

GELTA

E.U.

TAMARINGEL

GELTA E.U.

DEPARTAMENTO ANTIOQUIA

28 DE AGOSTO 2009

PROYECTO DE ELABORACION DE GELATINA DE TAMARINDO

POR

GREY VANESSA CATAÑO PAREJA
SANDRA LILIANA GUZMÁN GONZÁLEZ
YULIANA MARCELA ZAPATA PADILLA

ASESOR
ALEJANDRA MARIA LUJAN JARAMILLO
Profesora ESUMER
Especialista en Finanzas corporativas EIA

MATERIA
GESTION DE PROYECTO

ESUMER
SANTA FE DE ANTIOQUIA
2009

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Ciudad y fecha

CONTENIDO

	pág.
RESUMEN EJECUTIVO	14
1. INFORMACION DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	15
2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	16
3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA	17
3.1 GELTA SA	17
3.2 DESCRIPCION DE LA EMPRESA	17
3.3 MISION DE LA EMPRESA	17
3.4 OBJETIVOS	17
3.4.1 Objetivo General	17
3.4.2 Objetivos Específicos	17
3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS	18
3.6 NECESIDAD QUE SE INTERVIENE	18
3.7 EL PRODUCTO	19
3.8 JUSTIFICACION	19
3.9 ANALISIS DEL ENTORNO	19
4. ANALISIS DEL MERCADO	21
4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO	21
4.2 DESCRIPCION DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS	21
4.3 EL MERCADO META DEL SERVICIO	22

4.3.1	El Mercado Meta	22
4.3.2	Estudio Del Mercado Consumidor	23
4.3.2.1	Objetivos Del Estudio Del Mercado Consumidor	23
4.3.2.2	Medios A Través De Los Cuales Se Realizo El Estudio Del Consumidor	24
4.3.2.3	Aplicación De Los Medios	30
4.3.2.4	Resultado Del Estudio De Los Consumidores	31
4.4	EL MERCADO PROVEEDOR	31
4.4.1	Proveedores	31
4.4.2	Estudio Del Mercado Proveedor	33
4.4.2.1	Variables Estudiadas Del Mercado Proveedor	33
4.4.2.2	Medios A Través De Los Cuales Se Realizo El Estudio Del Mercado Proveedor	33
4.4.2.3	Aplicación De Los Medios	33
4.4.2.4	Resultados Del Estudio De Los Proveedores	34
4.5	EL MERCADO COMPETIDOR	35
4.5.1	Competidores	35
4.5.2	Estudio Del Mercado Competidor	35
4.5.2.1	Variables Estudiadas Del Mercado Competidor	35
4.5.2.2	Estrategias Y Medios Para El Estudio Del Competidor	36
4.5.2.3	Aplicación De Los Medios	36
4.5.2.4	Resultado Del Estudio De La Competencia	36
4.6	EL MERCADO DISTRIBUIDOR	37

4.6.1	Distribución	37
4.6.2	Distribución Directa	38
4.6.3	Manejo De Inventarios	39
4.6.4	Comunicación	39
4.6.5	Actividades De Promoción Y Divulgación	39
4.7	PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	40
4.7.1	Factores Que Influyen En La Determinación Del Precio Los Productos	40
4.7.2	Precio Del Producto Tomando Como Base Los Costos	40
4.7.3	Precio Del Producto Propuesto	41
4.7.4	Política De Precios	41
4.8	COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACION	41
4.9	RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO	41
4.9.1	Riesgos	41
4.9.2	Oportunidad	42
4.10	PLAN DE VENTAS	42
5.	ASPECTOS TECNICOS	44
5.1	OBJETIVOS DE PRODUCCION	44
5.2	DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION	44
5.3	CAPACIDAD DE PRODUCCION	45
5.4	PLAN DE PRODUCCION	45
5.5	RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCION	46

5.5.1	Requerimientos De Maquinaria, Equipos, Y Tipo De Comunicaciones	46
5.5.2	Requerimientos De Materiales E Insumos	50
5.5.3	Requerimientos De Servicios	50
5.5.4	Requerimientos De Personal	51
5.5.5	Programa De Producción	51
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	52
6.1	DESCRIPCION DEL PROCESO ADMINISTRATIVO	52
6.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	53
6.2.1	Organigrama	53
6.2.2	Descripción Funcional De La Organización	54
6.3	RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACION	60
6.3.1	Locaciones	61
6.3.2	Requerimientos De Equipos, De Software, Muebles Y Enseres	61
6.3.3	Requerimiento De Materiales De Oficina	62
6.3.4	Requerimientos De Servicios	63
6.3.5	Requerimientos De Personal	63
6.4	PROGRAMA DE ADMINISTRACION	64
7.	ASPECTOS LEGALES	65
7.1	TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	65
7.2	CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS	65
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	71

8.1	ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO	71
8.1.1	Recursos Propios	71
8.1.2	Crédito Y Préstamos Bancarios	71
8.2	INGRESOS Y EGRESOS	73
8.2.1	Ingresos	73
8.2.1.1	Ingresos Propios Del Negocio	73
8.2.1.2	Otros Ingresos	74
8.2.2	Egresos	74
8.2.2.1	Inversiones	74
8.2.2.2	Costos	75
8.2.2.3	Gastos	76
8.2.2.4	Gastos Financieros	78
8.3	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	80
8.3.1	Flujo De Caja	80
8.3.2	Estado De Pérdidas Y Ganancias	81
8.3.3	Balance General	82
8.4	EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	85
8.4.1	Valor Presente Neto	85
8.4.2	Tasa Interna De Retorno	85
8.4.3	Indicadores Financieros Proyectados	87
8.4.4	Análisis De Sensibilidad (Variación De La Demanda)	88
8.4.5	Análisis De Sensibilidad (Variación Del Precio)	89

9.	CONSIDERACIONES FINALES	94
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	96
	ANEXOS	98

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Insumos	31
Tabla 2. Maquinaria Y Equipos	32
Tabla 3. Muebles Y Enseres	32
Tabla 4. Equipos De Comunicación	33
Tabla 5. Estudio De Proveedores	34
Tabla 6. Competidores	35
Tabla 7. Estudio De La Competencia	36
Tabla 8. Mercado Distribuidor	37
Tabla 9. Fuerza De Ventas	38
Tabla 10. Factores Que Influyen En El Precio Del Producto	40
Tabla 11. Precio De Los Productos Tomando Como Base Los Costos	40
Tabla 12. Costos Mensuales Asociados A Las Actividades De Comercialización	41
Tabla 13. Plan De Ventas Mes A Mes	42
Tabla 14. Plan De Ventas Año A Año	43
Tabla 15. Capacidad De Producción	45
Tabla 16. Plan De Producción Mes A Mes	45
Tabla 17. Plan De Producción Año A Año	46
Tabla 18. Maquinaria Y Equipos	46
Tabla 19. Equipos	47

Tabla 20.	Muebles Y Enseres	48
Tabla 21.	Muebles Y Equipos	48
Tabla 22.	Equipos De Comunicación	49
Tabla 23.	Equipos De Computo	49
Tabla 24.	Materiales E Insumos	50
Tabla 25.	Servicios	50
Tabla 26.	Personal	51
Tabla 27.	Programa De Producción	51
Tabla 28.	Requerimiento De Equipos	61
Tabla 29.	Muebles Y Enseres	62
Tabla 30.	Requerimiento De Materiales De Oficina	62
Tabla 31.	Requerimiento De Servicios	63
Tabla 32.	Requerimiento De Personal	63
Tabla 33.	Programa De Administración	64
Tabla 34.	Costo De Registros Requeridos	70
Tabla 35.	Recursos Propios	71
Tabla 36.	Plan De Amortización	71
Tabla 37.	Plan De Producción Mes A Mes	73
Tabla 38.	Plan De Producción Año A Año	74
Tabla 39.	Otros Ingresos	74
Tabla 40.	Inversiones En Activos Fijos	74
Tabla 41.	Inversiones En Gastos Preoperativos	75

Tabla 42.	Costos Variables	75
Tabla 43.	Costos Fijos	76
Tabla 44.	Gastos Administrativos Y Legales	76
Tabla 45.	Depreciaciones	77
Tabla 46.	Gastos De Distribución Y Ventas	77
Tabla 47.	Amortización	78
Tabla 48.	Flujo De Caja	80
Tabla 49.	Estado De Resultados	81
Tabla 50.	Balance General	82
Tabla 51.	VPN Y TIR	85
Tabla 52.	Indicadores Financieros De Endeudamiento	87
Tabla 53.	Flujo De Caja Análisis De Sensibilidad Variación De La Demanda	88
Tabla 54.	Flujo De Caja Análisis De Sensibilidad Variación Del Precio	89
Tabla 55.	Análisis De Sensibilidad Variación De La Demanda 10%	91
Tabla 56.	Análisis De Sensibilidad Variación Del Precio 15%	93

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Formulario Para La Inscripción Del Contribuyente Neto	98
Anexo B. Formulario De Registro Único DIAN	99
Anexo C Formulario Adicional De Registro Cámara De Comercio	100

RESUMEN EJECUTIVO

TAMARINGEL, es un proyecto planteado por Sandra Liliana Guzmán González, Yuliana Marcela Zapata Padilla y Grey Vanessa Cataño Pareja; estudiantes de Tecnología en Mercadeo de la Institución Universitaria ESUMER con el propósito de presentar un proyecto innovador para la creación de una nueva empresa.

La idea de **TAMARINGEL** se basa en el posicionamiento de la marca, que consiste en una Gelatina a base de tamarindo fruta típica del municipio de Santa fe de Antioquia. Lo que se quiere es ofrecer al consumidor otra forma de disfrutar del tamarindo ya que su presentación tradicional es en pulpa, concentrado o la fruta como tal, por sus características y beneficios se diferencia de las gelatinas que actualmente se encuentran en el mercado. El producto pertenece al sector alimentos del municipio de Santa Fe de Antioquia y se ubica en el subsector de postres.

A continuación se presentará la idea donde se incluyeron aspectos de investigación de mercados, aspectos de producción donde se describe el proceso de producción y los requerimientos de materia prima y maquinaria; aspectos administrativos donde se presenta la estructura organizacional de la empresa y los requerimientos de personal; aspectos legales donde se describen los tramites y documentos legales necesarios para la constitución de la empresa y financieros, donde se concluyó que la idea de negocio **TAMARINGEL** es viable, ya que presentó una TIR del 21%, tomando como punto de partida una investigación de mercados donde se determino el segmento de mercado al que **GELTA E.U.** le apuntará así como gustos, preferencias y comportamiento del consumidor, además se realizó un estudio del mercado competidor y proveedor.

Gracias a este estudio realizado se puede concluir que el proyecto **TAMARINGEL** es poco viable y que resulta rentable solo si el producto se comercializa con un precio más alto que el de la competencia, teniendo en cuenta que estos tienen sus marcas y productos posicionados y además manejan precios bajos; esto puede ser una barrera de entrada a la hora de comercializar el producto.

Esta idea es una propuesta innovadora ya que en el mercado no existe una gelatina con el mismo sabor y en la región existen pocos productos a base tamarindo esto generará beneficios para el desarrollo de la comunidad del municipio.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

GREY VANESSA CATAÑO PAREJA

Cedula de ciudadanía: 1022094259

Teléfono: 853 4368

Teléfono móvil: 3002554325

Dirección: Av. 18 N. 18ª-64 Barrio: Llano De Bolívar

Ciudad: Santafé de Antioquia

Correo Electrónico: greycat658@hotmail.com

Estudios: Tecnológicos

SANDRA LILIANA GUZMÁN GONZÁLEZ

Cedula de ciudadanía: 21500653

Teléfono: 853 3676

Teléfono móvil: 3147424331

Dirección: Carrera 8AA N 2B-37 Barrio: Santa Lucia

Ciudad: Santafé de Antioquia

Correo Electrónico: saliguzgo@hotmail.com

Estudios: Tecnológicos

Otros Estudios: Auxiliar de mercadeo, servicio al cliente.

YULIANA MARCELA ZAPATA PADILLA

Cedula de ciudadanía: 102092678

Teléfono: 853 2368

Teléfono móvil: 3104701311

Dirección: Calle 16 N. 8-61 Barrio: Llano de Bolívar

Ciudad: Santafé de Antioquia

Correo Electrónico: yulimza86@gmail.com

Estudios: Tecnológicos

Otros Estudios: Manejo al huésped, digitación de texto, contabilidad 1, servicio al cliente

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Las razones que motivaron la realización de este proyecto son personales, académicas y de negocios.

Pero lo que más motiva es que se quiere poner en práctica todos los conocimientos que se han adquirido durante los cuatro semestres anteriores y de esta forma realizar un buen trabajo de grado. Del mismo modo se ve este proyecto como una buena oportunidad personal, ya que permite emprender una carrera promisoría como microempresarios al poner en práctica esta idea de negocio.

Al mismo tiempo el propósito también es de negocio, porque si se tiene un buen plan de negocio aunque no se cuente con los recursos suficientes para sacar el producto al mercado, se puede ver la posibilidad de vender esta idea o conseguir socios para ponerla en marcha.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 GELTA E.U.

3.2 Descripción de la Empresa. La empresa se va dedicar a la elaboración y venta de gelatina a base de tamarindo, como la gelatina ya existe su valor agregado es su nuevo sabor, donde se utilizará la pulpa permitiendo que el producto sea totalmente natural. Este producto está dirigido a personas de 5 años en adelante hasta los 60 años, principalmente a personas de la de la región y municipios aledaños y algunos turistas que se interesan por conocer el tamarindo y sus derivados.

La empresa es de tipo industrial, es una micro empresa y estará ubicada en el barrio Santa Lucia en la calle 9 N. 5-125.

3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA

La misión de la empresa es fabricar gelatina de tamarindo de la mejor calidad bajo estrictas medidas de seguridad e higiene que garanticen la satisfacción total de las necesidades y expectativas de los clientes a los cuales se quiere llegar.

3.4 OBJETIVOS.

3.4.1 Objetivo General. Producir y comercializar gelatina de tamarindo con la marca de TAMARINGEL, un producto novedoso por su nuevo sabor y que será comercializado y representado en el mercado a través de GELTA E.u.

3.4.2 Objetivos Específicos.

- Proporcionar gelatina de muy buena calidad y los servicios inherentes que satisfagan las necesidades presentes y futuras de los consumidores de TAMARINGEL.
- Garantizar la distribución de TAMARINGEL con el fin de crear confiabilidad.
- Detectar las falencias que tenga GELTA E.U. con su producto TAMARINGEL.
- Contar con un personal altamente calificado para satisfacer las necesidades de los consumidores de TAMARINGEL.

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

GELTA E.U. se va diferenciar por elaborar un producto con un nuevo sabor, que además de contener proteínas, ser nutritivo y poseer vitamina c, tiene propiedades medicinales, porque es utilizado como medicamento ayurvédico para algunos problemas de digestión o estomacales. Al mismo tiempo porque el contenido de la gelatina va a ser de 125 gramos, 5 gramos más que la competencia También es útil en algunos problemas biliares y un pequeño estudio clínico sugiere que el tamarindo mejora en el hombre los niveles de colesterol total y reduce la presión.

- Distinciones. Otro punto que nos diferenciará de la competencia es prestar un buen servicio ya que poseeremos unos buenos canales de distribución y contaremos con un personal altamente calificado y entrenado para satisfacer al cliente.

- El toque ayurvédico. La ciencia popular de la India propone una serie de masajes ancestrales que no sólo relajan el cuerpo, sino que también equilibran las emociones (por Magaly Rodríguez).

Pocos conjuntos de terapias alternativas han resistido tanto el paso del tiempo como las del Ayurveda, que significa “ciencia de la vida”. Sus preceptos holísticos señalan que el individuo que mantiene equilibradas sus energías tiene más probabilidades de conservar la salud y que, en la medida en la que toma conciencia del cuidado de su cuerpo y de su espíritu, puede lograr la auto curación.

3.6 NECESIDAD QUE SE INTERVIENE

La necesidad de elaborar este producto es querer incursionar en el mercado como microempresarios y darle una salida comercial al tamarindo, ya que se ha podido observar que es una fruta poco distribuido o reconocido en el mercado, por lo que se dice de qué sirve como laxante.

El poder dar la opción de disfrutar de un nuevo sabor de gelatina, como lo es la de tamarindo puede ser interesante para las personas ya que no van a consumir directamente la fruta, si no que la van a disfrutar en un nuevo producto.

3.7 EL PRODUCTO

Producto	Consumidor Final	Necesidad
TAMARINGEL	Niños desde los 5 años de edad hasta adultos mayores de 60 años.	Ofrecer un nuevo sabor de gelatina como lo es la de tamarindo.

3.8 JUSTIFICACIÓN

Santa fe de Antioquia y los pueblos aledaños son ricos en variedad de frutas, sin embargo la más representativa en el municipio es el tamarindo; se puede encontrar en pulpa, concentrados, semilla, pero se vio otra forma de transformar el tamarindo como lo es en gelatina ,que como ya se sabe existen en variedad de sabores como: mora, fresa, naranja, uva etc....pero no de tamarindo; por eso creemos que este producto vale la pena sacarlo al mercado ya que el tamarindo además de ayudar a refrescar por su sabor Acido- Dulce ya va estar transformada en gelatina refrigerada que va contener vitamina C y va ser nutritiva para el consumo.

3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Panorama Regional Del Turismo. Los siguientes son algunos de los aspectos más relevantes que contribuyen al desarrollo turístico en la Subregión del Occidente Antioqueño:

- La Visión del Occidente Antioqueño está orientada a la promisoría industria turística y reza de la siguiente manera: “EN EL 2020 DISFRUTANDO DE LA NATURALEZA EL OCCIDENTE ANTIOQUEÑO SERA LA RUTA TURISTICA DE LA MEJOR ESQUINA DE AMERICA”, este aspecto en concordancia con la gran visión de todas y todos los antioqueños en ser la mejor esquina de América para el 2020.
- El estupendo clima de la región, la hace atractiva para visitantes locales, nacionales e internacionales.
- La riqueza natural, arquitectónica y cultural de la región.

- La definición de la región como círculo turístico metropolitano en la ley 300 de Turismo 1996.
- Importante Punto Geoestratégico: Carretera al Mar Antioqueño, en la zona denominada: Gran Darién Caribe Colombiano (Urabá Chocoano y Antioqueño); Carretera a la Costa Caribe (Pintada- Puerto Valdivia).
- Integración con otras regiones con vocación turística del departamento; Suroeste Antioqueño y Norte (San Pedro de los Milagros).

La importancia actual de la región del occidente cercano antioqueño, tanto departamental como nacional e internacional, se centra en los aspectos turístico y recreativo, específicamente en los Municipios de Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo, Sopetrán, Olaya y Liborina, debido a su cercanía al área metropolitana, a su clima, a su variada gama de frutas que producen, y a sus atractivos paisajísticos y arquitectónicos.

Santa Fe de Antioquia es el asiento de los núcleos básicos de manejo de las entidades de orden departamental y nacional que atienden la región de occidente, debido a su localización estratégica y a su importancia histórica y arquitectónica.

El sector al cual está dirigido la empresa GELTA E.U. con su producto gelatina de tamarindo es a la parte urbana de Santa Fe De Antioquia la cual cuenta con una población de 13.712 Habitantes. De esta se estudiara el 10% que está conformado por niños desde los 5 años hasta adultos de 60 años y esto equivale a 1.371 habitantes tanto hombres como mujeres, las tendencias de crecimiento desde 2006 es de 12.924 habitantes, 2007 es de 13.330 y hasta 2008 que es de 13.712 habitantes, como factor clave de éxito del negocio al hacerse el análisis de la población se obtuvo un problema que este puede solucionar.

4 ANALISIS DEL MERCADO

4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

- Tener unas ventas de 8.000 unidades de gelatina en un plazo de 6 meses.
- Utilizar los canales de distribución más adecuados para cubrir el mercado local y regional en un año.
- Hacer una buena publicidad para que la empresa se posicione durante su primer año en el mercado

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

El producto que se va a ofrecer es gelatina de tamarindo, un producto totalmente natural debido a que su ingrediente principal es extraído de la fruta del tamarindo y no va a contener ninguna clase de colorantes y saborizantes. La necesidad que se quiere satisfacer con este producto es poder brindarle al cliente la opción de consumir otro sabor de gelatina y que disfrute de otra forma diferente del tamarindo.

Las ventajas de disfrutar de esta gelatina es que las personas van a consumir un producto natural que les permitirá obtener beneficios como mejorar la calidad de vida ya que el tamarindo sirve para muchas aplicaciones medicinales; entre ellas para mejorar problemas intestinales, desordenes biliares y un pequeño estudio sugiere que el tamarindo mejora en el hombre los niveles del colesterol y reduce la presión.

- Etiqueta



- Almacenamiento. Luego de estar elaborada la gelatina será llevada a unos refrigeradores donde permanecerán a una temperatura de 4.5 grados.
- Transporte. El transporte que utilizará la empresa para repartir la gelatina de tamarindo inicialmente será una moto taxi que mensualmente tendrá un costo de \$240.000, pero se tiene pensado adquirir un furgón pequeño después del primer año, con una capacidad de 1.600 unidades de gelatina empacadas en un contenedor.
- Duración. Nota: La duración de la gelatina de tamarindo es de 10 días.

4.3 EL MERCADO META

4.3.1 El Mercado Meta

Área	Habitantes
Área Urbana	13.712
Área Rural	10.464
Hombres	12.198
Mujeres	11.978
Total Población	24.176

Nivel	Habitantes
1	15.660
2	7.148
3	299
4	29
5	7

Para detectar el mercado meta se tomará el total de la población del área urbana de santa fe de Antioquia, ya que son a estos las personas a las cuales nos vamos a dirigir, y de ahí tomamos el 10%.

Total Población Urbana:

$$13.712 \times 10\% = 1.371$$

1.371: Este es nuestro mercado meta

- Segmento Del Mercado A Atender. Se pretende atender:
 - A niños desde los 5 años en adelante y adultos mayores hasta los 60 años; que se encuentran ubicados en un nivel socio económico de 1,2 y 3, que son de sexo mixto.
 - Las tiendas y supermercados a las cuales podemos ofrecer nuestro producto son un total de 51 que se encuentran inscritas a la Cámara de Comercio.
- Unidades Que Se Pretenden Vender
 - ❖ Unidades que se pretenden vender en un día:
350 gelatinas con un valor cada una de 1.450 pesos
350 unid. X \$1.450 c/u = 507.500 x día.
 - ❖ Unidades que se pretenden vender en un mes:
350 unid. 1 día x 25 días hábiles del mes = 8.750 unidades de gelatina.
Con un valor de \$12.687.500 mensuales.
 - ❖ Unidades que se pretenden vender en un año:
8.750 unid. Mes x 12 meses del año con un incremento cada mes del 3%
124.140 unidades de gelatina anuales.
Con un valor de \$180.003.000

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

4.3.2.1 Objetivos Del Estudio Del Mercado Consumidor.

- Detectar cuales son la clase de clientes que tiene nuestro producto (niños, jóvenes, adultos).

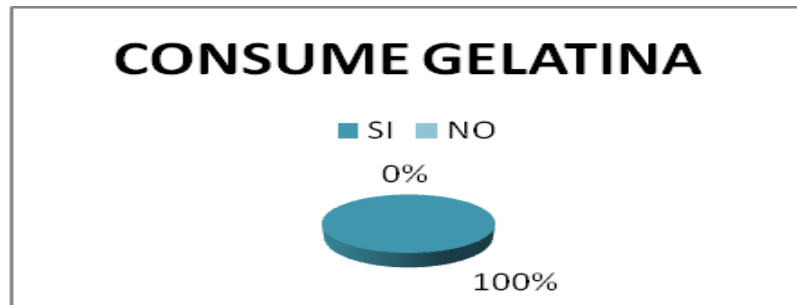
- Determinar los gustos y las preferencias de las personas frente al nuevo sabor de la gelatina de tamarindo.
- Conocer el segmento de mercado al cual se debe direccionar el producto.
- Saber cuántos están dispuestos a pagar nuestros posibles clientes.

4.3.2.2 Medios A Través De Los Cuales Se Realizó El Estudio Del Consumidor

CUESTIONARIO

1- CONSUME USTED GELATINA?

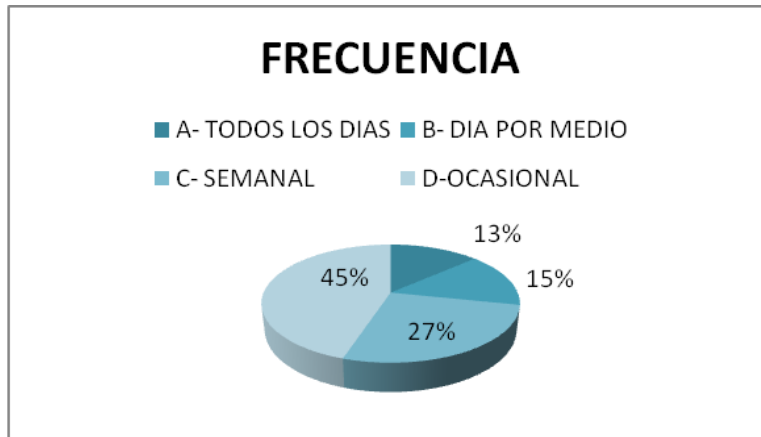
SI	60
NO	0



Interpretación: De 60 personas encuestadas el 100% consumen gelatina.

2- CON QUE FRECUENCIA LA CONSUME?

A- TODOS LOS DIAS	8
B- DIA POR MEDIO	9
C- SEMANAL	16
D-OCASIONAL	27

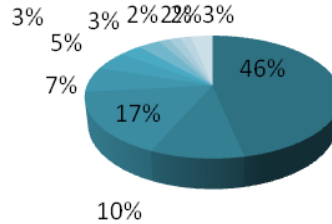
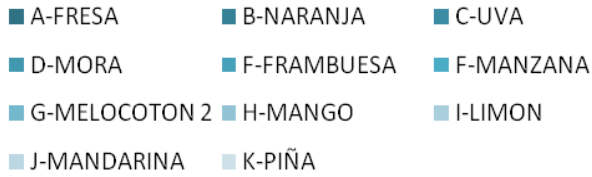


Interpretación: Del 100% un 45% consume gelatina ocasionalmente, un 27% semanalmente, un 15% día por medio, y el 13% todos los días.

3- CUAL ES EL SABOR DE GELATINA QUE MAS PREFIERE?

A-FRESA	28
B-NARANJA	6
C-UVA	10
D-MORA	4
F-FRAMBUESA	3
F-MANZANA	2
G-MELOCOTON	2
H-MANGO	1
I-LIMON	1
J-MANDARINA	1
K-PIÑA	2

SABOR QUE MAS PREFIERE

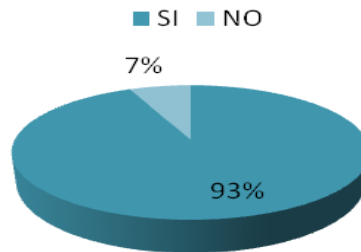


Interpretación: Del 100% el sabor de gelatina que mas prefieren es el de fresa con un 46%.seguido por el de uva con un 17% y el de naranja con un 10%. Y el 27% consumen otros sabores.

4- TE GUSTARIA EXPERIMENTAR OTRO SABOR?

SI	56
NO	4

OTRO SABOR



Interpretación: Del 100% un 93% les gustaría experimentar otro sabor y un 7% no lo haría.

5- QUE OTRO SABOR DE GELATINA TE GUSTARIA EXPERIMENTAR?

A- GUANABANA	4
B- TOMATE DE ARBOL	4
C- GUAYABA	5
D- MANGO BICHE	10
E- PERA	3
F- ZAPOTE	2
G- CAFÉ	3
H- TAMARINDO	11
I- LIMON	3
J- MAMONCILLO	4
K- BANANO	9
L- PAPAYA	1



Interpretación: Del 100% un 19% le gustaría experimentar el sabor del tamarindo, un 17% de mango biche, un 15% de banano y el 8% de guayaba y el 31% restante les gustaría experimentar otros sabores.

6- SI LE OFRECIERAN GELATINA USTED:

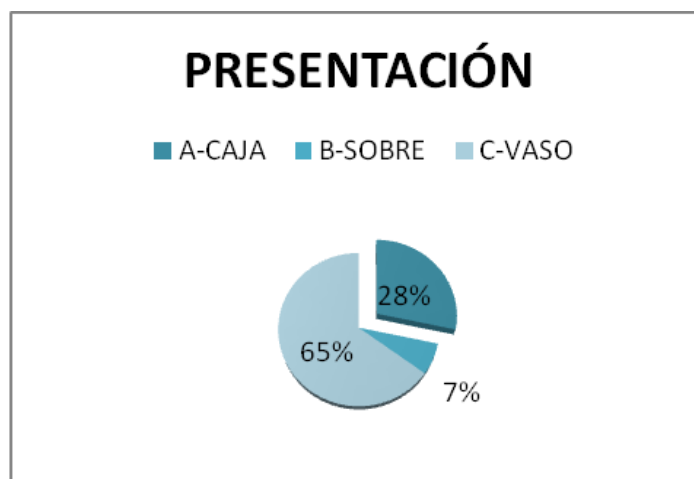
A-PROBABLEMENTE LA COMPRARIA	59
B-PROBABLEMENTE NO LA COMPRARIA	1



Interpretación: Del 100% un 99% compraría gelatina de tamarindo y un 1% no lo haría.

7- EN QUE PRESENTACIÓN COMPRA USTED GELATINA?

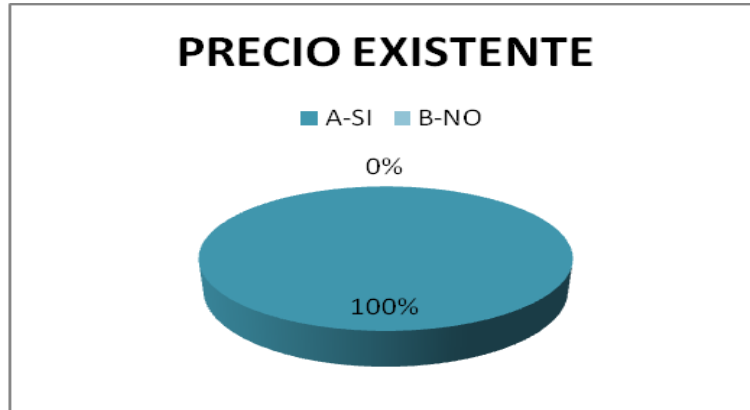
A- CAJA	17
B- SOBRE	4
C- VASO	39



Interpretación: Del 100% el 65% compran la gelatina en vaso, el 28% en caja, el 7% sobre.

8- CONSIDERA QUE EL PRECIO DE LA GELATINA EXISTENTE EN EL MERCADO ES JUSTO?

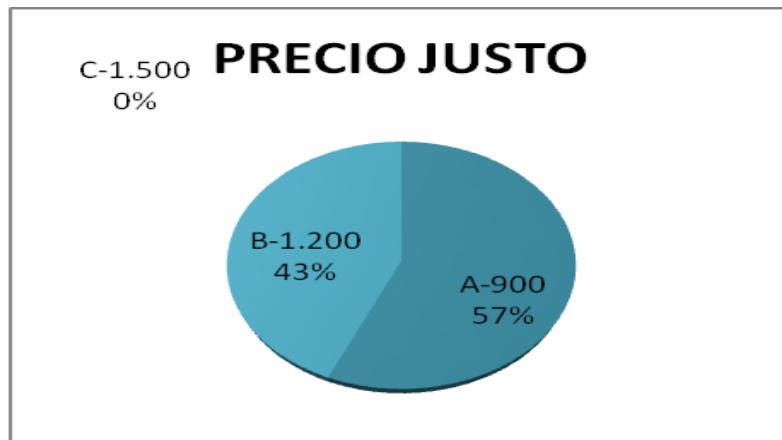
A-SI	60
B-NO	0



Interpretación: El 100% consideran que el precio de la gelatina existente en el mercado es justo.

9- QUE PRECIO LE PARECE JUSTO PARA COMPRAR UNA GELATINA?

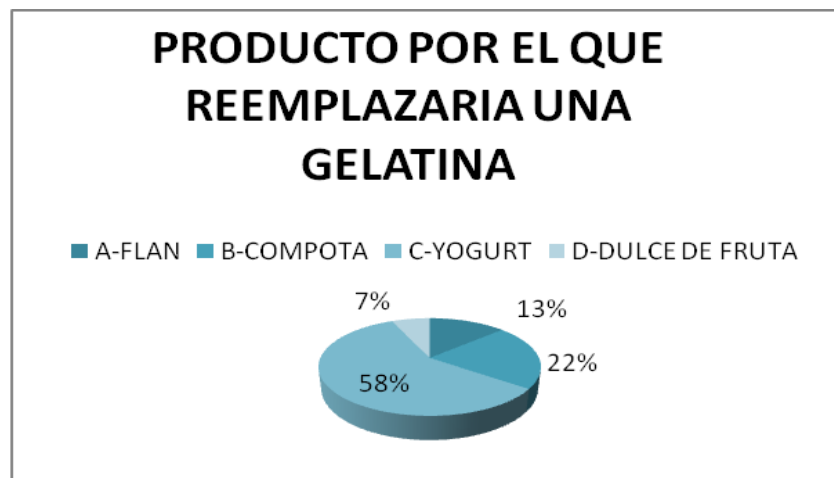
A-900	34
B-1.200	26
C-1.500	0



Interpretación: Del 100% un 57% le parece justo que para comprar una gelatina el precio sea \$900, y el 43% dice que \$1.200.

10- POR CUAL DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS REEMPLAZARIA USTED UNA GELATINA?

A-FLAN	8
B-COMPOTA	13
C-YOGURT	35
D-DULCE DE FRUTA	4



Interpretación: Del 100% un 58% reemplazaría la gelatina por un yogurt, un 22% por una compota, el 13% por un flan y el 7% un dulce de fruta.

Con este estudio de mercado se comprobó que en Santa Fe de Antioquia muchas personas consumen gelatina, pero lo hacen ocasionalmente, y prefieren sabores como: fresa, uva, mora y naranja y estarían dispuestos a experimentar otros sabores como: tamarindo, banano, mango biche y guayaba, estarían dispuestos a comprar gelatina de tamarindo en la presentación de vaso o caja, les parece justo que para adquirir una gelatina el precio este entre \$ 900 y \$ 1.200 y solo reemplazaría una gelatina por un yogurt o una compota.

4.3.2.3 Aplicación de los Medios. El método utilizado para realizar el estudio del mercado fue encuesta con preguntas abiertas y cerradas y se realizó el día 20 de mayo del 2009 desde las 8:00 A.M hasta las 4:00 P.M en los diferentes barrios de Santa Fe de Antioquia.

4.3.2.4 Resultado Del Estudio De Los Consumidores

Población consumidora.

Tipo de consumidor: Distribuidor y consumidor directo.

Criterio de compra de los consumidores: Forma de pago, calidad, servicio, innovador.

El perfil de los consumidores:

Rango de edad: Desde los 5 años de edad hasta adultos mayores desde los 60 años.

Sexo: Mixto.

Nivel de ingresos: 1,2 y 3.

Motivo de compra: por su nuevo sabor.

Lugar de compra: Tiendas y supermercados.

Frecuencia de compra: ocasional.

Hábitos de consumo: En las horas de la mañana y tarde como algo.

Ubicación de los consumidores:

País: Colombia.

Región: Occidente Antioqueño.

Ciudad: Santa Fe de Antioquia.

Barrio: El llano de Bolívar, Santa lucía, Buga, San judas, La chinca, La maquea, etc.

Demanda actual que se estima atender: 1.371 habitantes anuales con un incremento cada año del 5%.

4.4 EL MERCADO PROVEEDOR

4.4.1 Proveedores

Tabla 1. Insumos

Producto	Distribuidor
Gelatina sin sabor.	Unimerka Ltda.
Concentrado por 650 gr	Distribuidora de pulpa santa fe.
Azúcar por kilo.	Unimerka Ltda.
Toque secreto.	Unimerka Ltda.
Cucharas por 100 unidades.	Variedades JB
Vaso polipropileno por 20 unid	Variedades JB
Etiquetas, hoja por 8 stikers	Foto Augusto.

Tabla 2. Maquinaria Y Equipos

CANT.	CONCEPTO	PROVEEDOR
1	Marmita	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
1	Olla Para Envasado Manual	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
2	Congeladores	Full Hogar (Gustavo Nieto)
1	Pipeta De Gas Grande De 100 Lb	Rubén Gas
1	Licuadora	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
1	Mesa De Trabajo	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
1	Vitrina	Full Hogar (Gustavo Nieto)

Tabla 3. Muebles Y Enseres

CANT.	CONCEPTO	PROVEEDOR
1	Escritorio	Variedades Robinson
4	Sillas	Variedades Robinson
1	Archivador	Variedades Robinson
3	Ventiladores	Variedades Robinson
1	Cafetera	Variedades Robinson
2	Reloj	Punto Hogar Caribe.
1	Impresora	Full Hogar

1	Silla Ergonómica	Variedades Robinson
---	------------------	---------------------

Tabla 4. Equipos De Comunicación

CANT.	CONCEPTO	PROVEEDOR
1	Computador	Créditos Luma (Over Quintero)
1	Teléfono	Full Hogar (Gustavo Nieto)
1	Fax	Variedades Robinson
1	Celular	Futurcel

4.4.2 Estudio Del Mercado De Proveedores

4.4.2.1 Variables Estudiadas Del Mercado Proveedor

- Precios
- Calidad
- Forma de pago
- Tiempos de suministro

4.4.2.2 Medios A Través De Los Cuales Se Realizo El Estudio Del Mercado Proveedor.

- Entrevistas
- Cotizaciones

4.4.2.3 Aplicación De Los Medios. Se realizó una entrevista a los proveedores, por medio de preguntas abiertas e inquietudes que teníamos respecto a la forma como ellos realizan sus ventas y a los precios que manejan, para esto nos desplazamos el día 14 de junio hasta el 20 de junio a los diferentes puntos de ventas, como lo son:

- Almacenes de venta de electrodomésticos.
- A las procesadoras de pulpas de frutas.
- A los supermercados o agencias del municipio.

4.4.2.4 Resultado Del Estudio De Los Proveedores.

Tabla 5. Estudio De Los Proveedores

PRODUCTO	PRECIO	DIRECCIÓN	PERSONA CONTACTADA	FORMA DE PAGO
Marmita, olla para envasado manual, mesa de trabajo.	9.600.000	Manrique Guadalupe, Calle 95 #38-48 Industrias Metálicas Villacol Ltda.	Julio Collo	50% de anticipo.
Congeladores, vitrina, teléfono.	6.530.000	Full Hogar, Calle 50 #52-35	Gustavo Nieto.	A crédito y de contado.
Escritorio, sillas, archivador, ventiladores, cafetera, silla ergonómica, fax.	1.275.000	Calle Del Comercio #5-406. Variedades Robinsón.	Luisa Delgado.	De contado.
Computador.	1.300.000	Créditos Luma, Calle Colombia, Calle De Los Electrodomésticos.	Margely Ospina, Over Quintero.	A crédito y de contado.

4.5 EL MERCADO COMPETIDOR

4.5.1 Competidores

Tabla 6. Competidores

NOMBRE EMPRESA	DIRECCIÓN	PERSONA DE CONTACTO	PRODUCTO QUE SUMINISTRA
Alpina	Carrera 63 #15-61, ciudad Bogotá.	msanchez@alpina.com.co	Gelatina Boggy. Alpinito.
Colanta	Calle 74 #64 ^a – 51, ciudad de Medellín.	colanta@epm.net.com	Gelatina colanta, yogurt, kumis.
Kraft Foods Internacional	Colombia, planta de Palmira (Valle) ubicada en la Zona Franca del Pacifico (KM 6 Vía aeropuerto Yumbo		Gelatina Royal
Quala S.A.	Carrera 68D No.39F-51 Sur. Ciudad. Bogotá. País. Colombia.		Gelatina Frutiño

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor.

4.5.2.1 Variables Estudiadas Del Mercado Competidor. Lo que se quiso investigar de los competidores fue la presentación del producto, los precios, la tecnología, sistema de comunicación, servicio al cliente, canales de distribución.

4.5.2.2 Estrategias Y Medios Para El Estudio Del Competidor. Los medios utilizados para estudiar la competencia fueron el Internet, visitas a lugares que ofrecen estos productos.

4.5.2.3 Aplicación de los medios. Se realizo un análisis a las empresas que venden productos similares al nuestro. A traves de internet, visitando sus páginas web y al mismo tiempo se realizaron visitas a lugares como súper mercados y tiendas donde la competencia ofrece sus productos. Esto se realizo el día 25 de abril hasta el 25 de junio.

4.5.2.4 Resultado Del Estudio De La Competencia.

Tabla 7. Estudio De La Competencia

NOMBRE EMPRESA	DIRECCIÓN	PERSONA DE CONTACTO	PRODUCTO QUE SUMINISTRA	PRECIO
Alpina	Carrera 63 #15-61, ciudad Bogotá.	msanchez@alpina.com.co	Gelatina Boggy. Alpinito.	\$950 \$800
Colanta	Calle 74 #64ª – 51, ciudad de Medellín.	colanta@epm.net.com	Gelatina colanta Yogurt	\$850 \$ 600
KRAFT FOODS INTERNACIONAL	Colombia, planta de Palmira (Valle) ubicada en la Zona Franca del Pacifico (KM 6 Vía aeropuerto Yumbo		Gelatina Royal	\$1.200
Quala S.A.	Carrera 68D No.39F-51 Sur. Ciudad. Bogotá. País. Colombia.		Gelatina Frutiño	\$1.350

4.6 EL MERCADO DISTRIBUIDOR

4.6.1 Distribución. La cobertura inicial de Gelta E.U es de 1.371 habitantes de la zona urbana de Santa Fe de Antioquia, los canales de distribución que se van a utilizar son dos: canal de distribución con intermediario y canal con venta directa.

La distribución de gelatina de tamarindo con venta con intermediario (productor-minorista y consumidor final) se hará así: el producto se entregara puerta a puerta a los autoservicios: Unimerka Ltda., Glomar, El Tarqui, Siboney, El Arriero, El Chec y en algunas tiendas y mini mercados como: Tienda Santa Lucia, Tienda La Virtud, Tienda La Calidad, Tienda Don Omero, Mini Mercado Batuta Y Mini Mercado Santa Fe. Esta entrega se hará en una moto taxi y las gelatinas serán llevadas en contenedores fríos para que lleve el producto totalmente refrigerado y este llegue en óptimas condiciones al consumidor final.

La distribución de la gelatina con venta directa (productor- consumidor final) se hará a través de un punto de venta con el que contara la empresa.

Tabla 8. Mercado Distribuidor

NOMBRE	DIRECCIÓN	PERSONA DE CONTACTO
AUTOSERVICIOS		
Unimerka Ltda.	Cra 10 # 9-57	Gustavo Arango
Glomar	Cra10 # 16-132	Marco Tulio Henao
El Tarqui	Calle 9 # 10-34	Fredy Alcaraz
El Arriero	Mall el Paso Real	Luz Enith Arango
Che S.A	Cra 10 # 9-55	José Egidio Carvajal Giraldo
Siboney	Calle9 # 10-51	Benito Carvajal
TIENDAS		
Santa Lucia	Calle 9 Santa Lucia	Rodrigo De Jesús Alcaraz
La Virtud	Cra9 Llano de Bolívar	Jairo Enrique Herron Leal
Omero	Calle10 # 13-90	Octavio Mesa
La Calidad	Llano de las Brisas	Egidio Abad Paniagua
La Esquina De La Ola	Calle 10 # 16-16	Carmen Alicia Serna
MINIMERCADOS		
Batuta	Calle 13 #18-02-Buga	Marta Lucia Vargas
Santa Fe	Calle 9 # 4-50 santa lucia	Hector Darío Ríos Forero

Santa Lucia	Calle9 # 4-23	
-------------	---------------	--

4.6.2 Distribución Directa

- Describa Los Medios A Través De Los Cuales Se Hará La Distribución Del Producto. La cobertura inicial de Gelta E.U es de 1.371 habitantes de la zona urbana de Santa Fe de Antioquia, los canales de distribución que se van a utilizar son dos: canal de distribución con intermediario y canal con venta directa.

La distribución de gelatina de tamarindo con venta con intermediario (productor-minorista y consumidor final) se hará así: el producto se entregara puerta a puerta a los autoservicios el producto se entregara puerta a puerta a los autoservicios: Unimerka Ltda., Glomar, El Tarqui, Siboney. El Arriero, El Che Y En Algunas Tiendas Y Mini Mercados Como: Tienda Santa Lucia, Tienda La Virtud, Tienda La Calidad, Tienda Don Homero, Mini Mercado Batuta Y Mini Mercado Santa Fe. Esta entrega se hará en una moto taxi y las gelatinas serán llevadas en contenedores fríos para que lleve el producto totalmente refrigerado y este llegue en óptimas condiciones al consumidor final. Se espera que en el primer año la empresa adquiera un furgón pequeño que cuente con cadena de frio, Para que lleve el producto totalmente refrigerado y este llegue en óptimas condiciones al consumidor final.

La distribución de la gelatina con venta directa (productor- consumidor final) se hará a través de un punto de venta con el que contara la empresa.

- Fuerza De Ventas

Tabla 9. Fuerza De Ventas

Cantidad	Personal	Competencias	Costo
1	Coordinador de logística	Carnet certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud, licencia de conducción de 5º categoría	497.920

4.6.3 Manejo de Inventarios. La cantidad de producto que la empresa tendrá disponible por día son: 700 gelatinas.

4.6.4 Comunicación

- Nombre comercial del producto: TAMARINGEL
- Especificaciones del empaque:
Colores distintivos: café, naranja, verde claro combinado con amarillo.
Empaque: de color transparente con una capacidad de 125 gramos.
- Nombre de la empresa: Gelta E.U.
- Color distintivo de la empresa: café, naranja, amarillo,
- Logo-Símbolo.



GELTA
E.U.

4.6.5 Actividades De Promoción Y Divulgación

El mercado requiere algo más que desarrollar un buen producto y hacerlo accesible. Las empresas deben hacer contacto con los grupos de interés y con el público en general; de tal modo que podamos utilizar los diferentes medios de comunicación para maximizar sus mensajes a los consumidores. Los medios de comunicación que se van a utilizar son:

- Por Medio De Volantes. Se repartirán 1.000 volantes cada mes durante los primeros 3 meses después del lanzamiento del producto, estos tendrán un enunciado que dirá así: “ES HORA DE QUE SE REFRESQUE CON LA NUEVA FORMA DE DISFRUTAR DEL TAMARINDO” y tendrá el logo-símbolo del producto con los colores representativos como lo son: el color naranja, verde claro, amarillo y café.
- Cuñas Radiales. Se pagaran 3 cuñas por día durante el primer mes del lanzamiento del producto, estas estarán repartidas en los horarios de la mañana, tarde y noche.

- Por Televisión: Esta se hará a través de nuestro Canal Local Telesantafe donde se pagara un mes de publicidad y mostraremos el producto, la empresa y teléfonos donde nos pueden contactar.
- Como promoción habrán paquetes de 3 gelatinas de tamarindo donde el cliente paga 2 y lleva 3.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores Que Influyen En La Determinación De Los Precios De Los Productos

Tabla 10. Factores Que Influyen En El Precio Del Producto

Competencia	Precio	Calidad Del Producto	Valor Agregado
Gelatina Boggy	950	X	X
Gelatina Colanta	850	X	X
Gelatina Royal	1.200	X	X
Gelatina Frutiño	1.350	X	X

4.7.2 Los Precios De Los Productos Tomando Como Base Los Costos.

Tabla 11. Precio De Los Productos Tomando Como Base Los Costos.

Nombre	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Materia Prima: Concentrado de tamarindo	30 ml	\$4.6	\$138
Insumos			
Azúcar	14 gr	\$1.8	\$25
Gelatina	4.2 gr	\$62	\$260
Toque Secreto	10 gr	\$14.5	\$145
Vasos	1	\$260	\$260
Cucharas	1	\$32	\$32
Etiquetas	1	\$83	\$83
Mano de Obra	0.42 min	\$15.2	\$6.3
Transporte de M.P	1	\$29	\$29
TOTAL:			\$978

4.7.3 Precio del Producto Propuesto. El precio de TAMARINGEL es \$1.450.

4.7.4 Política de Precios.

- Descuentos Por Volumen. Se harán descuentos del 10% a los clientes que realicen compras superiores o iguales a 100 unidades de gelatina.
- Descuento Por Pronto Pago. A los supermercados y tiendas que paguen el valor del pedido antes de los 8 días de plazo que dará la empresa, se les hará un descuento del 3% del valor de la compra.
- Ventas a Crédito o Contado. La empresa en sus primeros meses de estar en el mercado no utilizara la venta a crédito, debido a que se está incursionando y no se cuenta con un buen respaldo económico, por eso el pago de sus productos serán de contado.

4.8 COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

Tabla 12. Costos Mensuales Asociados A Las Actividades De Comercialización

Personal De Ventas	Equipos De Los Puntos De Ventas	Gastos De Transporte	Costo Empaque	Total
Coordinador de logística: 497.920	Vitrina:2.500.000 Cafetera: 35.000 Ventilador: 70.000 Total: 2.605.000	240.000	3.000.000	6.342.920

4.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO.

4.9.1 Riesgos.

- A futuro es muy difícil competir con estas empresas productoras de gelatina porque tienen una alta capacidad no solo económica sino también financiera para atender los requerimientos del mercado cambiante.

- Existen marcas posicionadas en la mente del consumidor como son las mencionadas anteriormente, pero realmente no es tan relevante para competir con ellos, ya que están dispuestos a conocer nuevos productos y en un alto porcentaje tienen una intención de consumo alta para colaborar con el desarrollo de productos de calidad.
- Por capacidad financiera será difícil competir.

4.9.2. Oportunidad.

- Otra posibilidad importante de competir, es que la empresa que se está proponiendo, es una empresa seria, legal y con las normas de higiene y de calidad requeridas para el desarrollo de la economía.
- Si se garantiza calidad de la gelatina, así como su precio competitivo, será viable competir con el mercado.
- Otra oportunidad es que en el municipio de Santa Fe De Antioquia y en los municipios cercanos no hay una empresa que ofrezca un producto similar al nuestro.

4.10 PLAN DE VENTAS

Tabla 13. Plan de Ventas mes a mes

MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Enero	8.750	1.450	12.687.500
Febrero	9.021	1.450	13.067.400
Marzo	9.282	1.450	13.458.900
Abril	9.560	1.450	13.862.000
Mayo	9.840	1.450	14.268.000
Junio	10.141	1.450	14.704.450
Julio	10.445	1.450	15.145.250
Agosto	10.748	1.450	15.584.600
Septiembre	11.080	1.450	16.066.000
Octubre	11.412	1.450	16.547.400
Noviembre	11.754	1.450	17.043.300
Diciembre	12.106	1.450	17.553.700
Total	124.140	1.450	180.003.000

Se pretenden vender 350 gelatinas por día y como los días estipulados de trabajo son 25 esto se multiplica y da el total del resultado del primer mes. Cada mes se tiene como meta incrementar un 3%.

Tabla 14. Plan De Ventas Año a Año

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	124.140	136.554	150.209	165.230	181.753
Precio	1.450	1.523	1.599	1.679	1.762
Total	180.003.000	207.903.465	240.128.502	277.348.420	320.337.425

El resultado del primer año se le incrementa anual un 10% a la cantidad y el 5% al precio.

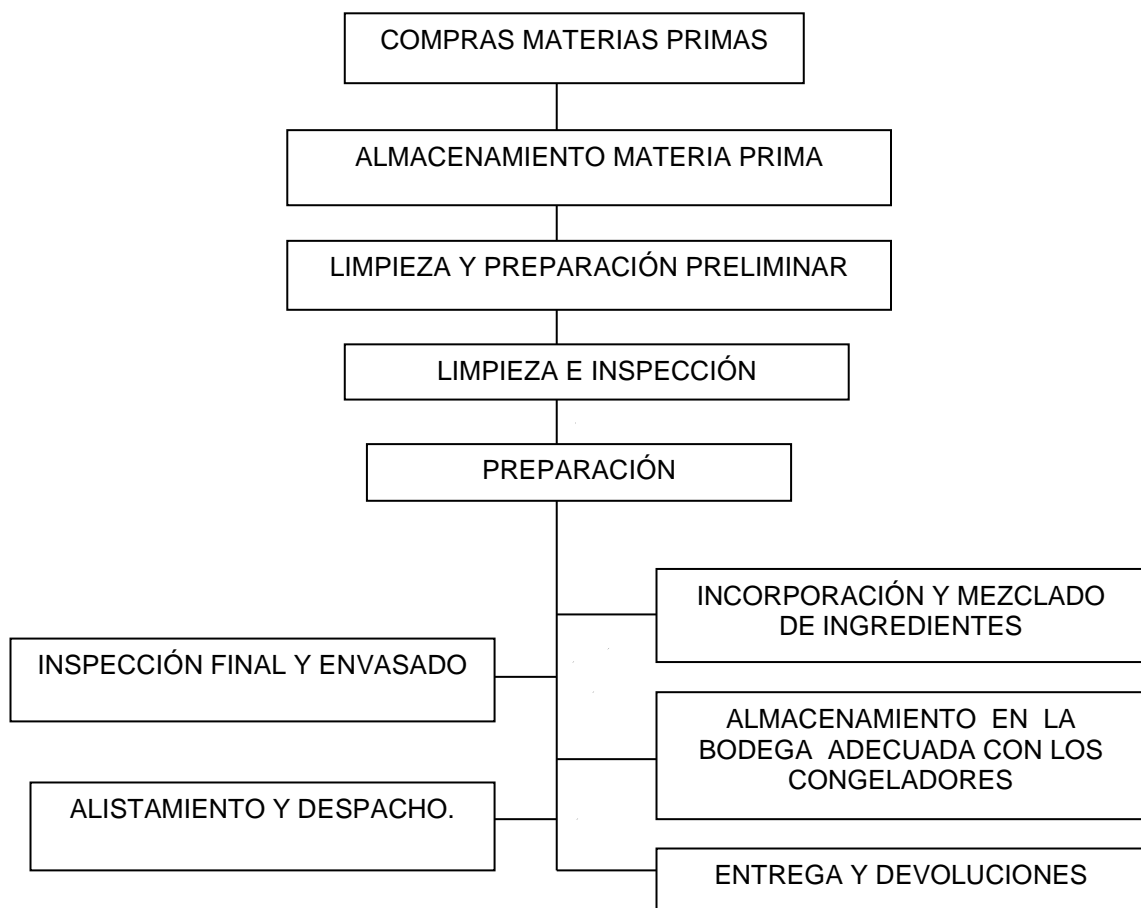
5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN).

5.1 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN.

- Hacer que en los primeros 6 meses la producción de GELTA E.U. con su producto gelatina de tamarindo crezca un 10%.
- Lograr que el mercado meta al que pretendemos llegar se cumpla en el transcurso del primer año de ser lanzado al mercado TAMARINGEL.
- Proporcionar gelatina de la mejor calidad y los servicios inherentes que satisfagan las necesidades presentes y futuras de los clientes de GELTA E.U.
- Mejorar continuamente para conservar la preferencia de nuestros clientes.

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Flujograma Del Proceso



5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Tabla 15. Capacidad de Producción

Capacidad diseñada	Capacidad instalada	Capacidad utilizada
1.500 unidades de gelatina por día.	1.000 unidades de gelatina por día.	300 unidades por día,
100%	67%	30%

5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Tabla 16. Plan De Producción Mes A Mes.

MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Enero	8.750	1.450	12.687.500
Febrero	9.021	1.450	13.067.400
Marzo	9.282	1.450	13.458.900
Abril	9.560	1.450	13.862.000
Mayo	9.840	1.450	14.268.000
Junio	10.141	1.450	14.704.450
Julio	10.445	1.450	15.145.250
Agosto	10.748	1.450	15.584.600
Septiembre	11.080	1.450	16.066.000
Octubre	11.412	1.450	16.547.400
Noviembre	11.754	1.450	17.043.300
Diciembre	12.106	1.450	17.553.700
Total	124.140	1.450	180.003.000

Se espera incrementar cada año un 3%.

Tabla 17. Plan de producción año a año.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	124.140	136.554	150.209	165.230	181.753
Precio	1.450	1.523	1.599	1.679	1.762
Total	180.003.000	207.903.465	240.128.502	277.348.420	320.337.425

Se incrementa un 10% anual en la cantidad.

Se incrementa un 5% en el precio.

5.5 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCION

5.5.1 Requerimientos De Maquinaria De Equipos Y Tipo De Comunicaciones.

Tabla 18. Maquinaria Y Equipo

Cant.	Concepto	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
1	Marmita	7.000.000	7.000.000	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
1	Olla Para Envasado Manual	1.600.000	1.600.000	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
2	Congeladores	2.000.000	4.000.000	Full Hogar (Gustavo Nieto)
1	Pipeta De Gas Grande De 100 Lb	80.000	80.000	Rubén Gas
1	Licuada Industrial	150.000	150.000	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
1	Mesa De Trabajo	1.000.000	1.000.000	Industrias Metálicas Villacol Ltda.
1	Vitrina	2.500.000	2.500.000	Full Hogar (Gustavo Nieto)
	TOTAL		16.330.000	

Tabla 19. Equipo

Marca	Referencia	Garantía	Características
Villacollt	serie 304, calibre 14	1 año	Material en acero inoxidable, capacidad de 120 litros, olla con doble camisa para aceite térmico, mezclador en acero inoxidable y aspas en teflón, motor y reductor de velocidad de 2HP220, voltios monofásicos, estructura en ángulo de 3/16x2" en acero inoxidable.
Villacollt	serie 304, calibre 16	1 año	Material, lámina calibre 16, acero inoxidable de la serie 304, capacidad 120 litros, estructura en tubería de 1" pulgada en acero inoxidable. Dimensiones: 1200mmx800 mmx800mm.
Indufrial	ICHV-11	1 año	Congelador horizontal (cúpula de vidrio), puertas en cristal corredizas (cerradura), iluminación fluorescente 20wts, marco calefaccionado.
Variedades Robinson	Serie 304.	1 año	Material en acero inoxidable, de la serie 304, posición vertical. Motor de 2HP220 voltios monofásicos.
Villacollt	serie 304, calibre 20	1 año	Material, lámina calibre 20, acero inoxidable de la serie 304, dimensiones: 80x2metrosx90 de altura. Estructura en acero inoxidable.
Indufrial	IVD-130	1 año	Dúplex, dos puertas solidas batiente, mostrador en acero inoxidable, sistema de refrigeración por convención natural y congelación por placas

Tabla 20. Muebles Y Enseres

Concepto	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
Escritorio	270.000	270.000	Variedades Robinson
Sillas	25.000	100.000	Variedades Robinson
Archivador	270.000	270.000	Variedades Robinson
Ventiladores	70.000	210.000	Variedades Robinson
Cafetera	35.000	35.000	Variedades Robinson
Reloj	8.000	16.000	Punto Hogar Caribe.
Impresora	150.000	150.000	Full Hogar
Silla Ergonómica	90.000	90.000	Variedades Robinson
Total		1.141.000	

Tabla 21. Muebles y Equipos

Marca	Referencia	Garantía	Características
Madeflex	Es-30	1 año	Modulo de trabajo ejecutivo, en forma enchapada de alto espesor, base tipo pedestal metálica y tapa canal "pasa cables", 150 cm de largo cuerpo frontal, 90 cm de costado, 52 cm de superficie.
Rimax	sp-120	6 Meses	Antideslizante.
Madeflex	AR 3x3	1 año	3 cajones para carpeta colgante tamaño oficina, manijas de madera sólida, correderas metálicas, roda chinas, cerradura con llave, alto 102 cm x ancho 47.5cm x profundidad 45cm.
Imusa	743	1 año	Capacidad de 4 tasas, indicador de nivel de agua, filtro permanente.
Haceb	HC-520	1 año	Alto 80cm x 30cm de ancho x 30cm de profundidad, construida en plástico de alto impacto, color blanco.
Hp	PSC 1210	1 año	Impresora scanner y copiadora. Velocidad de impresión de 12 PPM en negro y 10 PPM en color. Resolución de 4800 DPI. Copias sin PC.
Sis	SOPG	2 años	Silla tipo operativa giratoria, neumática, base polipropileno 5 aspas, espaldar fijo, espuma de excelente calidad, paño antialérgico.

Tabla 22. Equipos De Comunicación

Concepto	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
Computador	1.300.000	1.300.000	Créditos Luma (Over Quintero)
Teléfono	30.000	30.000	Full Hogar (Gustavo Nieto)
Fax	300.000	300.000	Variedades Robinson
Celular	100.000	100.000	Futurcel
Total		1.730.000	

Tabla 23. Equipos de Computo

Marca	Referencia	Garantía	Características
Sony	Vgn-Nr310fh/W	1 Año	Procesador Intel Pentium Dual- Core, Sistema Operativo Microsoft Windows Vista Home, Pantalla Ancha 15.4" , Mem 16b Ddr2, Disco Duro 200 Gb, DVD+R/DVD+R.
Sony	Kx-Tg 3532	1 Año	Telefono inalámbrico 2.4 GHz, 2 auriculares, teclado iluminado, contestador de voz.
Panasonic	Px 260	1 Año	Memoria De 512kb, Utiliza Papel Bond, Almacena Hasta 25 Páginas, Faxes Salientes Son Escaneados, Reduce O Amplia Copias De 50% A 150%, Llamada En Espera, Copiadora.
Alcatel	V-670	1 Año	Cámara VGA, reproductor de mp3.bluetooth, tarjeta de memoria 512 MB.

5.5.2 Requerimientos De Materiales E Insumos

Tabla 24. Materiales E Insumos

Cantidad Unitaria	Cantidad por Día	Nombre	Proveedor	Precio X Unidad	Precio Total Día
4.2 gr	50	Gelatina sin sabor.	Unimerka Ltda.	1.860	93.000
30 ml	16	Concentrado por 650 gr	Distribuidora De Pulpa Santa Fe.	3.000	48.000
14 gr	5	Azúcar por kilo	Unimerka Ltda.	1.800	9.000
10 gr	35	Toque secreto	Unimerka Ltda.	1.450	50.750
1	18	Vaso polipropileno por 20 unid.	Variedades JB	4.600	82.800
1	4	Cucharas por 100 unidades	Variedades JB	3.200	12.800
1	350	Etiquetas, hoja por 8 stikers	Foto Augusto.	25.000	25.000
TOTAL					321.350

Estos son los materiales que se requieren por cada unidad de gelatina fabricada.

5.5.3 Requerimiento De Servicios

Tabla 25. Servicios

Servicio	Proveedor	Precio
Agua	Conhydra	210.000
Luz	Epm	190.000
Teléfono	Edatel	150.000
Gas	Rubén Gas	80.000
Internet	Edatel	39.000
Seguros	Seguros Bolívar	350.000
Total		1.019.000

5.5.4 Requerimiento De Personal

Tabla 26. Personal

Número De Personas	Cargo	Salario Básico Al Mes	Salario Mas Prestaciones Mes	Valor Total Salario Anual
1	Gerente	600.000	603.540	7.242.480
1	Secretaría	500.000	502.950	6.035.400
1	Coordinador De Producción.	495.000	497.920	5.975.040
1	Operario	490.000	492.891	5.914.692
1	Auxiliar De Producción	490.000	492.891	5.914.692
1	Coordinador De Logística	495.000	497.920	5.975.040

5.5.5 Programa De Producción

Tabla 27. Programa De Producción

Actividad	Tiempo	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Otros Meses
Adecuaciones	1 mes	X							
Compra de maquinaria y equipos e insumos.	15 días		X						
Contratación de personal	1 día		X						
Selección de proveedores	15 días		X						
Compra de materias primas	3 días		X						

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS

GERENTE

OBJETIVO. Dirigir y representar legalmente a la empresa.

FUNCIONES.

- Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa.
- Ejecutar las funciones administrativas y legales y técnicas.
- Realizar programas y hacer cumplir las normas legales de la Empresa.
- Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo.
- Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente.
- Elaborar presupuestos de ventas mensuales.
- Presentar políticas de incentivo para los vendedores.

Todo esto se realiza dentro de la empresa.

SECRETARIA.

OBJETIVO. Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentos a su cargo.

FUNCIONES.

- Digital y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente.
- Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.
- Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio.
- Recopilar y procesar la información originada en Producción para la obtención de los datos estadísticos.

COORDINADOR DE PRODUCCIÓN.

OBJETIVO. Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.

FUNCIONES.

- Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.

- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Cumplir con el horario asignado.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.
- Velar por el orden y supervisar el proceso de producción.

COORDINADOR DE LOGISTICA.

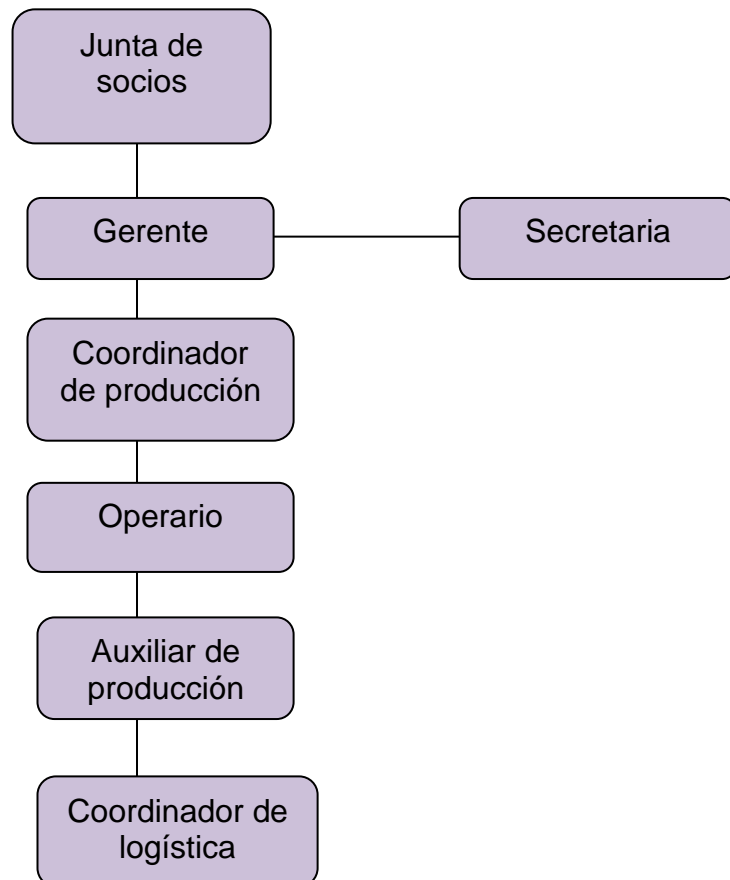
OBJETIVO. Estar pendiente de la cantidad de gelatina que se encuentran en la bodega de almacenamiento.

FUNCIONES.

- Alistar las gelatinas para entregarlas.
- Conducir el camión para hacer los despachos.
- Cargar y descargar el camión,
- Despachar las órdenes. Haciendo las entregas, Haciendo devoluciones. Estando pendiente del mantenimiento del camión.
- Realizar las transportaciones necesarias, materias primas, producto terminado, etc.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Cuadro Descripción del cargo de Gerente	
Denominación del Cargo:	Gerente
Jefe Inmediato:	Junta de Socios
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Dirigir y representar legalmente a la empresa. Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa.</p> <p>Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deben realizarse de acuerdo con las prioridades que requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo.</p> <p>Evaluar de manera constante los costos de los producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad. Elaborar plan de mercadeo para los vendedores. Controlar la administración de mercadeo.</p> <p>Autorizar y ordenar los respectivos pagos.</p> <p>Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente.</p> <p>Elaborar presupuestos de ventas mensuales. Presentar políticas de incentivo para los vendedores.</p> <p>Realizar el cierre de negocios que presenten los vendedores.</p> <p>Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas.</p>	
Requisitos de Educación:	Ingeniero de Producción Industrial, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal; carnet certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud.

Cuadro Descripción del cargo de Secretaria	
Denominación del Cargo:	Secretaria.
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Digitar y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente. • Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes. • Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentaos a su cargo. • Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo. • Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio. • Recopilar y procesar la información originada en Producción para la obtención de los datos estadísticos. • Verificación, grabación e impresión diaria de la plantilla de ingresos, comprobantes de egreso y notas de contabilidad. • Archivar diariamente la documentación contable. • Llevar manualmente el libro de bancos, retención den la fuente y libro de personal. • Entregar cheques pro cancelación de cuentas, previa identificación y firma de comprobantes de recibo por parte del acreedor. • Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno. • Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle. 	
Requisitos de Educación:	Título de Secretaria Ejecutiva egresada del SENA, Nivel de inglés intermedio.
Requisitos de Experiencia:	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Excelente calidad humana y trato interpersonal

Cuadro Descripción Del Cargo Del Coordinador De Producción	
Denominación del Cargo:	Coordinador de producción
Jefe Inmediato:	Gerente.
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Cumplir con el horario asignado. Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. Responder por los implementos de trabajo asignados. Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo. Velar por el orden y aseo del lugar. Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción. Dentro de las funciones a realizar se encuentran: Recepción y compra de materias primas, pesajes, supervisar que la producción y elaboración de la gelatina de tamarindo marche bien, mezclar los ingredientes, supervisar que la gelatina sea bien envasada y llevada a la bodega de almacenamiento, transportes (materias primas, insumos y productos terminados), manejo de los equipos, máquinas y herramientas de la empresa, limpieza de desperdicios, revisión del estado de los equipos y maquinas, demás funciones delegadas por el jefe inmediato.</p>	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller, tecnólogo, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Carné certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud, excelente capacidad de trabajo en equipo.

Cuadro Descripción del cargo de Operario	
Denominación del Cargo:	Operario
Jefe Inmediato:	Coordinador de producción
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Cumplir con el horario asignado. Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. Responder por los implementos de trabajo asignados. Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo. Velar por el orden y aseo del lugar. Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción. Dentro de las funciones a realizar se encuentran: Elaboración de la gelatina, mezclar los ingredientes, estar pendiente del tiempo de cocción de la gelatina y demás funciones delegadas por el jefe inmediato.</p>	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Carné certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud, excelente capacidad de trabajo en equipo.

Cuadro Descripción del cargo de auxiliar de producción	
Denominación del Cargo:	Auxiliar de producción.
Jefe Inmediato:	Coordinador de producción
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1)
FUNCIONES	
<p>Cumplir con el horario asignado. Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. Responder por los implementos de trabajo asignados. Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo. Velar por el orden y aseo del lugar. Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción. Dentro de las funciones a realizar se encuentran: Envasar las gelatinas, Colocar los stickers en el vaso, empacar la gelatina en paquetes por 12 unidades, llevar las gelatinas a la bodega de almacenamiento y demás funciones delegadas por el jefe inmediato.</p>	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Carné certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud, excelente capacidad de trabajo en equipo.

Cuadro Descripción Del Cargo De Coordinador De Logística	
Denominación del Cargo:	Coordinador de logística
Jefe Inmediato:	Gerente
Número de Personas en el Cargo:	Uno (1).
FUNCIONES	
<p>Cumplir con el horario asignado.</p> <p>Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente).</p> <p>Realizar las transportaciones necesarias, materias primas, producto terminado, etc.</p> <p>Estar pendiente de la cantidad de gelatina que se encuentran en la bodega de almacenamiento, alistar las gelatinas para entregarlas, conducir el camión para hacer los despachos, Cargar y descargar el camión, Despacho de órdenes. Hacer las entregas, Hacer devoluciones, Estar pendiente del mantenimiento del camión.</p>	
Requisitos de Educación:	Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)
Requisitos de Experiencia:	Un (1) año de experiencia en cargos similares.
Otros Requisitos:	Carnet certificador de manipulador de alimentos expedido por la Secretaria de Salud, licencia de conducción de 5º categoría.

6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

6.3.1 Locaciones

El área necesaria para el local es de:

El local va ser arrendado y el monto del arriendo es: \$650.000 mensuales.

Adecuaciones:

Tubería de H2O: \$ 150.000

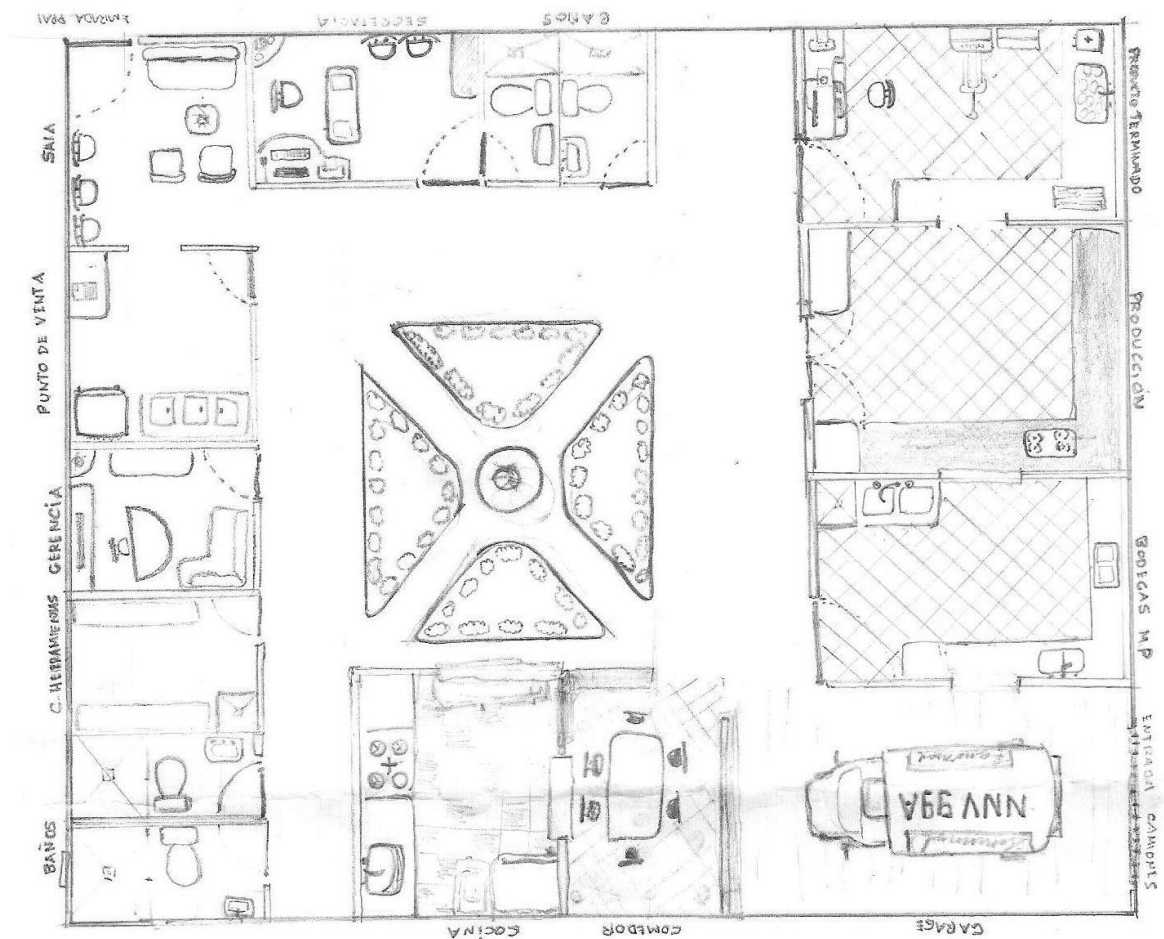
Red de gas: \$200.000

Red eléctrica: \$250.000

Baldosín: \$1.200.000

Construcciones menores: \$1.200.000

Total: \$3.000.000



6.3.2 Requerimiento De Equipos, Software, Muebles Y Enseres.

Tabla 28. Requerimiento de Equipos

Concepto	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
Computador	1.300.000	1.300.000	Créditos Luma (Over Quintero)
Teléfono	30.000	30.000	Full Hogar (Gustavo Nieto)
Fax	300.000	300.000	Variedades Robinson
Celular	100.000	100.000	Futurcel
Total		1.730.000	

Marca	Referencia	Garantía	Características
Sony	VGN-NR310FH/W	1 año	"Procesador Intel Pentium dual-core, sistema operativo Microsoft Windows vista home, pantalla ancha 15.4" , Mem 16B DDR2, Disco Duro 200 GB, DVD+R/DVD+R.
Sony	KX-TG 3532	1 año	Telefono inalámbrico 2.4 GHz, 2 auriculares, teclado iluminado, contestador de voz.
Panasonic	PX 260	1 año	Memoria de 512kb, utiliza papel bond, almacena hasta 25 páginas, faxes salientes son escaneados, reduce o amplia copias de 50% a 150%, llamada en espera, copiadora.
Alcatel	V-670	1 año	Cámara VGA, reproductor de mp3.bluetooth, tarjeta de memoria 512 MB.

Tabla 29. Muebles y Enseres

Concepto	Valor Unitario	Valor Total	Proveedor
Escritorio	270.000	270.000	Variedades Robinson
Sillas	25.000	100.000	Variedades Robinson
Archivador	270.000	270.000	Variedades Robinson
Ventiladores	70.000	210.000	Variedades Robinson
Cafetera	35.000	35.000	Variedades Robinson
Reloj	8.000	16.000	Punto Hogar Caribe.
Impresora	150.000	150.000	Full Hogar
Silla Ergonómica	90.000	90.000	Variedades Robinson
Total		1.141.000	

Software: 300.000

6.3.3 Requerimientos De Materiales De Oficina (Mes)

Tabla 30. Requerimientos De Materiales De Oficina (Mes)

Nombre	Cantidad	Proveedor	Precio	Total
Resma de papel	2	Papelería Zaos	8.500	17.000
Talonario de facturas	5	Papelería Zaos	500	2.500
Lapicero	2	Papelería Zaos	700	1.400
Lápiz	2	Papelería Zaos	500	1.000
Corrector	1	Papelería Zaos	2.500	2.500
Resaltador	2	Papelería Zaos	1.000	2.000
Sacapuntas	2	Papelería Zaos	500	1.000
Tinta	1 Litro	Compunet	40.000	40.000
Calculadora	1	Papelería Zaos	3.500	3.500
TOTAL				70.900

6.3.4 Requerimiento De Servicios

Tabla 31. Requerimiento De Servicios

Servicio	Proveedor	Precio
Agua	Conhydra	210.000
Luz	Epm	190.000
Teléfono	Edatel	150.000
Gas	Rubén Gas	80.000
Internet	Edatel	39.000
Seguros	Seguros Bolívar	350.000
Total		1.019.000

6.3.5 Requerimientos De Personal

Tabla 32. Requerimientos De Personal

Número De Personas	Cargo	Salario Básico Al Mes	Salario Mas Prestaciones Mes	Valor Total Salario Anual
1	Gerente	600.000	603.540	7.242.480
1	Secretaría	500.000	502.950	6.035.400
1	Coordinador De Producción.	495.000	497.920	5.975.040
1	Operario	490.000	492.891	5.914.692
1	Auxiliar De Producción	490.000	492.891	5.914.692
1	Coordinador De Logística	495.000	497.920	5.975.040
1				37.057.344

6.4 PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 33. Programa de Administración

Actividad	Tiempo	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Otros Meses
Adecuaciones	1 mes	X							
Compra de maquinaria y equipos e insumos.	15 días		X						
Contratación de personal	1 día		X						
Selección de proveedores	15 días		X						
Compra de materias primas	3 días		X						

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La organización que más se acomoda a nuestro negocio por más facilidad económica a la hora de legalizarla es E.U. (Empresa Unipersonal)

7.2 CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS

Registro Ante La Cámara De Comercio. Para registrar la entidad ante la Cámara de Comercio se deben presentar los siguientes documentos:

Previamente se debe consultar en nuestra entidad sí el nombre seleccionado no está siendo utilizado por un comerciante o establecimiento de comercio ya matriculado.

El Código de Comercio, en su artículo 35 prohíbe a las Cámaras de Comercio matricular sociedades o establecimientos con el mismo nombre de otros ya inscritos

Formularios de matrícula mercantil y establecimiento de comercio debidamente diligenciados y firmados por el representante legal.

Para obtener el Número de Identificación Tributaria NIT, deberá ingresar a la página www.dian.gov.co o dirigirse a las oficinas de la DIAN, y diligenciar el formulario del RUT “En Trámite en la Cámara de Comercio” firmarlo y llevarlo a la Cámara para completar el proceso.

❖ Registro En La Dian

- Petición suscrita por el Representante Legal.
- Certificación de representación legal expedido por la Cámara de Comercio.
- Certificación del Representante Legal en la cual conste que el Revisor Fiscal no es asociado. Implicaciones tributarias y laborales asociadas al tipo de sociedad.
- Son contribuyentes especiales del impuesto de renta. En el evento de no observar la legislación pagan impuesto a tarifa del 20%.

- Son agentes retenedores y recaudadores de impuestos indirectos: IVA y rete fuente por renta.
- En algunos municipios están exentos de ICA.
- A las compensaciones se les retiene aplicando tabla de salarios, siempre que observen la ley 100.
- Trámites y permisos ante los organismos del gobierno a nivel municipal o nacional

❖ Registro INVIMA. El usuario como persona jurídica o natural que desee solicitar la expedición o renovación de un registro sanitario AUTOMÁTICO para fabricar y vender pulpas de fruta, debe:

- Diligenciar el Formulario único de Solicitud Registro Sanitario Automático de Productos de aseo, higiene, y limpieza de uso domestico (Original y copia), suministrado por el INVIMA sin costo alguno en la Carrera 68D No. 17 - 11, oficina de atención al usuario ó a través de la pagina Web de la entidad.

- Cancelar el valor de la tarifa legal vigente en DAVIVIENDA, cuenta empresarial No. 00286999868-8. Este valor será suministrado en el Grupo Funcional productos varios de la Subdirección de Licencias y Registros, en la Oficina de Atención al usuario, ó consultando la pagina Web de la entidad (www.invima.gov.co - Link tramites y Servicios – Tarifas legales vigentes por tipo de Producto). El pago debe efectuarse en forma individual es decir una consignación por cada producto o trámite solicitado.

- Presentar en la ventanilla de verificación documental del centro de Atención al Usuario el formulario debidamente diligenciado junto con el expediente que contiene la documentación requerida, con el objeto de obtener visto bueno para radicar el trámite.

- Radicar el formulario de solicitud de trámite debidamente aprobado, junto con la documentación requerida en las ventanillas de Radicación de Trámites del centro de Atención al usuario (INVIMA Carrera 68D No. 17 - 11).

- Notificarse y reclamar el acto administrativo (resolución) mediante la cual el INVIMA concede el Registro Sanitario Automático en la ventanilla de Notificación de Resoluciones del Centro de Atención al usuario (INVIMA Carrera 68D No. 17 - 11).

Las renovaciones de los registros sanitarios para las pulpas de fruta se realizarán siguiendo el mismo procedimiento de su expedición en lo que hace referencia a los documentos exigidos incluido el pago de la tarifa correspondiente, diferenciándose únicamente en marcar en el formulario de solicitud la casilla correspondiente a Renovación de registro Sanitario

❖ **Requisitos Y Documentos Necesarios Para El Trámite.** El formulario único de solicitud y los documentos solicitados deben presentarse en forma ordenada indicando los folios respectivos y en expediente cuya carátula y contra carátula sea de color BLANCO lo cual identifica a los alimentos de los demás productos bajo vigilancia y control del INVIMA. La documentación a presentar es la siguiente:

- Copia al carbón del recibo de pago realizado en DAVIVIENDA.
- Formato de relación de documentos que constituyen el expediente indicando los folios respectivos.
- Formulario único de Solicitud Registro Sanitario Automático de Alimentos Expedición y renovación (original y copia).
- Certificado de existencia y representación legal del interesado, cuando se trate de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de persona natural. Con vigencia no mayor a 90 días expedida por cámara de comercio.
- Certificado de existencia y representación legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el alimento sea fabricado por persona diferente al interesado.

❖ **Lugar Al Cual Debe Acudir El Ciudadano**

Información General.

INVIMA. Subdirección de Licencias y Registros. INVIMA Carrera 68D No. 17 - 11 Bogotá D.C. Tel. 2948700 Ext. 3936.

Oficina de Atención al usuario Quejas y Reclamos Tel. 2948728.

Email: invimalr@invima.gov.co - invimaqr@invima.gov.co

Fuera de Bogotá: Entes territoriales (Seccionales de salud, Secretarías departamentales y municipales de salud.)

Página Internet: www.invima.gov.co.

Línea de Atención al usuario

Para Radicar el Trámite

INVIMA. Carrera 68D No. 17 – 11 - Centro de Atención al usuario, ventanillas de Radicación de trámites Tel. 2948700 Ext. 3945.

Horario de atención al público: Lunes a Viernes 8:00 a.m. a 12:00 y de 1:00 p.m. a 4:00 p.m.

Fuera de Bogotá. Vía Correo. El usuario que así lo prefiera puede remitir la documentación por correo certificado a nombre de la Subdirección de Licencias y Registros. INVIMA Carrera 68D No. 17 – 11 Bogotá D.C. Anotando el trámite solicitado. Posteriormente el usuario previo aviso del INVIMA deberá notificarse personalmente ó mediante apoderado en el centro de Atención al Usuario para reclamar el Registro Sanitario expedido por el Instituto.

❖ Nota Aclaratoria. Igualmente para los microempresarios (Que no tengan más de 10 empleados y no superen los 500 SMLV), se les autoriza una licencia especial para la producción y venta de los productos por tres años, mientras se posiciona en el mercado. A partir de hay deberá solicitar la renovación pero ya cancelando los costos correspondientes.

Su ventaja es que mientras los costos para el producto corresponden a \$ 2.833 mil, este permiso especial tendría un costo de \$ 332 mil.

Finalmente requiere además de los trámites anteriores anexar una declaración juramentada y el acta de visita con el concepto de la Secretaria de Salud del Municipio de Medellín.

Dificultades legales con el manejo de materias primas o productos terminados a nivel municipal

❖ Secretaría De Salud. Se debe hacer el trámite ante dicha entidad para solicitar el concepto de funcionamiento sanitario, para ello se debe hacer una solicitud para la visita en las oficinas, tendrá un costo de acuerdo a: El área de la empresa y número de empleados, se estima que su costo es aproximadamente entre \$ 250.000 y \$ 300.000

❖ Análisis Ambiental.

• Riesgos para la comunidad por las emisiones, efluentes y residuos. La empresa no hará manejos de materias primas que generen gases o riesgos para el medio ambiente y la comunidad en general. Se debe tener en cuenta que los residuos de las frutas pueden ser optimizados como alimento para cerdos, o de lo contrario asesorarse en el manejo de estos para evitar mosquitos en su descomposición y a futuro epidemias.

- Riesgos para los trabajadores. Deben cumplir con las normas de seguridad que les brinde la ARP, si esto se cumple, los asociados-trabajadores y la comunidad no tendrán ningún tipo de riesgo en la elaboración de las pulpas.

- Mecanismos de higiene y seguridad industrial. Para ello se deben comprar los elementos de dotación para cada uno de los empleados del área de producción que garantice su seguridad e higiene, tales como:

- Uniformes de tono claro (camisa y pantalón) de acuerdo al decreto 30 del 1.975
- Delantal de hule
- Gorro, malla para recoger el cabello (Cofia)
- Calzado antideslizante y plástico, para evitar humedad
- Guantes de látex

Se debe recibir capacitación por parte de las empresas proveedoras para cada fruta como tal, lo que les permitirá optimizar el rendimiento de la misma en su proceso.

Además, deben orientarse frente al manejo del ácido ascórbico y el preservante sorbato de potasio, para no dañar el sabor original de la fruta.

Por lo tanto es muy importante que todas las personas que manipulen los alimentos y químicos para la producción de las pulpas de fruta, reciban una capacitación completa en el manejo de estos elementos y en el cumplimiento de la utilización de la dotación de seguridad industrial, que garantice la tranquilidad a la empresa, sus empleados y en general a la comunidad.

Tabla 34. Costos De Los Registros Requeridos

Cuadro 38. Costos de los registros requeridos			
Tipo de Registro	SI	NO	Costo total Diligencia
Aranceles		X	
Cámara de Comercio	X		107.000
Impuesto de Industria y Comercio		X	600.000
INVIMA	X		1.200.000
Licencias de funcionamiento		X	
Patentes		X	
Permisos		X	
Registro Sanitario	X		
Registros Notariales de escritura pública (Estatutos)		X	
RUT – DIAN	X		0
Títulos de Predios		X	
Formulario de registro mercantil	X		3.500
TOTAL			1.910.500

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

8.1.1 Recursos Propios

Tabla 35. Recursos Propios

NOMBRE DEL SOCIO	APORTES
Grey Vanessa Cataño Pareja	10.000.000
Yuliana Marcela Zapata Padilla	10.000.000
Sandra Liliana Guzmán Gonzales	10.000.000
TOTAL	30.000.000

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 36. Plan De Amortización

GELTA E.U				
PLAN DE AMORTIZACIÓN				
Valor Préstamo	30.000.000			
Plazo	48			
Tasa	0,949%			
Cuota Mes	781.009			
CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	30.000.000	284.664	496.346	29.503.654
2	29.503.654	279.954	501.055	29.002.599
3	29.002.599	275.200	505.810	28.496.789
4	28.496.789	270.400	510.609	27.986.180
5	27.986.180	265.555	515.454	27.470.726
6	27.470.726	260.664	520.345	26.950.381
7	26.950.381	255.727	525.283	26.425.098
8	26.425.098	250.742	530.267	25.894.831
9	25.894.831	245.711	535.299	25.359.532

10	25.359.532	240.631	540.378	24.819.154
11	24.819.154	235.504	545.506	24.273.649
12	24.273.649	230.328	550.682	23.722.967
año 1		3.095.079	6.277.033	
13	23.722.967	225.102	555.907	23.167.060
14	23.167.060	219.827	561.182	22.605.878
15	22.605.878	214.502	566.507	22.039.371
16	22.039.371	209.127	571.882	21.467.489
17	21.467.489	203.701	577.309	20.890.180
18	20.890.180	198.223	582.787	20.307.393
19	20.307.393	192.693	588.317	19.719.077
20	19.719.077	187.110	593.899	19.125.177
21	19.125.177	181.475	599.534	18.525.643
22	18.525.643	175.786	605.223	17.920.420
23	17.920.420	170.043	610.966	17.309.453
24	17.309.453	164.246	616.764	16.692.690
Año 2		2.341.835	7.030.277	
25	16.692.690	158.393	622.616	16.070.074
26	16.070.074	152.486	628.524	15.441.550
27	15.441.550	146.522	634.488	14.807.063
28	14.807.063	140.501	640.508	14.166.554
29	14.166.554	134.424	646.586	13.519.969
30	13.519.969	128.288	652.721	12.867.247
31	12.867.247	122.095	658.915	12.208.333
32	12.208.333	115.842	665.167	11.543.166
33	11.543.166	109.531	671.479	10.871.687
34	10.871.687	103.159	677.850	10.193.837
35	10.193.837	96.727	684.282	9.509.555
36	9.509.555	90.234	690.775	8.818.780
Año 3		1.498.202	7.873.910	
37	8.818.780	83.680	697.330	8.121.450
38	8.121.450	77.063	703.947	7.417.503
39	7.417.503	70.383	710.626	6.706.877
40	6.706.877	63.640	717.369	5.989.508
41	5.989.508	56.833	724.176	5.265.332
42	5.265.332	49.962	731.048	4.534.284
43	4.534.284	43.025	737.984	3.796.299

44	3.796.299	36.022	744.987	3.051.312
45	3.051.312	28.953	752.056	2.299.256
46	2.299.256	21.817	759.192	1.540.064
47	1.540.064	14.613	766.396	773.668
48	773.668	7.341	773.668	0
Año 4		553.333	8.818.780	
	0	0	781.009	
Año 5			781.009	

8.2 INGRESOS Y EGRESOS

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Tabla 37. Plan De Producción Mes a Mes.

MES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Enero	8.750	1.450	12.687.500
Febrero	9.021	1.450	13.067.400
Marzo	9.282	1.450	13.458.900
Abril	9.560	1.450	13.862.000
Mayo	9.840	1.450	14.268.000
Junio	10.141	1.450	14.704.450
Julio	10.445	1.450	15.145.250
Agosto	10.748	1.450	15.584.600
Septiembre	11.080	1.450	16.066.000
Octubre	11.412	1.450	16.547.400
Noviembre	11.754	1.450	17.043.300
Diciembre	12.106	1.450	17.553.700
Total	124.140	1.450	180.003.000

Se espera incrementar cada mes un 3%.

Tabla 38. Plan De Producción Año a Año.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	124.140	136.554	150.209	165.230	181.753
Precio	1.450	1.523	1.599	1.679	1.762
Total	180.003.000	207.903.465	240.128.502	277.348.420	320.337.425

Para el presupuesto de cada año, la cantidad anual que se pretende aumentar es de un 10% cada año y el precio de un 5% cada año.

8.2.1.2 Otros Ingresos

Tabla 39. Otros Ingresos

Venta De Desechos	Precio Mensual	Precio Anual
Botella de vidrio (Concentrado)	63.000	756.000

Se comprarán 14 botellas de vidrio de concentrado todos los días.
 Al mes se comprarán 350 botellas de vidrio de concentrado.
 Al año se comprarán 4.200 botellas de vidrio de concentrado.
 Estas se venderán a un precio de \$180 por botella.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla 40. Inversiones En Activos Fijos

Activo	Precio
Maquinaria y Equipo	16.330.000
Muebles y Enseres	1.571.000
Equipos de Comunicación	1.730.000
TOTAL	19.631.000

Tabla 41. Inversión en gastos pre operativos

Gastos Preoperativos	Precio
Arriendo	650.000
Adecuaciones:	
Tubería de H2O	150.000
Red de gas	200.000
Red eléctrica	250.000
Baldosín	1.200.000
Construcciones menores	1.200.000
TOTAL	3.650.000

8.2.2.2 Costos

Tabla 42. Costos Variables

Nombre	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Materia Prima: Concentrado de tamarindo	30 ml	\$4.6	\$138
Insumos			
Azúcar	14 gr	\$1.8	\$25
Gelatina	4.2 gr	\$62	\$260
Toque Secreto	10 gr	\$14.5	\$145
Vasos	1	\$260	\$260
Cucharas	1	\$32	\$32
Etiquetas	1	\$83	\$83
Mano de Obra	0.42 min	\$15.2	\$6.3
Transporte de M.P	1	\$29	\$29
TOTAL:			\$978

Tabla 43. Costos Fijos

Nombre	Precio Mes	Precio Anual
Papelería	70.900	850.000
Nomina	37.057.344	444.688.128
Servicios Públicos	550.000	6.600.000
Suministros	8.033.750	96.405.000
Arriendo	650.000	7.800.000
Transporte	240.000	2.880.000
Depreciación Activos	210.286	2.523.433
TOTAL	46.812.280	561.746.561

8.2.2.3 Gastos

Tabla 44. Gastos Administrativos Y Legales

Nombre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario	26.671.500	28.005.075	29.405.329	30.875.595	32.419.375
Arriendo	7.800.000	8.190.000	8.599.500	9.029.475	9.480.949
Servicios públicos.	6.600.000	6.930.000	7.276.500	7.640.325	8.022.341
Papelería y suministros.	850.800	893.340	938.007	984.907	1.034.153
Depreciaciones	2.523.433	2.523.433	2.523.433	2.090.100	2.090.100

Tabla 45. Depreciaciones

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria Y Equipo	1.633.000	1.633.000	1.633.000	1.633.000	1.633.000
Muebles Y Enseres	157.100	157.100	157.100	157.100	157.100
Equipos De Computo	433.333	433.333	433.333		
Total	2.223.433	2.223.433	2.223.433	1.790.100	1.790.100

Tabla 46. Gastos De Distribución Y Ventas

Nombre	Salario	Gastos De Viaje	Termo Kid	Total
MES	497.920	30.000	125.000	652.920
ANUAL	5.975.040	360.000	750.000	7.085.040

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla 47. Amortización

GELTA E.U				
PLAN DE AMORTIZACIÓN				
Valor Préstamo	30.000.000			
Plazo	48			
Tasa	0,949%			
Cuota Mes	781.009			
Cuota	Inicial	Interés	Capital	Saldo
1	30.000.000	284.664	496.346	29.503.654
2	29.503.654	279.954	501.055	29.002.599
3	29.002.599	275.200	505.810	28.496.789
4	28.496.789	270.400	510.609	27.986.180
5	27.986.180	265.555	515.454	27.470.726
6	27.470.726	260.664	520.345	26.950.381
7	26.950.381	255.727	525.283	26.425.098
8	26.425.098	250.742	530.267	25.894.831
9	25.894.831	245.711	535.299	25.359.532
10	25.359.532	240.631	540.378	24.819.154
11	24.819.154	235.504	545.506	24.273.649
12	24.273.649	230.328	550.682	23.722.967
año 1		3.095.079	6.277.033	
13	23.722.967	225.102	555.907	23.167.060
14	23.167.060	219.827	561.182	22.605.878
15	22.605.878	214.502	566.507	22.039.371
16	22.039.371	209.127	571.882	21.467.489
17	21.467.489	203.701	577.309	20.890.180
18	20.890.180	198.223	582.787	20.307.393
19	20.307.393	192.693	588.317	19.719.077
20	19.719.077	187.110	593.899	19.125.177
21	19.125.177	181.475	599.534	18.525.643
22	18.525.643	175.786	605.223	17.920.420
23	17.920.420	170.043	610.966	17.309.453
24	17.309.453	164.246	616.764	16.692.690
Año 2		2.341.835	7.030.277	
25	16.692.690	158.393	622.616	16.070.074

26	16.070.074	152.486	628.524	15.441.550
27	15.441.550	146.522	634.488	14.807.063
28	14.807.063	140.501	640.508	14.166.554
29	14.166.554	134.424	646.586	13.519.969
30	13.519.969	128.288	652.721	12.867.247
31	12.867.247	122.095	658.915	12.208.333
32	12.208.333	115.842	665.167	11.543.166
33	11.543.166	109.531	671.479	10.871.687
34	10.871.687	103.159	677.850	10.193.837
35	10.193.837	96.727	684.282	9.509.555
36	9.509.555	90.234	690.775	8.818.780
Año 3		1.498.202	7.873.910	
37	8.818.780	83.680	697.330	8.121.450
38	8.121.450	77.063	703.947	7.417.503
39	7.417.503	70.383	710.626	6.706.877
40	6.706.877	63.640	717.369	5.989.508
41	5.989.508	56.833	724.176	5.265.332
42	5.265.332	49.962	731.048	4.534.284
43	4.534.284	43.025	737.984	3.796.299
44	3.796.299	36.022	744.987	3.051.312
45	3.051.312	28.953	752.056	2.299.256
46	2.299.256	21.817	759.192	1.540.064
47	1.540.064	14.613	766.396	773.668
48	773.668	7.341	773.668	0
Año 4		553.333	8.818.780	
	0	0	781.009	
Año 5			781.009	

8.3 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.3.1 Flujo De Caja

Tabla 48. Flujo de Caja

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	180.003.000	207.903.465	240.128.502	277.348.420	320.337.425
Costos	121.708.920	140.542.303	162.293.285	187.414.015	216.426.722
Gastos operativos	48.322.476	52.458.450	55.198.100	57.579.822	60.685.012
Utilidad operativa	9.971.604	14.902.712	22.637.118	32.354.583	43.225.692
Impuesto de renta operativo	3.290.629	4.917.895	7.470.249	10.677.012	14.264.478
Beneficio fiscal financiero	-1.021.376	88.374	554.253	1.180.747	1.867.832
Utilidad operativa después de impuestos	7.702.351	9.896.443	14.612.617	20.496.823	27.093.382
Depreciación y amortización	2.623.433	2.623.433	2.623.433	2.090.100	2.090.100
Flujo de caja bruto operativo	10.325.784	12.519.876	17.236.050	22.586.923	29.183.482
VPN del Proyecto	38.068.265				
Servicio de la deuda	6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780	781.009
Gastos financieros	3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333	-81.519
Flujo de caja libre del inversionista	953.672	3.147.764	7.863.938	13.214.811	28.483.992
VPN	23.664.176				

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultado)

Tabla 49. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	180.003.000	207.903.465	240.128.502	277.348.420	320.337.425
Costos	121.708.920	140.542.303	162.293.285	187.414.015	216.426.722
Utilidad Bruta	58.294.080	67.361.162	77.835.218	89.934.405	103.910.703
Gastos operativos	48.322.476	52.458.450	55.198.100	57.579.822	60.685.012
Utilidad antes impuestos e intereses	9.971.604	14.902.712	22.637.118	32.354.583	43.225.692
Gastos financieros	3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333	-81.519
Ingresos financieros	0	2.609.635	3.177.755	4.131.355	5.578.577
Utilidad antes de impuestos	6.876.525	15.170.513	24.316.671	35.932.604	48.885.787
Impuestos	2.269.253	5.006.269	8.024.501	11.857.759	16.132.310
Utilidad neta	4.607.272	10.164.243	16.292.170	24.074.845	32.753.478

8.3.3 Balance General

Tabla 50. Balance General

BALANCE GENERAL						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Activos corrientes						
Disponible	22.498.750	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Inversiones temporales		37.280.505	45.396.500	59.019.350	79.693.952	117.448.001
Deudores (cuentas por cobrar)		7.500.125	8.662.644	10.005.354	11.556.184	13.347.393
Inventarios	15.000.250	5.058.705	5.842.804	6.748.439	7.794.447	9.002.586
Otros activos						
Total activo corriente	37.499.000	50.839.335	60.901.949	76.773.144	100.044.583	140.797.980
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	1.571.000	1.571.000	1.571.000	1.571.000	1.571.000	1.571.000
Maquinaria y equipo	16.330.000	16.330.000	16.330.000	16.330.000	16.330.000	16.330.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0

Edificaciones	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Equipo de computación	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
Depreciación acumulada	0	(2.523.433)	(5.046.867)	(7.570.300)	(9.660.400)	(11.750.500)
Software	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Amortización acumulada	0	(100.000)	(200.000)	(300.000)	(300.000)	(300.000)
Total activos no corrientes	22.501.000	19.877.567	17.254.133	14.630.700	12.540.600	10.450.500
Total activos	60.000.000	70.716.902	78.156.082	91.403.844	112.585.183	151.248.480
<u>Pasivos corrientes</u>						
Proveedores	0	10.117.410	11.685.609	13.496.878	15.588.894	18.005.173
Impuesto por pagar		2.269.253	5.006.269	8.024.501	11.857.759	16.132.310
Obligaciones financieras corrientes	6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780	781.009	0
Total pasivos corrientes	6.277.033	19.416.940	24.565.788	30.340.159	28.227.663	34.137.482
<u>Pasivos no corrientes</u>						
Obligaciones financieras no corrientes	23.722.967	16.692.690	8.818.780	0	(781.009)	(781.009)
Total pasivos no corrientes	23.722.967	16.692.690	8.818.780	0	(781.009)	(781.009)

	7	0				
Total pasivos	30.000.00 0	36.109.63 0	33.384.56 8	30.340.15 9	27.446.653	33.356.473
<u>Patrimonio</u>						
Capital	30.000.00 0	30.000.00 0	30.000.00 0	30.000.00 0	30.000.000	30.000.000
Reserva Legal	0	0	460.727	1.477.151	3.106.368	5.513.853
Utilidades retenidas	0	0	4.146.544	13.294.36 3	27.957.316	49.624.677
Utilidad del periodo	0	4.607.272	10.164.24 3	16.292.17 0	24.074.845	32.753.478
Total patrimonio	30.000.00 0	34.607.27 2	44.771.51 5	61.063.68 5	85.138.530	117.892.00 7
Total pasivo y patrimonio	60.000.00 0	70.716.90 2	78.156.08 2	91.403.84 4	112.585.183	151.248.48 0
	0	0	0	0	0	0

8.4 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

8.4.1 Valor Presente Neto

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla 51. VPN Y TIR

Concepto		2010	2011	2012	2013	2014
Ventas		180.003.000	207.903.465	240.128.502	277.348.420	320.337.425
Costos		121.708.920	140.542.303	162.293.285	187.414.015	216.426.722
Gastos operativos		48.322.476	52.458.450	55.198.100	57.579.822	60.685.012
Utilidad operativa		9.971.604	14.902.712	22.637.118	32.354.583	43.225.692
Impuesto de renta operativo		3.290.629	4.917.895	7.470.249	10.677.012	14.264.478
Beneficio fiscal financiero		-1.021.376	88.374	554.253	1.180.747	1.867.832
Utilidad operativa después de impuestos		7.702.351	9.896.443	14.612.617	20.496.823	27.093.382
Depreciación y amortización		2.623.433	2.623.433	2.623.433	2.090.100	2.090.100
Flujo de caja bruto operativo		10.325.784	12.519.876	17.236.050	22.586.923	29.183.482
TIR del Proyecto	21%					
VPN del Proyecto	38.068.265					
Servicio de la deuda		6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780	781.009
Gastos financieros		3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333	-81.519
Flujo de caja libre del inversionista		953.672	3.147.764	7.863.938	13.214.811	28.483.992
TIR del Inversionista	15%					
VPN	23.664.176					

Viabilidad Del Proyecto.

- Para que el proyecto sea viable es necesario lanzar el producto en el mercado con un precio alto comparado con el de la competencia; todo esto se hace para poder cubrir los costos y gastos que tendrá la empresa al iniciar.

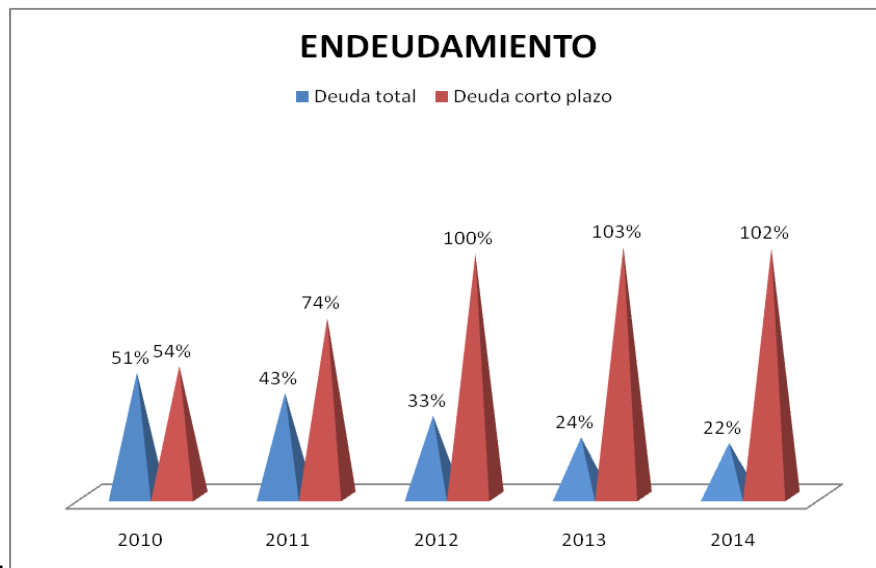
- Desde nuestro punto de vista vemos esto como una barrera de entrada, teniendo en cuenta que la competencia tiene sus marcas y sus productos posicionados y manejan un precio más bajo comparado con el nuestro.

- El proyecto podría ser viable si encontráramos entidades que apoyen económicamente a nuevos microempresarios, ó si encontráramos socios que hagan aportes financieros.

8.4.3 Indicadores Financieros Proyectados

Tabla 52. Indicadores Financieros De Endeudamiento

Indicadores Financieros De Endeudamiento						
Endeudamiento	Formula De Calculo	2010	2011	2012	2013	2014
Índice De Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	51,06%	42,72%	33,19%	24,38%	22,05%
Endeudamiento A Corto Plazo	$\frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo Total (O Activo Total)}}$	53,77%	73,58%	100,00%	102,85%	102,34 %
Patrimonio A Pasivos	$\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Pasivo Total}}$	0,96	1,34	2,01	3,10	3,53



La deuda a corto plazo aumenta año tras año permitiendo que la deuda total disminuya y se convierta en activo de la empresa.

8.4.4 Análisis De Sensibilidad (Variación De La Demanda) - 10%

Tabla 53. Análisis De Sensibilidad Variación De La Demanda

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	180.003.000	170.102.835	160.747.179	151.906.084	143.551.250
Costos	121.708.920	115.046.429	108.751.951	102.805.322	97.187.495
Gastos operativos	48.322.476	52.356.467	54.605.928	56.447.574	58.953.631
Utilidad operativa	9.971.604	2.699.939	-2.610.700	-7.346.812	-12.589.876
Impuesto de renta operativo	3.290.629	890.980	-861.531	-2.424.448	-4.154.659
Beneficio fiscal financiero	-1.021.376	88.374	861.531	2.424.448	4.154.659
Utilidad operativa después de impuestos	7.702.351	1.720.585	-2.610.700	-7.346.812	-12.589.876
Depreciación y amortización	2.623.433	2.623.433	2.623.433	2.090.100	2.090.100
Flujo de caja bruto operativo	10.325.784	4.344.018	12.734	-5.256.712	-10.499.776
TIR Del Proyecto	#¡NUM!				
VPN Del Proyecto	-49.172.787				
Servicio de la deuda	6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780	781.009
Gastos financieros	3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333	-81.519
Flujo de caja libre del inversionista	953.672	-5.028.094	-9.359.378	-14.628.825	-11.199.267
TIR Del Inversionista	#¡Num!				
VPN	-69.261.892				

8.4.5 Análisis De Sensibilidad (Variación Del Precio) - 15%

Tabla 54. Análisis De Sensibilidad Variación Del Precio

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Concepto		2010	2011	2012	2013	2014
Ventas		180.003.000	168.302.805	157.363.123	147.134.520	137.570.776
Costos		121.708.920	140.542.303	162.293.285	187.414.015	216.426.722
Gastos operativos		48.322.476	52.458.450	54.802.093	56.752.169	59.382.873
Utilidad operativa		9.971.604	-24.697.948	-59.732.255	-97.031.664	138.238.819
Impuesto de renta operativo		3.290.629	-8.150.323	-19.711.644	-32.020.449	-45.618.810
Beneficio fiscal financiero		-1.021.376	8.150.323	19.711.644	32.020.449	45.618.810
Utilidad operativa después de impuestos		7.702.351	-24.697.948	-59.732.255	-97.031.664	138.238.819
Depreciación y amortización		2.623.433	2.623.433	2.623.433	2.090.100	2.090.100

Flujo de caja bruto operativo		10.325.784	-22.074.514	-57.108.821	-94.941.564	-	136.148.719
TIR DEL PROYECTO	#jNUM!						
VPN DEL PROYECTO	- 335.414.483						
Servicio de la deuda		6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780		781.009
Gastos financieros		3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333		-81.519
Flujo de caja libre del inversionista		953.672	-31.446.627	-66.480.934	104.313.676	-	-
TIR DEL INVERSIONISTA	#jNUM!						
VPN	- 368.135.773						

Tabla 55. Variación De La Demanda + 10%

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Concepto		2010	2011	2012	2013	2014
Ventas		180.003.000	226.803.780	285.772.763	360.073.681	453.692.838
Costos		121.708.920	153.290.239	193.079.551	243.210.777	306.372.649
Gastos operativos		48.322.476	52.509.442	55.510.248	58.259.452	61.872.048
Utilidad operativa		9.971.604	21.004.099	37.182.964	58.603.452	85.448.141
Impuesto de renta operativo		3.290.629	6.931.353	12.270.378	19.339.139	28.197.887
Beneficio fiscal financiero		-1.021.376	88.374	689.273	1.606.338	2.803.943
Utilidad operativa después de impuestos		7.702.351	13.984.372	24.223.313	37.657.975	54.446.312
Depreciación y amortización		2.623.433	2.623.433	2.623.433	2.090.100	2.090.100
Flujo de caja bruto operativo		10.325.784	16.607.806	26.846.746	39.748.075	56.536.412
TIR DEL PROYECTO	38%					

VPN DEL PROYECTO	93.138.368					
Servicio de la deuda		6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780	781.009
Gastos financieros		3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333	-81.519
Flujo de caja libre del inversionista		953.672	7.235.693	17.474.634	30.375.962	55.836.922
TIR DEL INVERSIONISTA	39%					
VPN	81.876.883					

Tabla 56. Variación De Precio + 15%

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Concepto		2010	2011	2012	2013	2014
Ventas		180.003.000	227.703.795	288.045.301	364.377.305	460.937.291
Costos		121.708.920	140.542.303	162.293.285	187.414.015	216.426.722
Gastos operativos		48.322.476	52.458.450	55.396.103	58.058.990	61.555.300
Utilidad operativa		9.971.604	34.703.042	70.355.913	118.904.300	182.955.269
Impuesto de renta operativo		3.290.629	11.452.004	23.217.451	39.238.419	60.375.239
Beneficio fiscal financiero		-1.021.376	88.374	992.582	2.574.064	4.946.448
Utilidad operativa después de impuestos		7.702.351	23.162.664	46.145.880	77.091.817	117.633.582
Depreciación y amortización		2.623.433	2.623.433	2.623.433	2.090.100	2.090.100
Flujo de caja bruto operativo		10.325.784	25.786.098	48.769.313	79.181.917	119.723.682
TIR DEL PROYECTO	63%					
VPN DEL PROYECTO	220.172.953					
Servicio de la deuda		6.277.033	7.030.277	7.873.910	8.818.780	781.009
Gastos financieros		3.095.079	2.341.835	1.498.202	553.333	-81.519
Flujo de caja libre del inversionista		953.672	16.413.985	39.397.201	69.809.805	119.024.192
TIR DEL INVERSIONISTA	72%					
VPN	215.598.854					

9 CONSIDERACIONES FINALES

Alcanzamos los objetivos del estudio del mercado, del proyecto TAMARINGEL. Ya que se logro detectar el tipo de consumidor del producto y del mismo modo se identifico los requerimientos necesarios para poner en marcha un proyecto empresarial, como son: La maquinaria requerida para el proyecto, los muebles y enseres, equipos de comunicaciones, se hicieron investigaciones sobre los aspectos legales que se deben tener en cuenta para poner en funcionamiento GELTA E.U.

Consideramos que el proyecto a pesar de que nos parece interesante, no lo vemos viable, ni rentable para ponerlo en marcha; ya que no se cuenta con los recursos financieros necesarios.

Para que este proyecto sea rentable se tiene que comercializar el producto con un precio más alto comparado con el de la competencia; todo esto se hace con el fin cubrir los costos y gastos que tiene la empresa al iniciar.

Esto lo vemos como una barrera de entrada para comercializar el producto ya que la competencia tiene sus marcas y sus productos posicionados.

El proyecto podría ser viable si encontráramos entidades que apoyen económicamente a nuevos microempresarios, ó si encontráramos socios que hagan aportes financieros.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PUNTO 8.4.4

- Análisis: Variando la cantidad un- 10%, el comportamiento del VPN da - 49.172.787 y el TIR del proyecto no muestra resultado, esto quiere decir que el proyecto no es rentable disminuyéndole la cantidad.
- Análisis: Variando la cantidad un +10% el comportamiento del VPN del proyecto es de 93.138.368 y el TIR es del 38%, el VPN del inversionista es de 81.876.883 y el TIR es del 39%.

- Análisis: Variando el precio del producto un -15%, el comportamiento del VPN del proyecto es de -335.414.483 y el TIR no es rentable, el VPN del inversionista es de -368.135.773 y el TIR no es rentable.
- Análisis: Variando el precio un +15%, el TIR del proyecto da con una rentabilidad del 63% y el VPN es de 220.172.953, el TIR del inversionista es del 72% y el VPN es de 215.598.854.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

www.alpina.com

www.bach.uao.edu.co:7778/pls/portal/docs/PAGE/UNIAUTONOMA_BIBLIOTECA/BIBLIOTECA%20EN%20LINEA1/ARCHIVOS%20PARA%20DESCARGAR/INSTRUCTIVO%20TRABAJOS%20DE%20GRADO.PDF (NTC 1486 sexta actualización)

CÁMARA DE COMERCIO

www.colanta.com

www.frutiño.com

www.gelita.com

www.google.com

<http://biblioteca.manizales.unal.edu.co/documentos/guiabiblioteca.pdf>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS y CERTIFICACIÓN.
Trabajos escritos presentaciones y referencias bibliográficas. NTC 1486. Sexta actualización. Santafé de Bogotá, D.C.: ICONTEC, 2008. p. 24.

INDUSTRIA Y COMERCIO

OFICINA DE TURISMO

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2008-2009

www.royal.com

www.santafedeantioquia-antioquia.gov.co

SECCIONAL DE SALUD DE ANTIOQUIA

SISBEN

[www.turiscolombia.com/santa fe de antioquia](http://www.turiscolombia.com/santa_fe_de_antioquia)

ANEXOS

Anexo A Formulario Para La Inscripción Del Contribuyente Nuevo

FORMULARIO PARA INSCRIPCIÓN DE CONTRIBUYENTE NUEVO

INFORMACIÓN GENERAL			
Razón social del establecimiento:	NIT. O CC. No.	Matrícula Cámara de Comercio Código No.	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Fecha de iniciación de actividades		Fecha de inscripción en Cámara de Comercio	
Dirección y teléfonos		Fecha de inscripción en Industria y Comercio	
Nombre del propietario del establecimiento		Nombre del propietario del Local	

CLASE DE ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO Y ACTIVIDADES		
Industrial <input type="checkbox"/>	Comercial <input type="checkbox"/>	De servicio <input type="checkbox"/>
Descripción de actividades realizadas:		

DETERMINACIÓN DE LA BASE GRAVABLE PARA EL PAGO DEL IMPUESTO	
Ingresos brutos totales mensuales obtenidos en Santa fe de Antioquia	\$
Menos total deducciones del periodo	\$
Base gravable total para Santa Fe de Antioquia	\$

LIQUIDACIÓN PRIVADA			
Ingresos totales gravables mensuales	Código Actividad	Tarifa	Impuesto mensual Industria y Comercio
Impuesto Mensual de Industria y Comercio			\$
Impuesto mensual de Avisos y tableros (15% sobre el valor de Industria y comercio)			\$
Impuesto mensual de Turismo (4% sobre el valor del impuesto de Industria y Comercio)			\$
Impuesto mensual de bomberos (2% sobre el valor del Impuesto de Industria y Comercio)			\$
Total impuesto mensual a pagar (Industria y Comercio + Avisos + turismo)			\$

<p style="text-align: center;">REQUISITOS ANEXOS A ESTE FORMULARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inscripción en Cámara de Comercio • Vo. Bo. Sanidad • Certificado de paz y salvo acimpro[si aplica] • Uso del suelo • Certificado de inscripción en la DIAN • Certificado sobre seguridad expedido por el Cuerpo de Bomberos. • Comprobante del pago del impuesto de Industria y Comercio 	<p style="text-align: center;">FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL O PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO</p> <hr/> <p>Firma</p> <hr/> <p>Nombres y apellidos completos</p> <hr/> <p>Cédula del interesado</p>
--	--

Anexo B Formulario De Registro Único DIAN

	Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		001																																					
Espacio reservado para la DIAN 		2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción 4. Número de formulario 14104240245  <small>(415)7707212489984(8020) 000001410424024 5</small>																																						
5. Número de identificación Tributaria (NIT):		6. DV: -																																						
12. Dirección seccional Impuestos de Medellín		14. Buzón electrónico 1 1																																						
IDENTIFICACION																																								
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión ilíquida <input checked="" type="checkbox"/> 2		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía <input checked="" type="checkbox"/> 1 3																																						
26. Número de identificación: 1 0 2 2 0 9 2 6 7 8		27. Fecha expedición: 2 0 0 4 1 2 2 0																																						
Lugar de expedición 28. País: COLOMBIA <input checked="" type="checkbox"/> 1 6 9		29. Departamento: Antioquia <input checked="" type="checkbox"/> 0 5																																						
30. Ciudad/Municipio: Santafé de Antioquia <input checked="" type="checkbox"/> 0 4 2		31. Primer apellido: ZAPATA																																						
32. Segundo apellido: PADILLA		33. Primer nombre: YULIANA																																						
34. Otros nombres: MARCELA		35. Razón social:																																						
36. Nombre comercial:		37. Sigla:																																						
UBICACION																																								
38. País: COLOMBIA <input checked="" type="checkbox"/> 1 6 9		39. Departamento: Antioquia <input checked="" type="checkbox"/> 0 5																																						
40. Ciudad/Municipio: Santafé de Antioquia <input checked="" type="checkbox"/> 0 4 2		41. Dirección: CL 9 5 125																																						
42. Correo electrónico:		43. Apartado aéreo:																																						
44. Teléfono 1: 8 5 3 3 6 7 6		45. Teléfono 2:																																						
CLASIFICACION																																								
Actividad económica		Ocupación																																						
46. Código: 1 5 2 1 47. Fecha inicio actividad: 2 0 0 9 0 4 2 3		48. Código: 49. Fecha inicio actividad: 50. Código: 1 2 51. Código:																																						
52. Número establecimientos:		53. Código: 1 2																																						
Responsabilidades																																								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td> </tr> <tr> <td>1</td><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	1	2																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																							
1	2																																							
12-Ventas régimen simplificado																																								
Usuarios aduaneros		Exportadores																																						
54. Código: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10											55. Forma: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 56. Tipo: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Servicio: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr><tr><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr></table> 57. Modo: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 58. CPC: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		1	2	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																															
1	2	3																																						
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																						
Para uso exclusivo de la DIAN																																								
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios: <input type="text"/>																																						
61. Fecha: <input type="text"/>		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:																																						
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:		983. Nombre: _____ 984. Cargo: _____																																						

Anexo C Formulario Adicional De Registro Cámara De Comercio



CONVENIO DE APOYO INTERINSTITUCIONAL
FORMULARIO ADICIONAL DE REGISTRO PARA FINES TRIBUTARIOS
ANEXO DIAN Y SECRETARIAS MUNICIPALES / DIAN-SM



La Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia –CCMA- para facilitar a los comerciantes los trámites de constitución de empresas, presta el servicio de canalizar la información y transmitirla a otras entidades.

DATOS BÁSICOS

1. Inscripción Registro Único Tributario RUT (Primera Vez) ó Actualización RUT
2. NIT - Dígito de Verificación
(Diligencielo solo en caso de Actualización RUT)
3. Nombre (Persona Natural o Jurídica) _____
4. Nombre del Establecimiento _____
5. Código Clasificación Industrial Internacional Uniforme-CIIU (Actividad Económica)

DIAN. Solicitud de inscripción al Registro único Tributario, de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

6. Entidad que ejerce control, inspección y vigilancia (en caso de personas jurídicas sujetas a este requisito legal): _____

7. Características de las personas jurídicas (Sólo para Entidades Sin Ánimo de Lucro)

- 7.1. Entidades o institutos de derecho público de orden nacional, departamental y descentralizados
- 7.2. Fondos 7.3. Cooperativas 7.4. Sociedades y organismos extranjeros
- 7.5. Sin personería jurídica 7.6. Otras organizaciones no clasificadas

8. Datos del contador (en caso de personas jurídicas, entidades sin ánimo de lucro o personas naturales que pertenezcan al régimen común o deban cumplir con este requisito legal)

- 8.1. Tipo de documento 8.2. Número del documento de identidad D.V.
- 8.3. Fecha de Nombramiento del Contador ____ / ____ / ____ 8.4. Número de la tarjeta profesional
- 8.5. Apellidos y nombres _____

Solo en caso de que el contador haya sido designado por alguna empresa:

- 8.6. NIT de la empresa a la que pertenece D.V.
- 8.7. Razón social de la empresa a la que pertenece _____

INFORMACIÓN MUNICIPAL

9. Solicitud de la matrícula de actividades industriales, Comerciales y de Servicios, de la Secretaría de Hacienda de los Municipios de Medellín, Bello, Copacabana, Girardota, Barbosa y Santa Fe de Antioquia. Impuesto de Industria y Comercio (Diligenciar solo en estos casos).

- 9.1. Tiene avisos: Sí No
- 9.2. Promedio mensual de ingresos (Base Gravable) \$ _____

El usuario es el único responsable por el contenido y la veracidad de la información suministrada y acepta, expresamente, que fue sólo él quien diligenció cada uno de los campos de este formulario. En consecuencia exonera de responsabilidad y de cualquier indemnización por la inexactitud, imprecisión o falta de veracidad de la información aquí consignada a la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.

FIRMA. Con mi firma certifico que los datos contenidos en el presente anexo son exactos y verídicos.

Contribuyente o Representante Legal

Número de Identificación

Así mismo, el usuario expresamente reconoce que sabe que la información aquí depositada tiene como destinatario exclusivo la DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES – DIAN como complemento de la información reportada en la página No. 1 del formulario del RUT ubicado en la página Web de la DIAN, LA SECRETARÍA DE HACIENDA MUNICIPAL DE MEDELLÍN, BELLO, COPACABANA, GIRARDOTA, BARBOSA Y/O SANTA FE DE ANTIOQUIA, LA SECRETARÍA DE SALUD, DEL MEDIO AMBIENTE, GOBIERNO Y EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACIÓN DE MEDELLÍN, en consecuencia conoce que esta información no será modificada, adicionada o corregida por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. No se permiten enmendaduras ni tachaduras

(Ver instrucciones al respaldo).