



CON LA SALUD COMO INSIGNIA

MERMELADA DE YACÓN

PRODUCTOS YACUMA LIGHT
ANTIOQUIA
JUNIO 07 DE 2011



**estudiar la factibilidad y viabilidad para la producción y comercialización de mermelada de yacón benéfica para el tratamiento de la diabetes y el fortalecimiento de la microflora intestinal.
Plan de Negocios**

**LORENA YEPES VÁSQUEZ
MÓNICA ANDREA VALENCIA HERRERA**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER
TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL
MEDELLIN
2011**



**ESTUDIAR LA FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA PRODUCCION Y
COMERCIALIZACION DE MERMELADA DE YACÓN BENEFICA PARA EL
TRATAMIENTO DE LA DIABETES Y EL FORTALECIMIENTO DE LA
MICROFLORA INTESTINAL.**

**LORENA YEPES VÁSQUEZ
MÓNICA ANDREA VALENCIA HERRERA**

Trabajo de grado para optar el titulo de Tecnóloga en Comercio Internacional

**Docente
CARLOS MARIO MORALES C.**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER
TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL
MEDELLIN
2011**



Copyright

De cualquier forma, al hacer de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2011 Lorena Yepes Vásquez – Tecnóloga en Comercio Internacional ESUMER, lorenay@hotmail.com, Carrera 53 No 68 59 Mirador – Bello – Colombia Teléfono 451 38 59, Mónica Andrea Valencia Herrera Tecnóloga en Comercio Internacional ESUMER, monyval3@hotmail.com,

INTRODUCCIÓN

La información que leeremos a continuación sobre la mermelada de yacón, contiene los pasos a seguir sobre planificación basada en el objetivo del proyecto.

Documentar un plan operacional para el negocio, Verificando que sea viable por medio del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio organizacional, Estudio Financiero y los Aspectos Legales Organizacionales y Administrativos, antes de su realización.

Hablamos sobre la Mermelada de Yacón, sus usos medicinales, esta mermelada será beneficiosa para personas diabéticas, puesto a que el yacón contiene azúcar no metabolizable por el organismo, su principal ventaja es su contenido de Inulina, Fibra dietética que ayuda al organismo a metabolizar la Glucosa ya que por el tipo de azúcar el organismo humano a diferencia de otros tubérculos, no almacena sus carbohidratos en forma de almidón, sino de Insulina.

En el desarrollo de este proyecto se aprecia la viabilidad de lanzar al mercado un producto que es poco común y necesario para la población del municipio de Medellín y por que no en un futuro de toda Antioquia.



CONTENIDO PLAN DE NEGOCIOS

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO.....	8
2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	8
3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA.....	8
3.1. Nombre de la Empresa.....	8
3.2. Descripción de la Empresa.....	8
3.3. Misión de la Empresa.....	9
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	9
3.5. Ventajas competitivas.....	9
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir.....	10
3.7. Relación de productos y/o servicios.....	11
3.8. Justificación del Negocio.....	11
3.9. Análisis del entorno y el Sector.....	12
3.10. Conocimientos para entrar en el negocio.....	13
4. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	14
4.1. Objetivos del mercado.....	14
4.2. Descripción del portafolio de bienes y/o servicios.....	14
4.3. El mercado meta de los bienes y/o servicios.....	15
4.3. 1 El mercado meta.....	15
4.3. 2 Estudio del mercado consumidor.....	15
4.4. El mercado Proveedor.....	15
4.4.1. Proveedores.....	16
4.4.2. Estudio del Mercado del Proveedor.....	16
4.5. El Mercado Competidor.....	17
4.5.1. Competidores.....	17
4.6. Distribución.....	17
4.6.1. Distribución a través de terceros.....	17
4.6.2. Actividades de Promoción y Divulgación.....	17
4.7. Precios de los productos.....	18
4.7.1. Política de precios.....	18
4.8. Costos Asociados a las actividades de comercialización.....	18
4.9. Riesgos y oportunidades del mercado.....	18
4.10. Plan de ventas.....	21
5. Aspectos Técnicos (Análisis de la Producción).....	22
5.1. Objetivos de producción.....	22
5.2. Descripción del proceso de producción.....	22

5.3.	Análisis de la eficiencia del proceso.....	28
5.4.	Capacidad de Producción.....	28
5.5.	Recursos materiales y humanos para la producción.....	29
5.6.	Localización.....	32
6.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	36
6.1.	Planeamiento Estratégico.....	36
6.2.	Subcontratación.....	41
6.3.	Costos de Administración.....	41
7.	GASTOS FINANCIEROS.....	44
7.1.	Ventas.....	45
7.2.	Estructura de Costos.....	46
7.3.	Punto de equilibrio.....	47
7.4.	Flujo de Caja Mensual.....	48
7.5.	Flujo de Caja Anual.....	49
7.6.	Estructura Financiera.....	50
7.7.	Inversión Capital de Trabajo.....	51
7.8.	Estados de Resultados.....	52
7.9.	Valor Presente Neto.....	53
7.10.	Tasa Interna de Retorno.....	54
8.	Consideraciones Finales.....	55
	RESUMEN EJECUTIVO.....	56
	CONCLUSIONES.....	58
	REFERENCIA CIBERGRAFICAS.....	59

NOMBRE DEL PROYECTO

ESTUDIAR LA FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MERMELADA DE YACÓN BENEFICA PARA EL TRATAMIENTO DE LA DIABETES Y EL FORTALECIMIENTO DE LA MICROFLORA INTESTINAL.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Lorena Yepes Vásquez

24 Años

Asistente de Importaciones de la empresa Laumayer S.A. Bilingüe, Técnica en secretariado auxiliar Contable, Estudiante de la Tecnología en Comercio Internacional en la institución Universitaria Esumer.

Mónica Andrea Valencia

23 Años

Estudiante de la Tecnología en Comercio Internacional en la institución Universitaria Esumer.

Auxiliar de Exportaciones de la Empresa A Laumayer Exportadores de Cafe S.A.

2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIO

Documentar un plan operacional para el negocio, Verificando que sea viable por medio del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y de los aspectos legales organizacionales y administrativos, antes de su realización.

3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

PRODUCTOS YACUMA LIGHT

3.2 Descripción de la Empresa

Es una organización dedicada a la producción de mermeladas a base de raíces medicinales que atacan los problemas de salud, específicamente la diabetes y problemas de salud gastrointestinal, el sistema inmunológico para evitar el desarrollo de diversas enfermedades. Gracias a la bifidobacterias estimuladas por



el consumo de yacón el cual será importado desde Perú, para la disminución de toxinas y por lo tanto menos riesgos de que se produzca un cáncer al colon.

3.3 Misión de la Empresa

Procesar el yacón y comercializarlo como mermelada, Ofreciendo un producto alternativo a las personas con problemas de salud y público en general, por salvaguarda de su salud. De esta manera, se busca contribuir generación de empleos directos e indirectos, al crecimiento de la industria y aportando a la economía del país.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Promover la industria en la zona de ubicación de la planta, generar puestos de trabajo y ofrecer un producto natural y saludable a los consumidores.
- Abrir nuevos mercados buscando satisfacer las necesidades del consumidor.
- Hacer una buena optimización del uso de las materias primas.
- Capacitar al personal con el fin de promover el desarrollo sostenible de la empresa.
- Presentar una imagen seria, responsable y comprometida, ante los clientes potenciales, los competidores y el estado.
- Producir y comercializar la mermelada de Yacón con bajos contenidos calóricos, buscando el bienestar de la salud en las personas diabéticas

3.5 Ventajas competitivas

Una ventaja de la producción de la mermelada de yacón es que no necesita equipos sofisticados ni alta tecnología, es decir, no representa una gran inversión, esta representa una buena opción de mercado, por lo anteriormente descrito y porque es un producto diferente.

Es un producto no es comprado con mucha frecuencia ya que no es muy común en la ciudad de Medellín, por lo que se toma como un reto la penetración del mercado ocasionando que este sea indispensable para la el consumo en la prevención de las enfermedades mencionadas anteriormente, que pueden ser tratadas o prevenidas a través de esta mermelada de Yacón.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Entre los problemas de salud más comunes de la población están las enfermedades de Diabetes y las del Colon, pese a esto optamos por elegir el Yacón ya que es un Tubérculo que es:

- Efectivo antidiabético, por su activa potencia hipoglicémica para reducir el nivel de azúcar en la sangre.
- Reduce la cantidad de colesterol y triglicéridos (contra la arteriosclerosis).
- Favorece el desarrollo de la bifido bacterias y del bacillus subtilis en el colón.
- Evita el crecimiento de los microorganismos putrefactivos que tienden a provocar diarreas.
- Puede corregir desordenes estomacales bastante comunes como acidez, indigestiones trastornos gástricos.
- Mejora la asimilación del calcio.
- Estimula la síntesis de vitaminas del complejo B.
- Aporta bajo contenido calórico.
- Los azúcares presentes no son cario génicos.
- Control del estreñimiento, aumento de la excreción.
- Fortalece la respuesta del sistema inmunológico.
- Previene infecciones gastrointestinales.
- Fortalece la respuesta del sistema inmunológico.
- Previene infecciones gastrointestinales.

Pese a ser el Yacón una planta milenaria de nuestros Andes, completamente adaptada a las condiciones ecológicas, geográficas y culturales, en nuestro país se encuentra en peligro de extinción, debido a la pérdida de conocimientos ancestrales sobre sus propiedades alimenticias, medicinales y ecológicas, que han reducido al mínimo su cultivo; lo que implica menor riesgo en la competencia.

3.7 Relación de productos y/o servicios

La mermelada de yacón es un producto alimenticio, será elaborado a partir de la mezcla de pulpa y jugo de esta fruta. Opcionalmente la mermelada contendrá ácido cítrico, estabilizador y conservante. La mermelada de yacón no es un producto estable por sí mismo, es decir, necesita ser sometido a un tratamiento térmico adecuado para asegurar su conservación.

El yacón se puede consumir de la misma forma que la manzana: en ensaladas saladas y dulces y también se lo puede cocinar al horno o hervir, todo depende de los gustos y habilidades, ya que es una fruta muy versátil.

Una ventaja de la producción de la mermelada de yacón es que no necesita equipos sofisticados ni alta tecnología, es decir, no representa una gran inversión. La mermelada de yacón representa una buena opción de mercado, por lo anteriormente descrito y porque es un producto diferente.

La presentación inicial es en envase de boca ancha de vidrio de 250 gr. con etiqueta en la que resalte el producto ecológico y la imagen de la fruta en colores resaltantes. Serán empaquetados en cajas de 24 unidades.

3.8 Justificación del Negocio

proyecto tiene como fin crear un producto a base de Yacón que pueda ser consumido por la mayoría de población puesto a que tiene varias propiedades por lo que puede ser consumido por niños y adultos para poder mejorar su calidad de vida; ya que una planta medicinal que es ideal para personas diabéticas, su principal ventaja es su contenido de Inulina, Fibra dietética que ayuda al organismo a metabolizar la Glucosa ya que por el tipo de azúcar que contiene no es asimilado por el organismo humano a diferencia de otros tubérculos, no almacena sus carbohidratos en forma de almidón, sino de Insulina.

Realizaremos la preparación de nuestro proyecto, en condiciones saludables y adecuadas para su correcta elaboración y con las características necesarias para tener un producto de calidad el cual puede ser incluido en el mercado con respuestas exitosas.

El Yacón puede ser considerado como Suplemento alimentario. Es bajo en Calorías y Grasas, ideal para las personas que siguen dietas para bajar de peso. Tiene propiedades antidiabéticas, proporciona alivio a problemas gastrointestinales, riñones y como rejuvenecedor de la piel.

A diferencia de los azúcares comunes que se absorben en el intestino delgado en forma de glucosa, los FOS son resistentes a la digestión. Pasan directamente al colon donde se fermentan completamente hasta formar ácidos grasos de cadena corta, por esto los FOS no tienen incidencia en la elevación de los niveles de glucosa en sangre. Esto, sumado al bajo contenido calórico hace que el consumo de FOS sea recomendado como sustituto de la sacarosa (azúcar común). Además los FOS estimulan el crecimiento de bifidobacterias, reconstituyendo la microflora intestinal, considerándose por ello un alimento probiótico asociado a una serie de propiedades benéficas sobre la salud.

Los FOS son importantes en la prevención y/o disminución de los riesgos de algunas enfermedades o afecciones tales como: la constipación; inhibición de diarreas, relacionado con el efecto inhibitorio de las bifidobacterias sobre las bacterias patógenas gram positivas y gram negativas; reducción de riesgos de osteoporosis, debido a un incremento en la asimilación de calcio en los huesos; control de diabetes, ya que tiene propiedades hipoglucemiantes; reducción de los riesgos de arteriosclerosis cardiovascular, especialmente la asociada con la hipertrigliceridemia, ya que reduce el nivel de lípidos en sangre; y además reducción de los riesgos de cáncer al colon.

3.9 Análisis del entorno y el Sector

Nuestro mercado es un mercado pequeño puesto a que este producto solo es comercializado en los departamentos de Bogotá por la empresa NALOMIN SA, el Putumayo por la empresa PASPUEL CASTILLO SANTIAGO XAVIE y en el departamento de Ibagué por la empresa CINAFRIX, lo que para nosotros es de gran conveniencia por que tenemos la posibilidad de abrir el mercado de la mermelada de Yacón, pero puede ser un punto en contra dado a que no es un producto muy comercial, y debemos penetrar el mercado de una manera sutil la cual genere credibilidad a nuestros consumidores.

Entorno socio cultural: actualmente los productos hechos a base de yacón aun no son muy conocidos en nuestro país; lo que significaría una demora en la aceptación de una marca nueva; pero esto se tratara de evitar al hacer el estudio de marketing correspondiente.

Es un producto no es comprado con mucha frecuencia ya que no es muy común en la ciudad de Medellín, por, por lo que se toma como un reto la penetración del mercado ocasionando que este sea indispensable para la el consumo en la prevención de las enfermedades mencionadas anteriormente, que pueden ser tratadas o prevenidas a través de esta mermelada de Yacón.

Las personas de la ciudad de Medellín que sean diabéticas o en su defecto que deseen prevenir el cáncer de colon o bajar de peso, son quienes tienen mayor influencia para la compra de la mermelada de Yacón.

Los consumidores se encuentran en la ciudad de Medellín y sus municipios vecinos, de acuerdo a un estudio realizado encontramos varias empresas y tiendas dedicadas a la producción y comercialización de alimentos dietéticos, quienes satisfacen las necesidades generalmente de personas diabéticas, entre ellos encontramos:

MANJARES DIETETICOS S.A. es una empresa que se dedica a elaborar y comercializar productos dietéticos endulzados con sustitutos de azúcar naturales y/o artificiales y bajo contenido de grasa; aptos para diabéticos y todas aquellas personas que por condiciones de salud y/o estética lo requieran. Cuenta con tres puntos de venta en la ciudad de Medellín (Barrio Laureles, Calle 35 # 73a - 90 Medellín Tel.: 250 7510; Barrio Conquistadores, Calle 35A # 66A - 88Tel: 235 5338; C.C El Tesoro, Tel.: 321 5604), en el municipio de Bello(CC. Puerta del Norte); en el municipio de (Plazoleta de Comidas Tel.: 334 8175

BIODULCE S.A.: (TEL. 3020194, CI 31 6-24 Itagüí – Medellín; categorías Alimentos para Diabéticos Productos Naturales)

A través de encuestas telefónicas, pudimos confirmar que ninguno de sus productos son elaborados a base de Yacón

3.10 Conocimientos para entrar en el negocio

Se debe tener claro que queremos crear un producto a base de Yacón que pueda ser consumido por la mayoría de población puesto a que tiene varias propiedades por lo que puede ser consumido por niños y adultos para poder mejorar su calidad de vida; ya que una planta medicinal que es ideal para personas diabéticas, su principal ventaja es su contenido de Inulina, Fibra dietética que ayuda al organismo a metabolizar la Glucosa ya que por el tipo de azúcar que contiene no es asimilado por el organismo humano a diferencia de otros tubérculos, no almacena sus carbohidratos en forma de almidón, sino de Insulina.

Realizaremos la preparación de nuestro proyecto, en condiciones saludables y adecuadas para su correcta elaboración y con las características necesarias para tener un producto de calidad el cual puede ser incluido en el mercado con respuestas exitosas.

El Yacón puede ser considerado como Suplemento alimentario. Es bajo en Calorías y Grasas, ideal para las personas que siguen dietas para bajar de peso. Tiene propiedades antidiabéticas, proporciona alivio a problemas gastrointestinales, riñones y como rejuvenecedor de la piel.

A diferencia de los azúcares comunes que se absorben en el intestino delgado en forma de glucosa, los FOS son resistentes a la digestión. Pasan directamente al colon donde se fermentan completamente hasta formar ácidos grasos de cadena corta, por esto los FOS no tienen incidencia en la elevación de los niveles de glucosa en sangre. Esto, sumado al bajo contenido calórico hace que el consumo de FOS sea recomendado como sustituto de la sacarosa (azúcar común). Además los FOS estimulan el crecimiento de bifidobacterias, reconstituyendo la microflora intestinal, considerándose por ello un alimento probiótico asociado a una serie de propiedades benéficas sobre la salud.

Los FOS son importantes en la prevención y/o disminución de los riesgos de algunas enfermedades o afecciones tales como: la constipación; inhibición de diarreas, relacionado con el efecto inhibitorio de las bifidobacterias sobre las bacterias patógenas gram positivas y gram negativas; reducción de riesgos de osteoporosis, debido a un incremento en la asimilación de calcio en los huesos; control de diabetes, ya que tiene propiedades hipoglucemiantes; reducción de los riesgos de arteriosclerosis cardiovascular, especialmente la asociada con la hipertrigliceridemia, ya que reduce el nivel de lípidos en sangre; y además reducción de los riesgos de cáncer al colon.

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos del mercado

- Ofrecer un producto sano, nutritivo y económico al mercado.
- Contribuir a la buena salud de los habitantes de Medellín, por medio de un producto natural.
- Posicionarnos en el mercado nacional como productores de mermelada de yacón de muy buena calidad
- Caracterizar e identificar consumidores, proveedores, competencia y distribuidores.

4.2 Descripción del portafolio de bienes y/o servicios

Nuestro producto “mermelada de Yacon” Tendrá como contenido neto 250 gr. El producto se distribuirá cajas de 24 unidades los envases serán de vidrio para conservar el sabor.

4.3 El mercado meta de los bienes y/o servicios

Va dirigido a las personas de la ciudad de Medellín, que presentan síntomas o enfermedades como la diabetes y problemas de salud gastrointestinal, el sistema inmunológico para evitar el desarrollo de diversas enfermedades. Gracias a la bifidobacterias estimuladas por el consumo de yacón el cual será importado desde Perú, para la disminución de toxinas y por lo tanto menos riesgos de que se produzca un cáncer al colon.

4.3.1 El mercado meta

La venta de mermelada de Yacon será destinada a almacenes de cadena Éxito, tiendas Naturistas, Institutos Médicos y Centros de salud para personas diabéticas, farmacias de la ciudad de Medellín

4.3.2 Estudio del mercado consumidor

Se encuentran en el departamento de Ibagué (CINAFRIX) Bogotá (NALOMIN SA), y en el Putumayo (PASPUEL CASTILLO SANTIAGO XAVIE).

Sus propuestas de valor son:

Hidrolato de yacón
Mermelada de yacón
Te de Yacón
Yacon

4.4 El mercado Proveedor

El Yacón lo importaremos desde el Perú:

Los principales nichos de producción en éste país se encuentran en: en el área alto andina de 18 departamentos (de un total de 24 que tiene): Piura, Cajamarca, Amazonas, Lambayeque, La Libertad, San Martín, Ancash, Huánuco, Lima, Pasco, Junín, Huancavelica, Ayacucho, Pasco, Apurímac, Arequipa, Cusco y Puno. En general, en los dos últimos años se ha incrementado su consumo y comercialización en todo el país. Ahora es posible conseguir yacón fresco con facilidad en las ciudades. También empieza a venderse en las ferias en forma de pasa, jugo, jarabe y mermelada.

4.4.1 Proveedores

Nuestro proveedor estratégico es la empresa ECOANDINO S.A.C; Creada en 1998, dedicada al Cultivo, procesamiento y comercialización dentro del sistema orgánico de producción; Una de sus plantas para su operación, se estableció en Oxapampa, Pasco, a 1,800 metros sobre el nivel del mar, en la región alta del Amazonas, en donde produce orgánicamente productos de yacón (*Smallanthus sonchifolius*), lúcuma (*Pouteria lucuma*) y granadilla (*Passiflora ligularis*).

Certificaciones: Orgánica, emitida por Control Unión de Holanda, para la Unión Europea, Estados Unidos (NOP) y Japón (JAS). Orgánica, emitida por Naturland de Alemania, para la Unión Europea, Estados Unidos (NOP) y Japón (JAS).

Comercio Justo, miembro de Fair Trade Federation. Kosher, para el mercado judío. Miembro de International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).

Lima Oficina Central Ca. Los Tulipanes 188, Of. 402. El Polo - Surco. Lima 33 – Perú
Comercial: (51-1) 6527832 Gerencia General: (51-1) 6527835
info@ecoandino.com.

4.4.2 Estudio del Mercado del Proveedor:

Las labores en campos de cultivo que toman en cuenta las prácticas agrícolas adecuadas que aseguran la obtención de productos orgánicos de calidad.

Los procesos primarios, semi-procesos y producción para consumo final, se enmarcan en las normas de control de calidad actuales, establecidas por organismos internacionales, que resguardan la salud de los consumidores y el cuidado del medio ambiente.

Los productos de cultivo provienen de zonas aptas para la producción ecológica y los productos silvestres que, por sus propiedades especiales, se denominan exóticos, y provienen de zonas inhóspitas de los Andes y de la selva profunda, protegidas y autorizadas para la extracción racional.

La Certificación Orgánica de los productos, la aplicación de principios de biocomercio, la optimización continua de los procesos y la capacitación del personal, que permite brindar a los clientes a nivel mundial productos orgánicos de alto contenido nutricional y medicinal.

En los últimos años se ha hecho más evidente el cultivo, distribución y variabilidad de Yacón en Argentina, Ecuador, Bolivia y Perú; por tanto no dependemos netamente del mercado peruano, para adquirir nuestra materia prima en mención.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Hasta el momento no hay en el mercado de la ciudad de Medellín una empresa que se dedique a la producción y comercialización de Mermelada de Yacón, la competencia directa se encuentra ubicada en otras ciudades del país y fuera de

Entre las empresas conocidas con un número significativo de clientes son:

Industrias y Comercializadora de Productos Agroindustriales (Suplicadora de Mermelada de Yacón, Ibagué- Tolima, Cra. 4 Estadio 39-53, barrio Santa Elena) Peruvian products (empresa peruana) REXPORT PERÚ S.A.C (empresa peruana), Good health (empresa americana).

4.6. Distribución

La venta de mermelada de Yacón será destinada a almacenes de cadena Éxito, tiendas Naturistas, Institutos Médicos y Centros de salud para personas diabéticas, farmacias de la ciudad de Medellín

4.6.1 Distribución a través de terceros

Empresa: TRANSPORTE SARVI LTDA

El servicio de transporte movilizará la carga de los tubérculos (Yacón), importado, en el trayecto comprendido entre los diferentes muelles del puerto de Cartagena y la ciudad de Medellín.

Movilizará el producto procesado (Mermelada de Yacón), desde nuestra planta, hasta las instalaciones físicas de nuestros clientes, dentro de la zona urbana de la ciudad de Medellín

4.6.2 Actividades de Promoción y Divulgación

Se desarrollará una fuerte campaña de consumo de MERMELADA DE YACÓN valiéndonos de sus propiedades medicinales y nutricionales, se utilizará para este

fin los medios de comunicación (radio, televisión y diarios), precio de introducción, ofertas, impulsadoras, entre otras

4.7 Precios de los productos

\$ 3.850

4.7.1 Política de precios

De contado

4.8 Costos Asociados a las actividades de comercialización

Costos de producción
Costos Administrativos
Transporte

4.9 Riesgos y oportunidades del mercado

Oportunidades

Aumento de la demanda nacional e internacional. Mayor consumo de productos naturales y sanos Mercados cada vez mayor por el consumo de alimentos de calidad

Creciente demanda de productos orgánicos. Estabilidad económica financiera en nuestro país

Amenazas

Creciente competencia de la oferta por sus características nutricionales Mayores requisitos para la colocación del producto Preferencia de la población por productos importados. Experiencia en el mercado por parte de la competencia Inexistencia de Instituciones u organizaciones de venta de yacón.

Debilidades

Falta de manejo y conocimiento del producto en el mercado, Materia prima de los proveedores es lejana. Costo de producción elevado.

Fortalezas

Calidad y diferenciación del producto, Tecnología disponible acorde a los estándares, Eficiente administración y uso de recursos, Personal Capacitado en los procesos, Actividad generadora de ocupación.

Estrategias Formadas del Análisis FODA

Fortaleza-Oportunidad

Realizar una campaña de publicidad en el mercado meta para a dar a conocer las características únicas y medioambientales de nuestro producto para tareas específicas.

Capacitar constantemente a la mano de obra para asegurar la calidad, reducción de costos, para brindar mejor servicio al cliente.

Alianzas estratégicas con los proveedores de materia prima.

Impulsar el uso de productos que favorezcan y beneficien a las personas con enfermedades como la diabetes, sobrepeso, entre otras.

Aprovechar licitaciones públicas mediante el apoyo de las entidades gubernamentales.

Fortaleza-Amenaza

Hacernos más fuertes en nuestro nicho de mercado, para minimizar el peligro de que potenciales competidores invadan el mercado de la empresa.

Implantar una política de descuento por volumen.

Mantener el uso adecuado de recursos financieros.

Asegurarse con el financiamiento para adquirir más maquinaria y equipo para ampliar su negocio.

Debilidad-Oportunidades

Aprovechar la escasa diferenciación del producto actual, la inexistencia de marcas y para penetrar en el mercado meta.

Establecer procedimientos de inspección de calidad que nos permita obtener un producto con las condiciones deseadas.

Dar plazos de pago a nuestros clientes aprovechando la estabilidad económica.
Gestionar el área de recursos humanos para incrementar la capacidad de producción.

Debilidad-Amenaza

Lograr que los clientes vean en la empresa un sinónimo de calidad y buen precio.
Mejorar constantemente la tecnología existente.

Ganar rápidamente la confianza de los proveedores para disminuir el impacto del acceso de nuevos competidores.



Plan de Negocios – PRODUCTOS YACUMA LIGHT

4.10 plan de ventas

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Medias	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Bajas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Consolidado	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000
- Costos variables		\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115
Costos fijos de Producción		\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415
Costos fijos de Administración		\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172
- Impuestos	\$ 0	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 20.511.662
Prestamos	\$ 0												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 14.750.415
Valor de Salvamento													\$ 5.761.247
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 24.144.215	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.377.800												
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.016.000												
Capital de Trabajo	\$ 14.750.415												
FLUJO DE CAJA	-\$ 24.144.215	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 21.679.723

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	1.869.134
Tasa Interna de Retorno	3,83%

[Volver al Menu Principal](#)

5 . Aspectos Técnicos (Análisis de la Producción)

5.1 Objetivos de producción

- Alcanzar la capacidad productiva necesaria para cubrir la previsión de ventas del producto.
- Describir las necesidades de aprovisionamiento de los suministros necesarios (materias primas, auxiliares, etc.) para cumplir los objetivos de producción.
- Cubrir los requisitos de calidad establecidos en relación con las expectativas de los potenciales clientes.
- Determinar las condiciones y características de la infraestructura necesaria (local, maquinaria, transportes, etc.) para el desarrollo de la actividad.
- Establecer el número, funciones, tareas, costes, etc. del personal necesario para el cumplimiento de los objetivos.

5.2 Descripción del proceso de producción

Análisis del proceso

a) Selección

En esta operación se eliminan aquellas raíces de Yacon, en estado de podredumbre. El fruto recolectado debe ser sometido a un proceso de selección, ya que la calidad de la mermelada dependerá del tubérculo.

b) Pesado.

Es importante para determinar rendimientos calcular la cantidad de los otros ingredientes que se añadirán posteriormente.

c) Lavado.

Se realiza con la finalidad de eliminar cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierra que pueda estar adherida al tubérculo. Esta operación se puede realizar por inmersión, agitación o aspersion. Una vez lavada la fruta se recomienda el uso de una solución desinfectante.

Las soluciones desinfectantes mayormente empleadas están compuestas de hipoclorito de sodio (lejía) en una concentración 0,05 a 0,2%. El tiempo de inmersión en estas soluciones desinfectantes no debe ser menor a 15 minutos. Finalmente la fruta deberá ser enjuagada con abundante agua.

d) Pelado.

El pelado se puede hacer en forma manual, empleando cuchillos. En el pelado mecánico se elimina la cáscara, el corazón de la fruta y si se desea se corta en tajadas, siempre dependiendo del tipo de fruta.

e) Pulpeado.

Consiste en obtener la pulpa o jugo, libres de cáscaras y pepas. A nivel semi-industrial o artesanal se puede hacer utilizando una licuadora. Dependiendo de los gusto y preferencia de los consumidores se puede licuar o no al fruto. Es importante que en esta parte se pese la pulpa ya que de ello va a depender el cálculo del resto de insumos.

f) Precoción de la Fruta

Este proceso de cocción es importante para romper las membranas celulares de la fruta y extraer toda la pectina. Si fuera necesario se añade agua para evitar que se queme el producto. La cantidad de agua a añadir dependerá de lo jugoso que sea el tubérculo.

Una cacerola ancha y poco profunda, que permita una rápida evaporación, necesita más agua que otra más profunda.

Además cuanto más madura sea la fruta menos agua se precisa para reblandecerla y cocerla.

La fruta se calentará hasta que comience a hervir. Después se mantendrá la ebullición a fuego lento con suavidad hasta que el producto quede reducido a pulpa. A los tubérculos que deba añadir agua, deberán hervir hasta perder un tercio aproximadamente de su volumen.

g) Cocción.

La cocción de la mezcla es la operación que tiene mayor importancia sobre la calidad de la mermelada; por lo tanto requiere de mucha destreza y práctica de parte del operador. El tiempo de cocción depende de la variedad y textura de la materia prima. Al respecto un tiempo de cocción corto es de gran importancia para conservar el color y sabor natural de la fruta y una excesiva cocción produce un oscurecimiento de la mermelada debido a la caramelización de los azúcares. La cocción puede ser realizada a presión atmosférica en pailas abiertas o al vacío en pailas cerradas. En el proceso de cocción al vacío se emplean pailas herméticamente cerradas que trabajan a presiones de vacío entre 700 a 740 mm Hg, el producto se concentra a temperaturas entre 60 – 70°C, conservándose mejor las características organolépticas de la fruta.

h) Adición de ácido cítrico.

Una vez que el producto está en proceso de cocción y el volumen se haya reducido en un tercio, se procede a añadir el ácido cítrico

Calculo de ácido cítrico.- Toda fruta tiene su acidez natural, sin embargo para la preparación de mermeladas esta acidez debe ser regulada. La acidez se mide a través del pH empleando un instrumento denominado pH-metro

La mermelada debe llegar hasta un pH de 3.5. Esto garantiza la conservación del producto. Con la finalidad de facilitar el cálculo para la adición de ácido cítrico se emplea la tabla siguiente.

PH DE LA PULPA	CANTIDAD DE ACIDO CITRICO A AÑADIR
4.0 a 4.5	1 a 2 gr / kg de pulpa
3.5 a 3.6	3 a 4 gr / kg de pulpa
3.6 a 4.0	5 gr / kg de pulpa
Mas de 4.5	Mas de 5 gr / kg de pulpa

i) Punto de gelificación

Finalmente la adición de la pectina se realiza evitando la formación de grumos. Durante esta etapa la masa debe ser removida lo menos posible. La cocción debe finalizar cuando se haya obtenido el porcentaje de sólidos solubles deseados, comprendido entre 65-68%. Para la determinación del punto final de cocción se deben tomar muestras periódicas hasta alcanzar la concentración correcta y de esta manera obtener una buena gelificación. El punto final de cocción se puede determinar mediante el uso del siguiente método:

Prueba de la gota en el vaso con agua

Consiste en colocar gotas de mermelada dentro de un vaso con agua. El indicador es que la gota de mermelada caiga al fondo del vaso sin desintegrarse.

j) Adición del conservante

Una vez alcanzado el punto de gelificación, se agrega el conservante. Este debe diluirse con una mínima cantidad de agua. Una vez que esté totalmente disuelto, se agrega directamente a la olla. El porcentaje de conservante a agregar no debe exceder al 0.05% del peso de la mermelada.

k) Traspase

Una vez llegado al punto final de cocción se retira la mermelada de la fuente de calor, y se introduce un recipiente para eliminar la espuma formada en la superficie de la mermelada. Inmediatamente después, la mermelada debe ser trasvasada a otro recipiente con la finalidad de evitar la sobrecocción, que puede originar oscurecimiento y cristalización de la mermelada. El traspase permitirá enfriar ligeramente la mermelada (hasta una temperatura no menor a los 85°C), la cual favorecerá la etapa siguiente que es el envasado.

l) Envasado

Se realiza en caliente a una temperatura no menor a los 85°C. Esta temperatura mejora la fluidez del producto durante el llenado y a la vez permite la formación de

un vacío adecuado dentro del envase por efecto de la contracción de la mermelada una vez que ha enfriado. En el momento del envasado se deben verificar que los recipientes no estén rajados, ni deformes, limpios y desinfectados. El llenado se realiza hasta el ras del envase, se coloca inmediatamente la tapa y se procede a voltear el envase con la finalidad de esterilizar la tapa. En esta posición permanece por espacio de 3 minutos y luego se voltea cuidadosamente.

m) Enfriado

El producto envasado debe ser enfriado rápidamente para conservar su calidad y asegurar la formación del vacío dentro del envase. Al enfriarse el producto, ocurrirá la contracción de la mermelada dentro del envase, lo que viene a ser la formación de vacío, que viene a ser el factor más importante para la conservación del producto. El enfriado se realiza con chorros de agua fría, que a la vez nos va a permitir realizar la limpieza exterior de los envases de algunos residuos de mermelada que se hubieran impregnado.

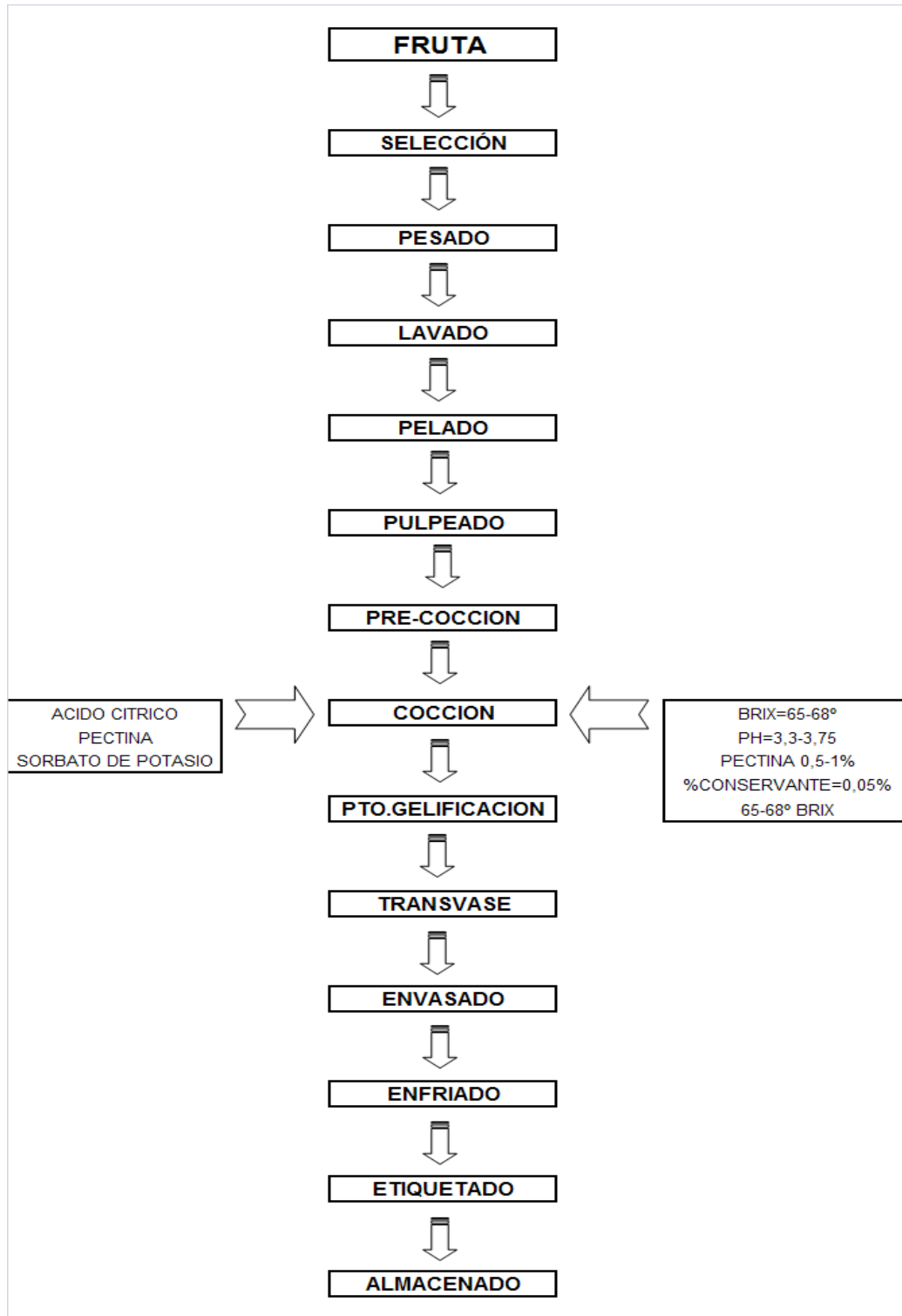
n) Etiquetado

El etiquetado constituye la etapa final del proceso de elaboración de mermeladas. En la etiqueta se debe incluir toda la información sobre el producto.

o) Almacenado

El producto debe ser almacenado en un lugar fresco, limpio y seco; con suficiente ventilación a fin de garantizar la conservación del producto hasta el momento de su comercialización

Diagrama del Proceso



5.3 Análisis de la eficiencia del proceso

Esto dependerá de la cantidad de mermelada de yacón que se producirá por peso de fruta, la cual estará influenciado también con la fruta que no se pudo aprovechar y que fue desechada en el proceso de selección. Se ha considerado que para producir 0.5 Kg de mermelada de yacón se necesitan aprox. 1 kg de yacón.

5.4 Capacidad de Producción

Programa de Producción

- 125 cajas de mermelada de Yacon cada una de 24 unidades, esta producción sería mensual.

Costos directos de fabricación

Materia prima, insumos y materiales

Realizamos el costeo de la materia prima, insumos y materiales necesarios para la fabricación de mermeladas.

Para producción de 9.000 Unidades

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
YACON (KG)	\$ 300,00	1	1	\$ 300,00
AZUCAR (KG)	\$ 400,00	1	1	\$ 400,00
PECTINA(KG)	\$ 200,00	1	1	\$ 200,00
ACIDO CITRICO (KG)	\$ 50,00	1	1	\$ 50,00
BENZOATO DE SODIO (KG)	\$ 50,00	1	1	\$ 50,00
FRASCOS-TAPA 250GR (UNID)	\$ 350,00	1	1	\$ 350,00
ETIQUETAS (UNID)	\$ 30,00	1	1	\$ 30,00
CAJAS (UNID)	\$ 350,00	1	1	\$ 350,00
COMBUSTIBLE (GAS)	\$ 115,00	1	1	\$ 115,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 1.845,00

Presentamos el resumen de costos directos de fabricación mensuales:

Materia Prima e Insumos = 9.819.902

Mano de obra = 775.00

Total costos directos \$ = 6,024.60

5.5 Plan de Producción

Tecnología

Identificación de alternativas tecnológicas.

Se han analizado las tecnologías que se disponen para la producción de yacón y esta solo involucran a equipos sencillos como una marmita, pulpeadora , no se disponen de tecnologías complejas debido a que el producto es nuevo y aun no se ha industrializado el proceso, por lo general para la producción de yacón.

Selección de las tecnologías

Como se dijo anteriormente al no disponer de tecnología avanzada para el proceso se optara la selección de equipos exclusivamente necesarios como la pulpeadora marmita .caldero, y se prescindirá de tecnología para los procesos con los cuales no se cuente con ella, optando de este modo al trabajo manual.

Requerimiento de Maquinarias, equipos, mobiliario, herramientas, vehículos.

Las maquinarias, equipos mobiliario a utilizar son muchos de usos domésticos como cuchillos, ollas grande jarras, balanza etc., así como también de herramientas como medidores para controlar algunas propiedad de nuestro producto como la acides o pH con el Ph-metro, ° Brix con el refractómetro, temperatura con un termómetro, etc.

Entre los equipos que más se usaran están la marmita y la pulpeadora. Detalle de maquinarias que se requieren para el proyecto. Detalle de maquinarias que se requieren para el proyecto

MAQUINARIA	UND	CANT.	CARACTERISTICAS	VIDA UTIL	PROVEEDOR	VALOR
Pulpeadora		1	Aquí recomendamos una despulpadora de hasta 80 kg/hrs.	10	Empresa (salón emprendedor)	165.000
Caldero		1		10		52.000
Equipo Pasteurizador		1	Equipo con accionamiento eléctrico 110/220 volt. Con control de temperatura y termostato de regulación. Capacidad para el 12/16 y de 24/48 frascos por proceso, lo que ya sería adecuado para esta pequeña fábrica.	10	Empresa (salón emprendedor)	45.000
Marmita		1	500L	10	Empresa (salón emprendedor)	38.000

Detalle de equipos que se requieren para el proyecto

Equipos materiales	y	Unidad	Cantidad	Características	Vida útil	Proveedor	Valor
Balanza		2	1) 0-50 kg 2)0-2000 g		10		119.700
Exprimidor cítricos	de	1			10		29.000
Refractómetro		1	(50-90 °brix)		5		175.000
Ph-metro		1			5		80.000
Termómetro		1			5		30.000
Ollas		8			5		256.000
Tinas Plásticas		10	150L		5		48.000
Tablas de picar		10			5		25.000
Cuchillos		10			2		32.000
Jarras Plásticas		10	2L		2		19.000
Juego cucharas medidoras	de	4			2		35.200
Coladores		3			2		15.000
Espumadera		3			2		9.000
Uniformes de trabajo (mandil, guantes, etc.)	de	10			2		83.000
Equipos seguridad (ext, mang, etc)	de	2			2		67.400
Utensilios de limpieza y desinfeccion	y	2			1		53.000

5.6 Recursos materiales y humanos para la producción

Mano de obra

Para este volúmen de producción se requiere la participación de 6 personas:

- 1 Jefe de Logística
- 5 operarios.

Calculamos la remuneración mensual que percibirán, considerando 20 días de trabajo mensual.

Trabajador	Cantidad	Salario \$	
		Unitario	Total
Jefe de producción	1	327.355	327.355
Operarios	5	224.472	1.122.360
		Total \$	1.777.070

5.6 Localización

Ubicación de Nuestra Empresa



Mapa de Ubicación



Ubicación
Lugar Vta.

Localizaciones a Utilizar

Para llevar a cabo la distribución, preparación y área administrativa de nuestra empresa, requerimos de un solo plantel el cual supla las todas nuestras necesidades mencionadas anteriormente.

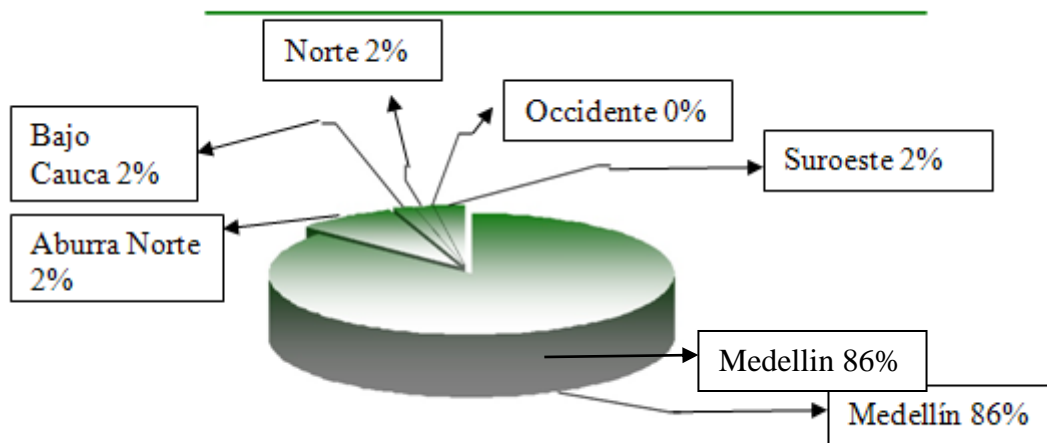
Macro localización

Escogimos el área de la Avenida oriental de la ciudad de Medellín, puesto a que es un lugar el cual tiene potencial para la venta de productos naturales, puesto a que allí se encuentra establecida nuestra competencia la tienda Naturista Sol Verde, esto puede ser una ventaja ya que los clientes que ellos tienen pueden ser atraídos por nuestra nueva idea comercial, pero no deja de ser una ventaja puesto a que es un producto nuevo y su mercadeo debe ser un éxito para la aprobación de este a nuestras clientes objetivos.

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA	Baja
	<ul style="list-style-type: none"> · Escaso número de empresas productoras. · Bajo nivel de profesionalización empresarial.
	Barreras de entrada: Media Alta inversión inicial Falta de mano de obra calificada en la actividad. <ul style="list-style-type: none"> · Canales de comercialización poco desarrollados.
COMPETIDORES	Barreras de salida: Media-Baja <ul style="list-style-type: none"> · El nivel de inversión obstaculiza un rápido abandono de la actividad. · Baja dificultad de venta de los equipos.
PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	Alta <ul style="list-style-type: none"> · Competencia con empresas de producción industrial, pero con líneas de productos tradicionales.
PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES	Media <ul style="list-style-type: none"> · Exigencia en variedad de productos para tener opciones de donde elegir. · Exigencia en la calidad. · Auge por los productos naturales.
PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	Media <ul style="list-style-type: none"> · Poco volumen de compra por parte de los productores. · Políticas de pago estrictas de contado (solo varían con el nivel de confianza).

La identificación de empresas dedicadas a la producción de conservas y mermeladas presenta ciertas dificultades, puesto que no existen registros o estadísticas específicas disponibles para esta actividad. A través de las consultas llevadas a cabo en organismos públicos y fuentes secundarias se han identificado un total de 126 empresas legalmente constituidas de este tipo en la región de Antioquia, dentro de las 11.190 empresas de la industria manufacturera según el informe Estructura Empresarial de Antioquia por Actividad Económica y Tamaño

de Empresa 2006 de la Cámara de Comercio de Medellín. Su distribución territorial es la siguiente:



Podemos observar que el número de empresas de producción de conservas y mermeladas en su mayor parte se encuentran ubicadas en la ciudad de Medellín con 109 empresas que corresponden al 86,5 % del total. Siguen en su orden la región del Aburrá Norte con un porcentaje de 7,9% correspondiente a un número de 10 empresas.

En igual proporción en las regiones del Bajo Cauca y el Norte encontramos la existencia de 2 empresas respectivamente, que reflejan un 1,9 % en cada área, dedicadas a este tipo de actividad, específicamente a base de frutas legumbres y hortalizas. En el caso del Suroeste, el porcentaje correspondiente es el 2,4% del total de empresas antioqueñas de este tipo.

En relación al emprendimiento y a la creación de empresas, debe saber que en el año 2006 de las 41 ideas ganadoras de la región en el concurso “Antójate” de Antioquia, organizado por la Gobernación de Antioquia -en el cual se premia ideas innovadoras-, 22 de ellas fueron en el área de alimentos y 7 se encuentran relacionadas con empresas de conservas y mermeladas. Esto es un indicador del importante grado de oportunidad empresarial para el futuro próximo de esta actividad, que como se señaló anteriormente, se encuentra en fase de desarrollo y expansión de su mercado potencial y real.

Las empresas de conservas y mermeladas que existen en la actualidad, presentan, generalmente, unas instalaciones físicas poco adecuadas para el

desempeño de la actividad. El tamaño de las instalaciones de estas empresas varían entre 70 y 130 m², dependiendo de la demanda del mercado. De acuerdo a las visitas realizadas a las empresas que desarrollan este tipo de actividad, las áreas de la empresa se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

ZONA	SUPERFICIE (m2)
Zona de producción	60
Zona de Almacenamiento	20
Oficina	10

Para el inicio de la actividad, se ha estimado una inversión de \$23.520.183, para la adquisición de maquinaria, equipos y realizar los trámites de legalización de la empresa, así como permisos y certificados (INVIMA), y un capital de trabajo para iniciar la producción. Sin embargo, otra alternativa de inversión es adquirir la maquinaria seminueva, con lo que puede reducir la inversión entre un 30 y 40%.

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Objetivo:

- -Identificar, clasificar y asignar las actividades que se tienen que realizar en la empresa para la elaboración de la mermelada de yacón.
- -Describir el procedimiento legal para la constitución de la empresa.

6.1 Planeamiento Estratégico

Visión

Para el 2015, la empresa se perfila con una sólida estructura organizacional que proporcione bienestar a sus empleados, clientes y proveedores, consolidando el liderazgo regional, departamental y nacional en la comercialización de las mermeladas de yacón, sosteniendo un crecimiento y mejora integral en nuestra organización proyectando confianza en nuestro trabajo.

Misión

Procesar el yacón y comercializarlo como mermelada, Ofreciendo un producto alternativo a las personas con problemas de salud y público en general, por salvaguarda de su salud. De esta manera, se busca contribuir generación de

empleos directos e indirectos, al crecimiento de la industria y aportando a la economía del país.

Objetivos

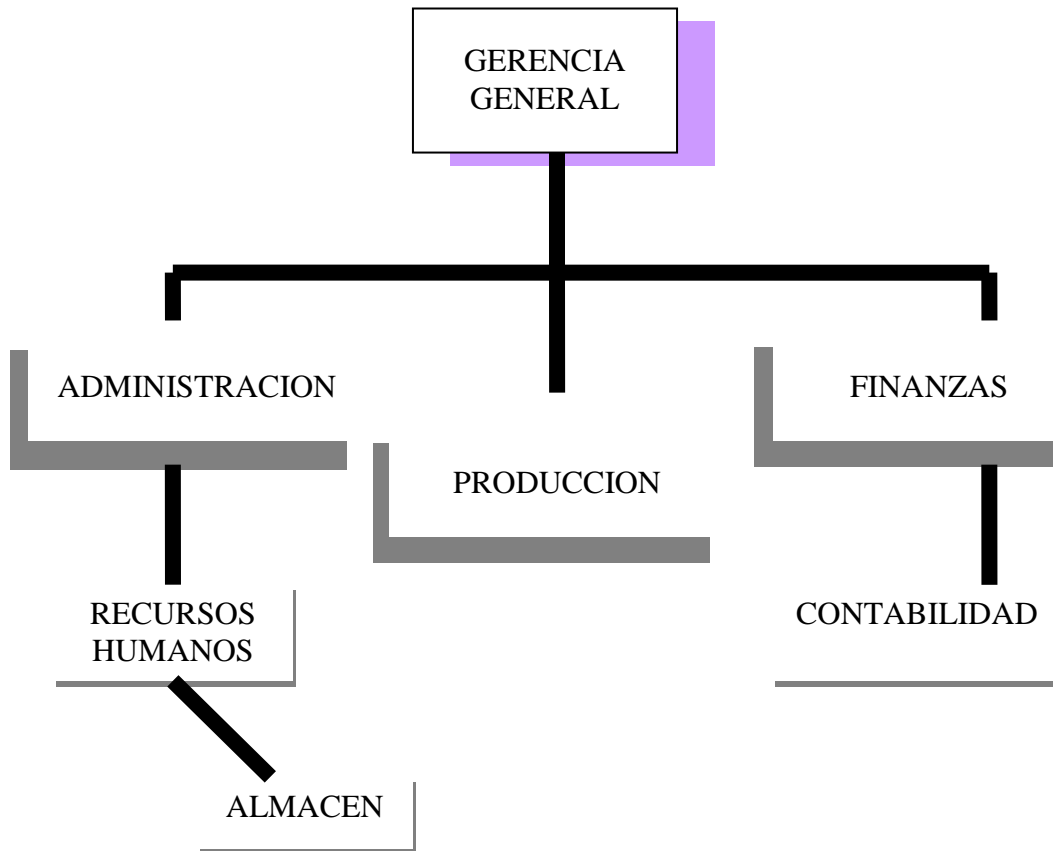
- Promover la industria en la zona de ubicación de la planta, generar puestos de trabajo y ofrecer un producto natural y saludable a los consumidores.
- Abrir nuevos mercados buscando satisfacer las necesidades del consumidor.
- Hacer una buena optimización del uso de las materias primas.
- Capacitar al personal con el fin de promover el desarrollo sostenible de la empresa.
- Presentar una imagen seria, responsable y comprometida, ante los clientes potenciales, los competidores y el estado.
- Producir y comercializar la mermelada de Yacón con bajos contenidos calóricos, buscando el bienestar de la salud en las personas diabéticas

Política

El trabajo en equipo será la base de nuestra organización, para satisfacer las exigencias del mercado a través de la implementación de sistemas de calidad y una excelente actitud de servicio. Este último apoyado con la oferta de promociones para lograr la satisfacción y aceptación del público.

Estructura del Organigrama funcional

Funciones de las diversas gerencias y/o departamentos



Gerencia General:

Encargada de administrar todos los recursos con los cuales cuenta la empresa, como también es la responsable que dirige y organiza las actividades para poder alcanzar las metas propuestas por la compañía, de esta manera el área tiene la eficiencia de determinar y lograr el alcance de los objetivos adecuados para beneficio de la misma.

Cargo: Gerente

Funciones:

- Planeará y coordinará las actividades del área administrativa y del área operativa, así como de las relaciones públicas de la empresa.
- -Tendrá como tarea asegurarse del cumplimiento de los objetivos, misión, estrategias y políticas de la organización.
- -Vigilará y evaluará cualquier cambio que se dé en el entorno.
- -Se encargará de controlar el cumplimiento de las normas de la empresa, además de diseñar un plan estratégico para la organización, será el

encargado de administrar de la manera más eficiente los recursos de la empresa y velará por el buen cumplimiento de las disposiciones de la misma.

- -Coordinará con los demás órganos de la empresa para determinar las acciones, estratégicas sobre penetración a mercado.
- Establecerá la política de oferta, promoción y publicidad del servicio.
- Dirigirá y asesora las reuniones periódicas de sus subordinados.

Administración

Recursos Humanos.

Área encargada del personal de la empresa.

Cargo: Administrador de Recursos Humanos

- Elabora las planillas de obreros y empleados
- Lleva el control de los contratos del personal
- Hace los trámites de atención de los asegurados
- Se encarga del reclutamiento, selección, contratación y capacitación del personal.

Almacén

Área encargada de las ventas del producto

Cargo: Representante de Ventas

- Realizar los contactos con los compradores
- Realizar la promoción y marketing de la empresa
- Manejar el stock en el almacén de la empresa y a la vez de la distribución de los productos a diferentes mercados y supermercados
- Cumplir con las metas establecidas por la administración, mantener en alto la buena imagen de la empresa ante los clientes y consumidores finales
- Presentar de una forma adecuada el producto, promocionar la mermelada, cuidar y velar por bienes de la empresa. De igual manera son los encargados de recuperar a aquel cliente que por algunas circunstancias ha dejado de comprar nuestro producto

Producción:

Jefe de Logística:

- Establecer la organización, planeación, dirección y coordinación de la programación para los procesos de la elaboración de la mermelada. .
- Encargado de la realización de compras locales e importación de los insumos.
- Coordinar los planes de trabajo de mantenimiento de la maquinaria y equipos.
- Elabora el pedido de insumos, materiales requeridos en todas las aéreas de la empresa, para su coordinación con el jefe de operaciones y gerencia general.
- Contrata y coordina el transporte para la distribución a los clientes del producto.

Operarios:

- Estudiar la capacidad instalada de la Planta. Recibir, entregar, revisar, controlar y cuidar la mercancía que llega a las bodegas para la producción de la mermelada o en el producto terminado.
- Mantener al día la información consignada en los respectivos inventarios de materia prima, producto en proceso y producto terminado, junto con los documentos que sean pertinentes para el debido control de los activos en inventarios, cuidar los activos fijos de la empresa con que realiza su actividad.
- Realiza la verificación física del ingreso y salida de insumos y materiales.

Financiera

Área encargada de todo tipo de movimiento financiero y contable de la empresa.

Cargo: Contador

- Asesorar al gerente general sobre el estado económico y financiero de la empresa.
- Preparar y elaborar los Balances de la empresa.
- Preparar los estados financieros de la empresa.
- Gestionar en la banca créditos y sobregiros.
- Llevar el control estadístico de las ventas mensuales para cruzar la información con la Programación de operaciones.
- Elaborar la liquidación de servicios transportes y seguridad social
- Tener al día los libros contables.
- Hacer el pago de los impuestos correspondientes.

- Calcula los impuestos sociales y liquidaciones del personal
- Liquidar nómina de los empleados

6.2. Subcontratación

Transporte

Empresa: TRANSPORTE SARVI LTDA

El servicio de transporte movilizará la carga de los tubérculos (Yacón), importado, en el trayecto comprendido entre los diferentes muelles del puerto de Cartagena y la ciudad de Medellín.

Movilizará el producto procesado (Mermelada de Yacón), desde nuestra planta, hasta las instalaciones físicas de nuestros clientes, dentro de la zona urbana de la ciudad de Medellín

Costos de Transporte

Flete Cartagena – Medellín por KG \$ 73.628

Promedio mes: 1.200.000

6.3. Costos de Administración

SALARIO MENSUAL	
Gerente	\$ 1.520.000
Administrador de Recursos Humanos	\$ 1.240.000
Representante de Ventas	\$ 900.000
Jefe de Operaciones	\$ 900.000
Jefe de Logística	\$ 900.000
Contador	\$ 1.240.000



PRESTACIONES SOCIALES MENSUALES	
EPS 8.5%	\$ 839.885
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR 9%	\$304.190
FONDO DE PENSIONES Y CESANTIAS 12%	\$ 322.759
RIESGOS PROFESIONALES 0.522%	\$ 62.451

El valor a cancelar por concepto de la seguridad social de los empleados, se cotiza sobre el salario neto devengado de cada empleado, a excepción de la caja de compensación familiar que es sobre el total de la nómina mensual, los porcentajes a pagar, son compartidos entre el empleado y la empresa, como lo es: EPS es del 12.5%, la empresa aporta el 8.5% y el empleado el 4%. Fondo de Pensiones es del 16% la empresa aporta el 12% y el empleado el 4%

CONCEPTO	Valor
Acondicionamiento de la plata	4.500.000
Enseres	253.000
Muebles	500.000
Maquinaria	1.376.300
Capital de trabajo inicial	3.580.000
Equipos para proceso de información	1.450.000
Gastos de constitución	160.000
Certificado INVIMA	2.415.183
Total	23.590.183

El pago de impuestos es obligatorio para todas aquellas empresas constituidas legalmente, y no debe ser un inconveniente para el rentabilidad del negocio. El pago del impuesto al valor agregado: IVA, que corresponde a un 16% sobre el valor de las ventas y se declara de forma bimestral. En relación con el impuesto de renta este solo se cancela si los ingresos anuales de la empresa exceden a un valor de \$88.216.000 Año 2008), pasando de ser régimen simplificado a ser régimen común y corresponde al 35% sobre la renta del negocio, para ello debes contar con una asesoría contable especializada que te ayude en la declaración. Estos impuestos se declaran ante la DIAN (Dirección de Impuestos Nacionales). Otro es el valor anual que se debe pagar a la Cámara de Comercio como renovación y corresponde al mismo valor de la inscripción alrededor de \$110.000. Debe consultar los impuestos y devoluciones específicas para la actividad de elaboración de conservas y mermeladas.

Normas Sectoriales de Aplicación

Dentro de la reglamentación para la elaboración de conservas y mermeladas debe tener en cuenta los siguientes decretos y resoluciones, de obligatorio cumplimiento para el desarrollo de la actividad:

Decreto 3075 de 1997: Regulación de las actividades relacionadas con la manipulación de alimentos.

Decreto 977 de 1998: crea el Comité Nacional del Códex Alimentarius y se fijan sus funciones para intervenir en la fijación de normas y reglamentos sobre calidad de los productos con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas.

Resolución 2652 de 2004: reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.

Resolución 7992 de 1991: Reglamentación de la elaboración, conservación y comercialización de Jugos. Concentrados, Néctares, Pulpas, Pulpas Azucaradas y Refrescos de Frutas.

Resolución 14712 de 1984: normas técnicas relacionadas con los vegetales como frutas y hortalizas. Buenas Prácticas de Manufactura– BPM. Principios básicos y prácticas generales de higiene que se aplican desde el proceso de elaboración hasta la distribución final de un alimento, para garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas, disminuyendo así los riesgos para la salud de los consumidores.

Consulta de uso del suelo Departamento Administrativo de Planeación. El uso del suelo debe tener en cuenta los usos permitidos o no para el ejercicio de una actividad económica determinada en una dirección específica de la ciudad de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial P.O.T. y el decreto 2150/95 que suprimió las licencias de funcionamiento y reformó los procedimientos para poder ejecutar una actividad en el territorio nacional. El visto bueno del suelo debe ser solicitado por medio de una carta a las autoridades de planeación municipal acompañado de los siguientes formatos diligenciados: Carátula Única Empresarial, Anexo Matrícula Mercantil y Anexo DIAN-Secretaría Municipal (SM).

Trámite ante la DIAN.

Ante la DIAN es necesario solicitar el Registro Único Tributario, RUT, conocido como la base de datos que lleva la Administración Tributaria a nivel Nacional de

los contribuyentes, que cual comprende la información básica de los mismos, con fines estadísticos y de control. Con el RUT a cada contribuyente se le asigna un Número de Identificación Tributaria, NIT, que identifica ante impuestos nacionales, así como ante otras entidades públicas y privadas a los contribuyentes y declarantes.

Elaborar documento de la constitución de la sociedad.

En el caso de las personas naturales es necesario diligenciar ante la Cámara de Comercio el documento de la constitución de la sociedad que dará origen al establecimiento.

Formulario de Matrícula Mercantil.

El Formulario de Matrícula Mercantil genera el impuesto de Industria y Comercio que es un gravamen de carácter obligatorio, sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financieras, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del Municipio, que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimiento o sin ellos. Este servicio lo ofrece la Cámara de Comercio de Medellín

Formulario adicional de registro de otras entidades.

El formulario de registro con otras entidades lo entrega la Cámara de Comercio y es utilizado por la Dirección Nacional de Impuestos y Aduana–DIAN- con fines tributarios. Presentar los anteriores documentos en la Cámara de Comercio y Cancelar los derechos de matrícula en la Cámara de Comercio. Todos estos requisitos deben ser presentados ante la Cámara de Comercio y posterior a este trámite se debe cancelar los impuestos de registro recaudado por las rentas departamentales este trámite es facilitado por la Cámara de Comercio, integrado al proceso de creación de empresas

NOTA: En la creación de empresas de alimentos es necesario solicitar el registro sanitario ó renovación de registro sanitario de alimentos de producción nacional modalidad: fabricar y vender. Para ello se debe diligenciar el Formulario único de Solicitud, Registro Sanitario Automático de Alimentos - Expedición y Renovación, (Original y copia), suministrado por el INVIMA sin costo alguno a través de la pagina Web de la entidad. Si se requiere asesoría posterior se puede recurrir a la Secretaria de Salud Social.

7. GASTOS FINANCIEROS

Estructura de Costos



7.1 Ventas

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
	Ventas	Participacion del total Ventas	
PRODUCTOS	MERMELADA DE YACON	\$ 34.650.000,0	100,00%
	Producto 2	\$ 0,0	0,00%
	Producto 3	\$ 0,0	0,00%
	Producto 4	\$ 0,0	0,00%
	Producto 5	\$ 0,0	0,00%
	Producto 6	\$ 0,0	0,00%
	Producto 7	\$ 0,0	0,00%
	Producto 8	\$ 0,0	0,00%
	Producto 9	\$ 0,0	0,00%
	Producto 10	\$ 0,0	0,00%
	Producto 11	\$ 0,0	0,00%
	Producto 12	\$ 0,0	0,00%
	Producto 13	\$ 0,0	0,00%
	Producto 14	\$ 0,0	0,00%
	Producto 15	\$ 0,0	0,00%
		VENTAS TOTALES (VT)	\$ 34.650.000,0



7.2 Estructura de Costos

		COSTOS TOTALES									
Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	COSTOS FIJOS					
PRODUCTOS	MERMELADA DE YACON	\$ 1.845,0	9.000	\$ 16.605.000,0	100,00%	\$ 3.671,12	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN		\$ 6.115.415,0		
	Producto 2	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 8.635.000,0		
	Producto 3	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS		\$ 1.684.700,0		
	Producto 4	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)		\$ 16.435.115,0		
	Producto 5	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Volver al Menu Principal				
	Producto 6	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -					
	Producto 7	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -					
	Producto 8	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -					
	Producto 9	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -					
	Producto 10	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	RESUMEN COSTOS				
	Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Cuenta	Valor	Participación		
	Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos Variables		\$ 16.605.000,0	50,26%	
	Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos fijos de producción		\$ 6.115.415,0	18,51%	
	Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos fijos de administración		\$ 8.635.000,0	26,13%	
	Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos fijos de Comercializacion y Ventas		\$ 1.684.700,0	5,10%	
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 16.605.000,0			Costos Totales		\$ 33.040.115,0	100,00%		



Plan de Negocios – PRODUCTOS YACUMA LIGHT

7.3 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL						PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total	Margen Contribucion Unitario	Participacion Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
MERMELADA DE YACON	9.000	\$ 1.845,00	\$ 3.850,00	\$ 16.605.000,00	\$ 34.650.000,00	\$ 2.005,00	100,00%	8197,06	\$ 31.558.699,63
Producto 2	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 3	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 4	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 5	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 6	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 7	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 8	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 9	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 10	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 11	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 12	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 13	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 14	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
Producto 15	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
VALORES TOTALES				\$ 16.605.000,00	\$ 34.650.000,00				

Costo Variable promedio =	47,92%	Punto de Equilibrio (%) =	91,08%
Margen de contribución (\$) =	\$ 18.045.000,002	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 31.558.699,63
Margen de contribución (%) =	52,08%		

[Volver al Menu Principal](#)



Plan de Negocios – PRODUCTOS YACUMA LIGHT

7.4 Flujo de Caja Mensual

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Medias	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Bajas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Consolidado	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000
- Costos variables		\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115
Costos fijos de Producción		\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415
Costos fijos de Administración		\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172
- Impuestos	\$ 0	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 20.511.662
Préstamos	\$ 0												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 14.750.415
Valor de Salvamento													\$ 5.761.247
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 24.144.215	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.377.800												
Pago Crédito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.016.000												
Capital de Trabajo	\$ 14.750.415												
FLUJO DE CAJA	-\$ 24.144.215	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 21.679.723

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	1.869.134
Tasa Interna de Retorno	3,83%

[Volver al Menu Principal](#)



7.5 Flujo de Caja Anual

DATOS GENERALES DEL PROYECTO

Simulación (Sensibilidad)		
Ingreso Cambio Porcentual en el Precio:		Ver Resultados
Ingreso Cambio Porcentual en las Ventas:		Ver Resultados
Ingreso Cambio Porcentual Costos Variables:		Ver Resultados
Ingreso Cambio Porcentual Costos Fijos:		Ver Resultados
Tasa de Rentabilidad Esperada		Ver Resultados
Combinación de los anteriores cambios		Ver Resultados

Proyecciones (Flujo de Caja Anual)

Ingreso Variacion Porcentual Anual de Precios	1,00%
Ingreso Variacion Porcentual Anual de Ventas	15,00%
Ingreso Variacion Porcentual Anual de Costos	2,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	4,00%

Ver Resultados para:

Número de Años			
2	3	4	5

[Volver al Menú Principal](#)



7.6 Estructura Financiera

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 8.377.800,0	\$ 0,0	\$ 8.377.800,0
Gastos Preoperativos	\$ 1.016.000,0	\$ 0,0	\$ 1.016.000,0
Capital de Trabajo	\$ 14.750.415,0	\$ 0,0	\$ 14.750.415,0
Total Requerimientos Financieros			\$ 24.144.215,0



7.7 Inversión Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
	Costos Variables	\$ 16.605.000
	Costos Fijos de Producción	\$ 6.115.415
	Costos Fijos de Administración	\$ 8.635.000
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.684.700
Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 0
	Inventarios productos	\$ 0
	Inventario de Materia Prima	\$ 0
Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 16.605.000
	Fijos de Produccion	\$ 0
	Administrativos	\$ 0
Comercialización y Ventas	\$ 1.684.700	
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 14.750.415



Plan de Negocios – PRODUCTOS YACUMA LIGHT

7.8 Estados de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000	34.650.000
- Costo Variables	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000	16.605.000
- Costos Fijos Producción	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415	6.115.415
- Gastos Depreciación	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046	218.046
= Utilidad Bruta en Ventas	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539	11.711.539
- Costos fijos de Administración	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000	8.635.000
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700	1.684.700
- Amortización de diferidos	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667	84.667
= Utilidad Operativa	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172	1.307.172
- Impuestos	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824	441.824
= UTILIDAD NETA	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348	865.348
Utilidades no Repartidas Acumuladas	865.348	1.730.696	2.596.044	3.461.392	4.326.740	5.192.088	6.057.436	6.922.784	7.788.132	8.653.480	9.518.829	10.384.177



Plan de Negocios – PRODUCTOS YACUMA LIGHT

7.9 Valor Presente Neto

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Medias	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Bajas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Consolidado	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000
- Costos variables		\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115
Costos fijos de Producción		\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415
Costos fijos de Administración		\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172
- Impuestos	\$ 0	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 20.511.662
Prestamos	\$ 0												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 14.750.415
Valor de Salvamento													\$ 5.761.247
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 24.144.215	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.377.800												
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.016.000												
Capital de Trabajo	\$ 14.750.415												
FLUJO DE CAJA	-\$ 24.144.215	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 21.679.723

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	1.869.134
Tasa Interna de Retorno	3,83%

[Volver al Menu Principal](#)



Plan de Negocios – PRODUCTOS YACUMA LIGHT

7.10 Tasa Interna de Retorno

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Medias	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Bajas	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Consolidado	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000	\$ 34.650.000
- Costos variables		\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000	\$ 16.605.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115	\$ 16.435.115
Costos fijos de Producción		\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415	\$ 6.115.415
Costos fijos de Administración		\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000	\$ 8.635.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700	\$ 1.684.700
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172	\$ 1.307.172
- Impuestos	\$ 0	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824	\$ 441.824
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348	\$ 865.348
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713	\$ 302.713
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 20.511.662
Préstamos	\$ 0												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 14.750.415
Valor de Salvamento													\$ 5.761.247
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 24.144.215	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.377.800												
Pago Credito (Capital)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.016.000												
Capital de Trabajo	\$ 14.750.415												
FLUJO DE CAJA	-\$ 24.144.215	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 1.168.061	\$ 21.679.723

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	1.869.134
Tasa Interna de Retorno	3,83%

[Volver al Menu Principal](#)

8 Consideraciones Finales

Pensamos que los objetivos se lograron con gran satisfacción puesto a que conocemos la forma en que se debe comenzar a formar un proyecto de empresa, donde pudimos concluir que desde el punto comercial tenemos cierta ventaja puesto a que es un producto nuevo en el mercado y que es de gran beneficio para la salud, por otra parte consideramos que tanto la parte financiera, legal y organizacional se pueden llevar a cabo puesto a que es factible desarrollar este proyecto de empresa.



RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

VISIÓN

Para el 2015, la empresa se perfila con una sólida estructura organizacional que proporcione bienestar a sus empleados, clientes y proveedores, consolidando el liderazgo regional, departamental y nacional en la comercialización de las mermeladas de yacón, sosteniendo un crecimiento y mejora integral en nuestra organización proyectando confianza en nuestro trabajo.

MISIÓN

Procesar el yacón y comercializarlo como mermelada, Ofreciendo un producto alternativo a las personas con problemas de salud y público en general, por salvaguarda de su salud. De esta manera, se busca contribuir generación de empleos directos e indirectos, al crecimiento de la industria y aportando a la economía del país.

PRODUCTO

La mermelada de yacón es un producto alimenticio, será elaborado a partir de la mezcla de pulpa y jugo de esta fruta. Opcionalmente la mermelada contendrá ácido cítrico, estabilizador y conservante. La mermelada de yacón no es un producto estable por sí mismo, es decir, necesita ser sometido a un tratamiento térmico adecuado para asegurar su conservación.

El yacón se puede consumir de la misma forma que la manzana: en ensaladas saladas y dulces y también se lo puede cocinar al horno o hervir, todo depende de los gustos y habilidades, ya que es una fruta muy versátil.

Una ventaja de la producción de la mermelada de yacón es que no necesita equipos sofisticados ni alta tecnología, es decir, no representa una gran inversión.

La mermelada de yacón representa una buena opción de mercado, por lo anteriormente descrito y porque es un producto diferente.

Nuestro producto “mermelada de Yacón” Tendrá como contenido neto 250 gr. El producto se distribuirá cajas de 24 unidades los envases serán de vidrio para conservar el sabor.

EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo de mermeladas estará constituido por 8 trabajadores que se caracterizarán en: un Gerente General, un Administrador de Recursos Humanos, un Representante de Ventas, un Jefe de Producción, un Jefe Logístico, un Contador. Todo este personal componente para el emprendimiento de esta empresa muestra interés particular en aprendizaje de diferentes oficios, compartiendo valores y gran voluntad para el logro de los objetivos.

PLAN COMERCIAL

El producto va dirigido a las personas de la ciudad de Medellín, que presentan síntomas o enfermedades como la diabetes y problemas de salud gastrointestinal, el sistema inmunológico para evitar el desarrollo de diversas enfermedades. Gracias a la bifidobacterias estimuladas por el consumo de yacón el cual será importado desde Perú, para la disminución de toxinas y por lo tanto menos riesgos de que se produzca un cáncer al colon.

Dentro las estrategias principales de comercialización estas se basan en una distribución masiva a supermercados, tiendas del rubro, venta directa a través de ferias productivas y la apertura de una distribuidora oficial, además de realizar una masiva promoción por medios de comunicación audiovisuales y la degustación directa en gimnasios, farmacias, mercados y profesionales especializados en nutrición.

SISTEMA DE NEGOCIO

El sistema de negocio está basado en el acopio de fruta para proceder con una minuciosa selección de la misma, procediendo posteriormente a la elaboración del producto, enfriamiento de la mermelada y envasado de las mismas, pasando ulteriormente por el etiquetado y empaçado, continuando con el transporte y distribución al mercado para llegar finalmente al objetivo, la venta del producto.



CONCLUSIONES

- Todo producto natural ayuda a la salud, manteniendo en equilibrio nuestro cuerpo, libre de enfermedades es por eso que presentamos al yacón como un producto industrial, el cual tendrá mayor oportunidad de ser consumido por el público en general
- El yacón es una planta oriunda de los andes del Perú que es natural de la selva generando esta mezcla de sabores grandes beneficios al consumidor, es importante conocer y valorar esta riqueza milenaria.
- Muchas de las personas no conoce el yacón y sus propiedades por lo cual no es consumido por la mayoría de la población, lo que nos indica que para poder entrar en el mercado, necesitamos una buena publicidad y estrategias de marketing para que nuestro producto sea conocido y la gente pueda apreciarlo debido a los beneficios que trae este al consumirlo.
- En conclusión el proyecto es muy rentable por lo cual es recomendable que sea ejecutado, esto se puede ver en el análisis rentabilidad donde los valores son muy favorables.



REFERENCIAS CIBERGRAFICAS

<http://www.ayudaproyecto.com/ideasneg.htm#Agrope>. Guía para la elección del proyecto.

<http://www.curardiabetes.com/yacon-silimarina-neem-contradiabetes/>. Beneficios del Yacón.

<http://propiedadesdelte.jaimalkauzar.es/el-yacon-y-la-flora-intestinal>. Propiedades del producto opcional Té de Yacón.

http://www.perumarketplaces.com/esp/ficha_empresa0.asp?cod=842§or=297. Proveedor más fuerte de Yacón en el Perú.

<http://www.monografias.com/trabajos57/yacon-peruano/yacon-peruano2.shtml>. Estudio de mercado, y país potencial para la importación de Yacón.

<http://www.slideshare.net/jimenaja/productos-derivados-del-yacon>. Productos derivados del Yacón.

<http://es.scribd.com/doc/41984330/01-Produccion-conservas-mermeladas>. Producción de conservas y mermeladas.