

Tabla 52. Balance general

POSTRES DE LA FRUTA						
BALANCE GENERAL						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos corrientes						
Disponible	13.036.913	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Inversiones temporales		96.160.295	154.371.884	229.263.483	324.264.244	442.798.414
Deudores (cuentas por cobrar)		14.062.500	16.242.188	18.759.727	21.667.484	25.025.944
Inventarios	28.125.000	8.730.469	10.083.691	11.646.664	13.451.896	15.536.940
Otros activos						
Total activo corriente	41.161.913	119.953.264	181.697.762	260.669.873	360.383.624	484.361.298
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Maquinaria y equipo	16.659.400	16.659.400	16.659.400	16.659.400	16.659.400	16.659.400
Vehículos	11.950.000	11.950.000	11.950.000	11.950.000	11.950.000	11.950.000
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Equipo de computación	1.720.000	1.720.000	1.720.000	1.720.000	1.720.000	1.720.000
Depreciación acumulada	0	(5.725.273)	(11.450.547)	(17.175.820)	(22.327.760)	(27.479.700)
Software	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Amortización acumulada	0	(400.000)	(800.000)	(1.200.000)	(1.200.000)	(1.200.000)
Total activos no corrientes	37.489.400	31.364.127	25.238.853	19.113.580	13.961.640	8.809.700
Total activos	78.651.313	151.317.390	206.936.616	279.783.453	374.345.264	493.170.998
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	17.460.938	20.167.383	23.293.327	26.903.793	31.073.881
Impuesto por pagar		22.788.351	29.597.735	37.437.672	47.077.526	58.128.189
Obligaciones financieras corrientes	13.850.469	13.988.974	14.128.864	14.270.152	14.412.854	0
Total pasivos corrientes	13.850.469	54.238.262	63.893.981	75.001.151	88.394.173	89.202.069
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	56.800.843	42.811.870	28.683.006	14.412.854	(0)	(0)
Total pasivos no corrientes	56.800.843	42.811.870	28.683.006	14.412.854	(0)	(0)
Total pasivos	70.651.313	97.050.132	92.576.987	89.414.005	88.394.173	89.202.069
Patrimonio						
Capital	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Reserva Legal	0	0	4.626.726	10.635.963	18.236.945	27.795.109
Utilidades retenidas	0	0	41.640.532	95.723.666	164.132.503	250.155.983
Utilidad del periodo	0	46.267.258	60.092.370	76.009.819	95.581.644	118.017.837
Total patrimonio	8.000.000	54.267.258	114.359.629	190.369.448	285.951.092	403.968.929
Total pasivo y patrimonio	78.651.313	151.317.390	206.936.616	279.783.453	374.345.264	493.170.998

8.4 EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTO

8.4.1 Valor presente neto

El valor presente neto proyectado para la empresa postres de la fruta, es \$289.741.623, calculado con base a la proyección de flujo de caja del proyecto en el quinto año, menos la inversión inicial. El VPN para el inversionista es de \$289.713.123.

8.4.2 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno calculada para la empresa Postres de la Fruta es del 75%, y como TIR del inversionista tiene el 501%, lo que representa la rentabilidad de la empresa.

8.4.3 Indicadores financieros proyectados

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO

Tabla 53. Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS:	2010
Costos fijos	1.200.000
Gastos operativos	57.072.924
Gastos financieros	640.217
Impuestos	22.788.351
TOTAL COSTOS FIJOS	81.701.492

COSTOS VARIABLES	2010
Costo variable promedio	1.863
TOTAL COSTOS VARIABLES	1.863

PRECIO DE VENTA	2010
Precio de venta promedio	3.000
PRECIO DE VENTA UNITARIO	3.000

PUNTO DE EQUILIBRIO	2010
----------------------------	-------------

EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL	71.825
---	---------------

EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL	5.985
---	--------------

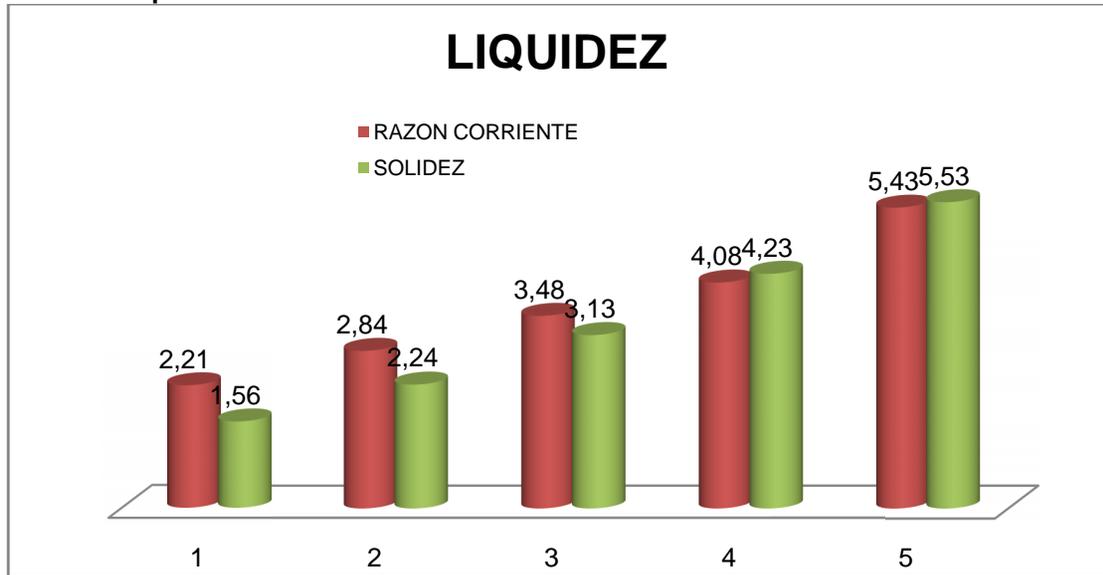
EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL	215.476.462
--	--------------------

EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	17.956.372
--	-------------------

Tabla 54. Indicadores de Liquidez

POSTRES DE LA FRUTA						
INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD						
LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
RAZON CORRIENTE	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	2,21	2,84	3,48	4,08	5,43
PRUEBA ACIDA Aplica para empresas con inventarios	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	2,05	2,69	3,32	3,92	5,26
SOLIDEZ	$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	1,56	2,24	3,13	4,23	5,53
CAPITAL DE TRABAJO	$\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CTE}$	65.715.001	117.803.781	185.668.722	271.989.452	395.159.229

Grafica 17. Liquidez

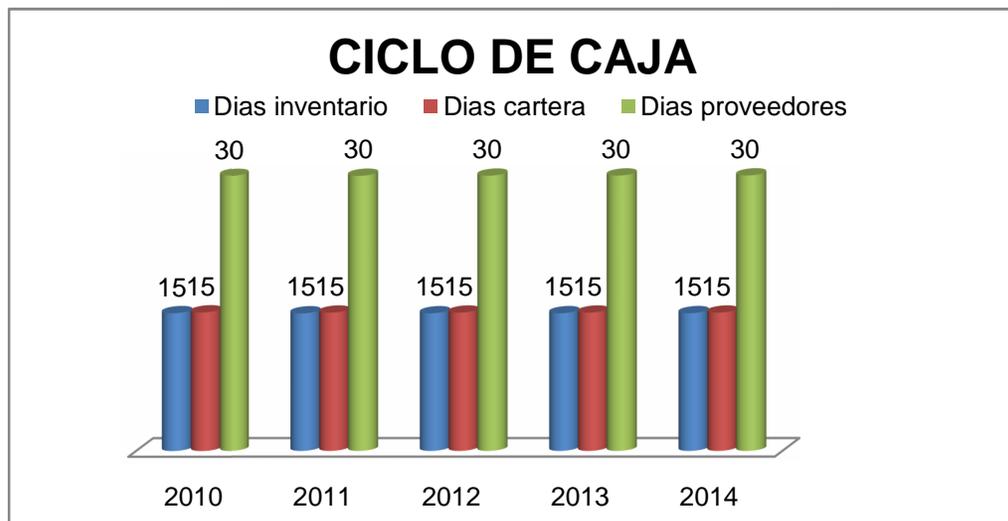


La liquidez del proyecto presenta indices positivos ya que para el 2010 es del 2,21 lo que indica que por cada peso de deuda que presentara la empresa en el corto plazo, tendra para responder 2 pesos con 21 centavos; a su vez el indice de prueba de fuego es de 1,56 lo que indica que por cada peso de deuda que tendra en el corto plazo abrà para responder 1 peso con 56 centavos en caja, bancos y cuentas por cobrar. Los dos indices cumplen con los estandares minimos que debe tener el proyecto, en la prueba de fuego que es 1 y la liquidez corriente que es 2. El indice de solidez es creciente partiendo de 1,56 en el 2010, hasta alcanzar el nivel de 5,53, lo que implica que cada año el crecimiento de los activos es propocionalmente mayor a la variacion de los pasivos.

Tabla 55. Indicadores de actividad

ACTIVIDAD	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
ROTACION DE INVENTARIO EN DÍAS	$\frac{\text{DIAS}}{\text{ROTACION INVENTARIO}}$	15	15	15	15	15
ROTACIÓN DE CARTERA EN DIAS	$\frac{\text{DIAS}}{\% \text{ DE ROTACIÓN DE CARTERA}}$	15	15	15	15	15
ROTACION PROVEEDORES	$\frac{\text{DIAS}}{\text{ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR}}$	30	30	30	30	30
CICLO DE CAJA NETO	$\frac{\text{DIAS INVENTARIO} + \text{DIAS CARTERA}}{- \text{DIAS PROVEEDORES}}$	0	0	0	0	0

Grafica 18. Flujo de caja

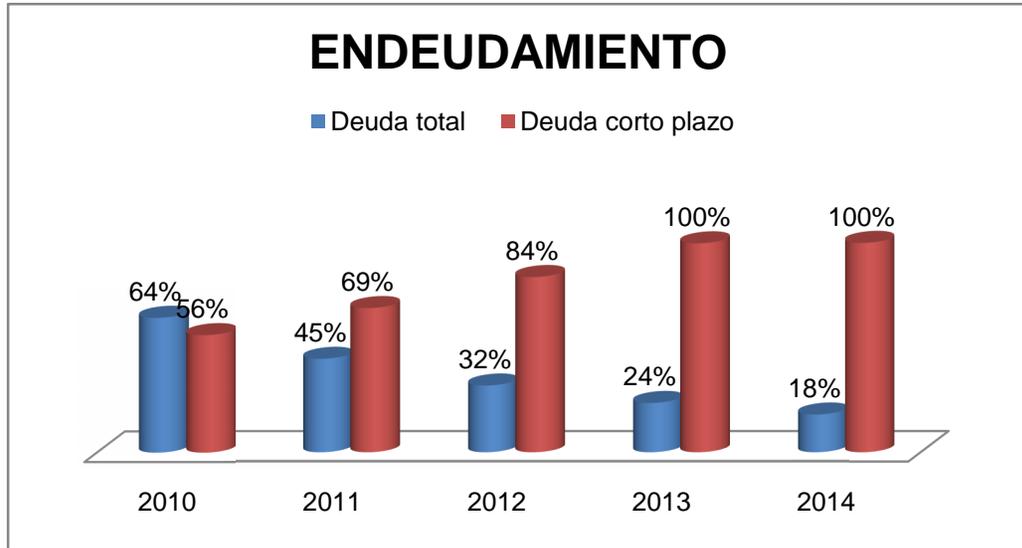


El inventario rotara cada 15 dias al igual que las cuentas por cobrar, por su parte las cuentas por pagar a proveedores se dara cada 30 dias, esto es una relacion beneficosa para el proyecto por que recupera el efectivo en un tiempo inferior al cual debe responder con las obligaciones a proveedores.

Tabla 56. Indicadores financieros de endeudamiento

POSTRES DE LA FRUTA						
INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	64,14%	44,74%	31,96%	23,61%	18,09%
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	$\frac{\text{PASIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO TOTAL (o Activo Total)}}$	55,89%	69,02%	83,88%	100,00%	100,00%
PATRIMONIO A PASIVOS	$\frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	0,56	1,24	2,13	3,23	4,53

Grafica 19. Endeudamiento



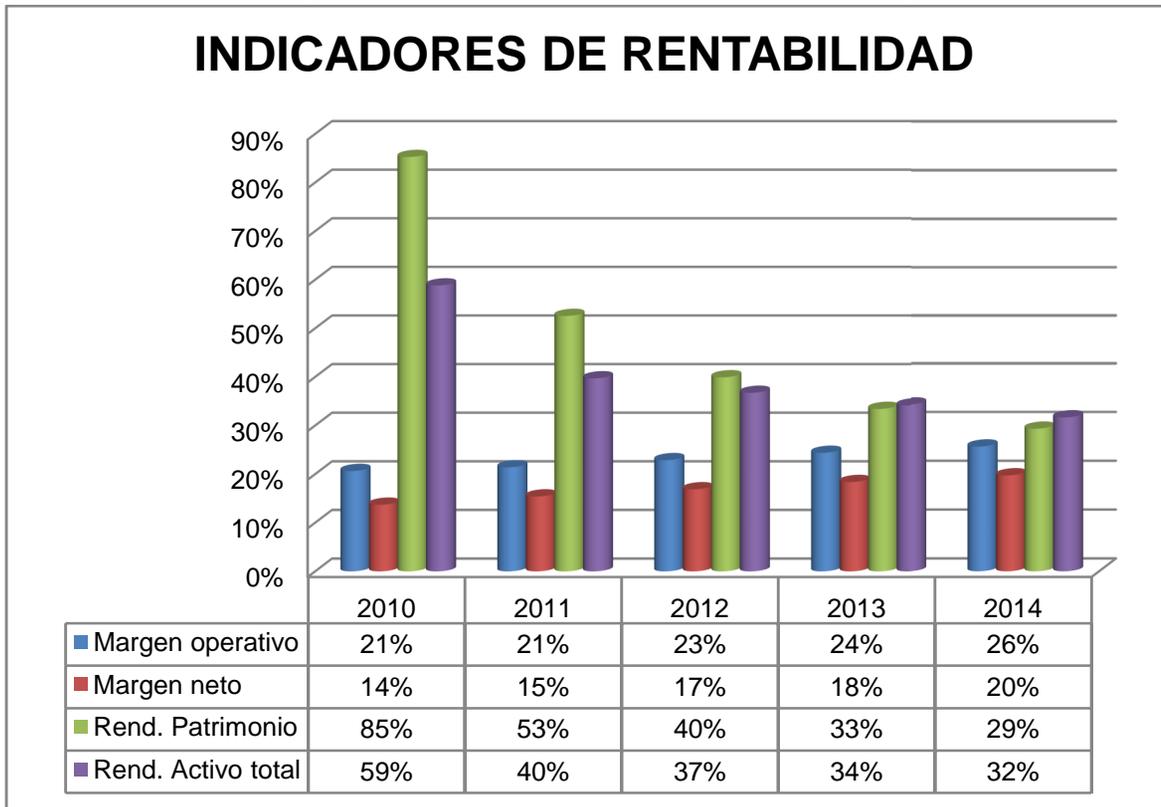
El endeudamiento proyectado para el 2010 es del 64% lo que implica que por cada 100 pesos que tendrá la empresa de activos, la deuda estará representada en 64 pesos; para el 2014 se prevé un endeudamiento del 18%, se considera una reducción representativa en el transcurso de los 5 años.

El endeudamiento a corto plazo se incrementará del 56% al 100% en el periodo del proyecto, 56% inicial indica que por cada 100 pesos de deuda que tendrá la empresa 56 pesos son en el corto plazo.

Tabla 57. Indicadores de rentabilidad

POSTRES DE LA FRUTA						
INDICADORES DE RENTABILIDAD						
INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	38%	38%	38%	38%	38%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	21%	21%	23%	24%	26%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	14%	15%	17%	18%	20%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{PATRIMONIO}}$	85%	53%	40%	33%	29%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	59%	40%	37%	34%	32%

Grafica 20. Indicadores de rentabilidad



Por cada 100 pesos de ventas que tendrá la empresa, le queda de utilidad operativa 21 pesos para el año 2010, la cual presenta un incremento para el 2014 que representa una rentabilidad del 26%. El margen neto para el 2010 es del 14% lo que indica que por cada 100 pesos de venta quedan 14 pesos; para el 2014 esta tasa se incrementa llegando a representar el 20%.

La rentabilidad del patrimonio es del 85% para el 2010 lo que indica que por cada 100 pesos que tiene la empresa de patrimonio se genera una utilidad anual de 85 pesos. La rentabilidad por activos es del 59% presentando caídas anuales hasta el 2014 con una tasa este último año del 32%.

Tabla 58. Indicadores de generación de valor

POSTRES DE LA FRUTA						
INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR						
INDICADORES DE VALOR	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
KTNO	$C \times C + \text{Inventarios} - C \times P$	5.332.031	6.158.496	7.113.063	8.215.588	9.489.004
PKT	KTNO / INGRESOS	1,58%	1,58%	1,58%	1,58%	1,58%
ROA (RENDIMIENTO ACTIVO)	$\frac{\text{UAI}}{\text{ACTIVOS NETOS OPERATIVOS}}$	128,69%	161,86%	208,00%	258,41%	310,95%
ROI (RENDIMIENTO PATRIMONIO)	$\frac{\text{UAI}}{\text{PATRIMONIO}}$	127,25%	78,43%	59,59%	49,89%	43,60%
MARGEN EBITDA	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{INGRESOS}}$	20,65%	21,41%	22,88%	24,39%	25,56%
PALANCA DE CRECIMIENTO	$\frac{\text{MARGEN EBITDA}}{\text{PKT}}$	13,07	13,55	14,48	15,44	16,18
COSTO PROMEDIO PONDERADO		0,38%	0,21%	0,10%	0,04%	0,00%
RAN	$\frac{\text{UODI}}{\text{ACTIVOS OPERACIÓN}}$	86,22%	108,44%	139,36%	173,14%	208,34%
EVA	$\text{UODI} - \text{ACTIVOS} \times \text{CK}$	46.492.911	55.811.921	68.961.432	84.958.047	102.861.992
EVA	$\text{ACTIVOS} \times (\text{RAN} - \text{CK})$	46.492.911	55.811.921	68.961.432	84.958.047	102.861.992
% EVA	EVA / VENTAS	13,78%	14,32%	15,32%	16,34%	17,13%

8.4.4 Análisis de sensibilidad (variación de la demanda)

Si la demanda del Postre Fantasía de Mango disminuye un 15% el total de venta mensual sería de 7.968 porciones mensuales, lo que en un año serían 95.625 porciones del postre, la tasa interna de retorno pasaría de ser del 75% al 60%, siendo en este punto todavía rentable la empresa.

Si la demanda disminuye el 50%, es decir a una cantidad mensual de 4.687 porciones de postre mensuales, y anuales de 56.250, la empresa tendría una tasa interna de retorno del 14%, y estaría por encima del punto de equilibrio por 276 unidades mensuales del producto, en este punto todavía la empresa se sostendría.

8.4.5 Análisis de sensibilidad (variación del precio)

Si el precio de venta del producto baja a 2.700\$; 300\$ menos del precio esperado, la tasa interna de retorno bajaría a un 43%, siendo todavía rentable la empresa.

Por otra parte si el precio disminuye a 2.500\$, 500\$ menos del precio esperado la tasa interna de retorno sería de 18%, teniendo todavía una pequeña ganancia.

9. CONSIDERACIONES FINALES

El proyecto postre fantasía de mango de postres de la fruta se muestra viable y rentable con el producto Fantasía de mango, pero adicional mente debería fabricar otros postres además del antes mencionado, ya que en el mercado es imposible mantenerse solo con un producto cuando es bien sabido que en la innovación y en la variedad se representa el éxito de empresas como esta.

Para la incursión en el mercado es viable y aceptable el postre pero se requiere que esta empresa amplíe su portafolio de productos antes de incursionar en el mercado, es decir, que en el momento de iniciar sea una variedad de postres de frutas como es su objetivo, y lo que encuentre el consumidor final y no un solo sabor de postre.

El proyecto del postre de mango como tal en su aspecto financiero es viable y confiable, pero a nivel de empresa esta debe incursionar con más postres por las razones expuestas anteriormente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCARAZ Rafael. El Emprendedor de éxito. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, 3ª. Edición, 2006. ISBN 970-10-5914-X

ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos –Formulación, evaluación y control. Cali: Editorial AC Editores, 4ª Edición., 2001. ISBN 958-96485-0-9

FLOREZ URIBE, Juan Antonio. Proyecto de Inversión para PYME – Creación de Empresas. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 978-958-648-469-5

GARCIA, Oscar León. Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones, Editorial Prensa Moderna Impresores, Tercera Edición.

GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA. Anuario estadístico del sector agropecuario. Secretaria de agricultura y desarrollo rural de Antioquia. . 2007. www.antioquia.gov.co/organismos/agricultura/agricultura.htm.

MORALES C, Carlos Mario. Notas de Clase. Medellín: 2007

OBLIGACIONES A CARGO DEL EMPLEADOR. Artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. 6 de octubre de 2008. legislacion1.wikispaces.com/file/view/LEGISLACION.doc.

SAPAG CHAIN, Nassir y otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Editorial McGraw Hill, 3ª. Edición, 1996. ISBN 958-600-338-8

Plan de Negocios

SAPAG PUELMA, José Manuel. Evaluación de proyectos – Guía de ejercicios.
Santiago de Chile: Editorial McGraw Hill, 2ª. Edición, 2000. ISBN 956-278-116-X