



**CERVEZA ARTESANAL TRADICIONAL Y
MEDICINAL**

ENJOYABLE DRINKS S.A.S

DICIEMBRE 04 DE 2013

CERVEZA ARTESANAL TRADICIONAL Y MEDICINAL
Plan de Negocios

ENJOYABLE DRINKS S.A.S
Medellín, Diciembre 04 de 2013.



Escriba su Copyright

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

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

CERVEZA ARTESANAL TRADICIONAL Y MEDICINAL

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

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

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Manejo de Inventarios
 - 4.6.4. Comunicación
 - 4.6.5. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos

- 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
- 4.7.2. Los Precios de los Productos propuestos
- 4.7.3. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

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

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

8.2.2.2. Costos

8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4. Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Recursos Administrativos y de Producción.....	28
Tabla 2. Estudio de Proveedores.	31
Tabla 3. Competidores directos e indirectos.	32
Tabla 4. Análisis de la Competencia.	34
Tabla 5. Mercado Distribuidor.	38
Tabla 6. Determinación de los Precios.	42
Tabla 7. Costos Asociados a la Operación.	45
Tabla 8. Proceso de Producción.	50
Tabla 9. Capacidad de Producción CP.	51
Tabla 10. Capacidad de Producción MP.	51
Tabla 11. Capacidad de Producción LP.....	51
Tabla 12. Plan de Producción CP.	52
Tabla 13. Plan de Producción MP.	52
Tabla 14. Plan de Producción LP.	52
Tabla 15. Maquinaria, Equipos, Muebles y Enseres.	56
Tabla 16. Materiales e Insumos.....	58
Tabla 17. Requerimientos de Servicios.	59
Tabla 18. Requerimientos de Personal.	60
Tabla 19. Programa de Producción.....	62
Tabla 20. Procesos Administrativos.	63
Tabla 21. Procesos Administrativos Externos.....	64
Tabla 22. Equipos, Software, Muebles y Enseres.	69
Tabla 23. Materiales de Oficina.	70
Tabla 24. Requerimientos de servicios.....	71
Tabla 25. Requerimientos Administrativos de Personal.	72
Tabla 26. Cálculos de Parafiscales – Área Producción.	74
Tabla 27. Cálculos de Parafiscales – Área Administrativa.	75
Tabla 28. Cálculos de Parafiscales – Área Comercial.....	76
Tabla 29. Actividades pre operativas y operativas.	77
Tabla 30. Procedimiento de sanidad.....	87
Tabla 31. Calendario de Aportes A Capital.....	90
Tabla 32. Calendario Préstamos Bancarios	91
Tabla 34. Inversiones Y Gastos Pre-operativos.....	92
Tabla 35. Activos Fijos.....	93
Tabla 36. Costos Fijos y Variables.....	93
Tabla 37. Gastos Administrativos y legales	94
Tabla 38. Gastos Distribución y Ventas	94
Tabla 39. Datos Del Préstamo	95
Tabla 40. Flujo de Caja.	96
Tabla 41. Totales Estado de Resultados	97

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Registro de Nombre.....	13
Ilustración 2. Empresa de Distribución Burke Distributing Corporation.....	36
Ilustración 3 Costos De Exportación.....	43
Ilustración 4. Organigrama.....	65
Ilustración 5. Clasificación de Industria y Comercio.....	80
Ilustración 6. Formato único para presentación de solicitudes ante la dirección de alimentos y bebidas-grupo de registros para bebidas alcohólicas.....	82
Ilustración 7. Formato único para la presentación de solicitudes de expedición o renovación de registros sanitarios para bebidas alcohólicas.....	83
Ilustración 8. Formato único para la presentación de solicitudes con registro sanitario para bebidas alcohólicas – autorización de etiquetado – rotulado.....	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de la Encuesta.	24
Figura 2. Logo de la Compañía.	41
Figura 3. Áreas de trabajo.....	53

LISTA DE ANEXOS

ANEXOS

<u>Anexo 1. Encuestas.....</u>	24
<u>Anexo 2. Costos De Exportación X Unidad.....</u>	43
<u>Anexo 3. Cotización Transporte Terrestre.....</u>	43
<u>Anexo 4. Cotizacion Transporte Maritimo LCL Cartagena - Miami.....</u>	43
<u>Anexo 6. Amortización de Intereses.xlsx</u>	91
<u>Anexo 7. Aporte al Capital Mensual.xlsx</u>	91

INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Sebastián Pineda Quintero					
Identificación:	1.128.267.178	Teléfono:	4781562	Celular:	3127470040
Dirección:	Calle 103A # 77A-06		Barrio:	Pedregal	
Ciudad	Medellin	Correo electrónico:	sebastian_1226@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios	x	
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

Vanessa Restrepo Jiménez					
Identificación:	1.125.639.863	Teléfono:	4126158	Celular:	3166943949
Dirección:	Carrera 81A# 34C- 46		Barrio:	Laureles	
Ciudad	Mdellin	Correo electrónico:	vanerj9@yahoo.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios	x	
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

Bryan Alexander Usma Cardona					
Identificación:	1.017.204.651	Teléfono:	2165259	Celular:	3136921403
Dirección:	Calle 30A # 30-87		Barrio:	La Milagrosa	
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	bryanusma92@gmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:	Ingles nivel medio				



1. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Considerando que en la actualidad los diferentes estilos de vida nos conducen a un mundo donde cada día nos movemos más rápido y nos absorben más nuestras responsabilidades; hemos llegado al punto de descuidar nuestra salud, desarrollando en gran mayoría problemas digestivos como: gastritis, colon inflamado, estreñimiento, ulcera, helicobacter y en el caso más avanzado cáncer gastrointestinal.

Para el tratamiento a estas enfermedades, es claro el cuidado y abstinencia de lo que consumimos diariamente ya que de esto es fundamental la recuperación. Dentro de esta dieta se eliminan grasas, harinas, fritos, cítricos, lácteos, bebidas gaseosas, bebidas oscuras, dulces, conservantes, enlatados, carnes frías, y como prioridad en la dieta de manera enmarcada las bebidas alcohólicas son prohibidas.

En búsqueda de un producto innovador, nos hemos concentrado en aquellas personas que deben sobrellevar esta dieta y crear una cerveza artesanal con el grado más bajo de alcohol posible y al mismo tiempo, con un componente natural medicinal que ayuda a la recuperación y mejoramiento a cualquiera de estas enfermedades intestinales. Crear un producto inspirado en personas que desean llevar una vida social plena sin preocuparse por hacerle daño a su salud.

2. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

ENOJOYABLE DRINKS S.A

Ilustración 1. Registro de Nombre

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', 'Consultas', 'Estado de su trámite', and 'Reporte de Veedurías'. Below this, a main heading reads 'Realice aquí su consulta empresarial o social'. A sub-heading instructs users to search for companies or natural persons in the mercantile register. There are four search criteria buttons: 'Razón Social / Nombre', 'Razón Social / Palabra Clave', 'Número de Identificación', and 'Matrícula Mercantil'. The 'Razón Social / Nombre' button is selected. Below the buttons, a text input field contains 'Enjoyable Drinks' and a 'Consultar' button. A yellow warning banner states: 'Advertencia: La consulta por Palabra Clave no ha retornado resultados'. At the bottom, there are links for 'RM - Registro Mercantil', 'RUP - Registro Único de Proponentes', 'ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro', and 'RNT - Registro Nacional de Turismo'. The footer text reads: 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia'.

3.2 Descripción de la Empresa

ENJOYABLE DRINKS S.A.S es una empresa dedicada a la producción, comercialización y distribución de cerveza artesanal tradicional y medicinal, teniendo un valor agregado medicinal toda vez que no afecta el sistema locomotor y el aparato digestivo aportándole beneficios cicatrizantes y regenerativos aun así perteneciendo a la industria licorera. Nuestra ubicación es en el municipio de Barbosa, Antioquia con una planta de 1,80 mt^2 , un punto estratégico teniendo en cuenta la cercanía a la ciudad de Medellín, pero también la facilidad de movilidad dentro el departamento y vías con conectividad de salida a los puertos marítimos.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

- **MISIÓN:**

Ofrecer una alternativa innovadora dirigida a personas del entorno mundial con problemas gastrointestinales que les permitirá disfrutar de una rica bebida obteniendo beneficios para su salud y bienestar; fomentando en nuestros consumidores el sentido de pertenencia, cuidado de la salud y responsabilidad.

- **VISIÓN:**

Ser reconocidos nacional y mundialmente por ser el diferenciador en la industria licorera que aporta a sus consumidores beneficios medicinales a través de una rica bebida.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

- **Objetivos a corto plazo**

- Abastecer el mercado de la ciudad de Medellín y zonas de influencia como tabernas, bares de la ciudad, almacenes de cadena, tiendas de barrio y grandes superficies.
- Promocionar y pautar en medio masivos de comunicación para el posicionamiento de marca y reconocimiento de la empresa por medio de muestras gratuitas.

- **Objetivos a mediano plazo**

- Iniciar con procesos de acreditación nacionales que certifiquen nuestros procesos de producción en contenidos de calidad y transparencia ante las entidades correspondientes.
- Participar en ferias nacionales e internacionales donde se pueda obtener contratos y establecer negocios que le permita a **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** no solo tener reconocimiento regional sino nacional y mundial.

- **Objetivos a largo plazo**

- Implementar equipos tecnológicos que nos permitirá aumentar nuestra productividad y obtener acreditación de estándares internacionales.
- Certificación y aval por parte de la Federación Médica Colombiana.

3.5 Ventajas Competitivas

Bebidas a base de plantas medicinales con sabor a cerveza que le propician a consumidor beneficios médicos para la regeneración, alivio y prevención de enfermedades gastrointestinales.

Nuestra promesa de venta y post venta siempre estará marcada hacia el continuo consumo de nuestro público objetivo que en cualquier momento podrá encontrar en las despensas de **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** una bebida a su disposición.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Atender un mercado potencial que por su condición de salud no puede ingerir bebidas alcohólicas con problemas gastrointestinales ya que estas son contra indicadas a su dieta. Sin embargo, son personas que desean frecuentar un círculo social donde se consumen estas y no versen privados de su consumo, así que **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** les ofrece una bebida sustituta con cualidades únicas en el mercado que le permitirán a este consumidor no solo satisfacer su necesidad y seguir frecuentando sus sitios habituales pero también disminuir los riesgos de su enfermedad.

3.7 Relación de productos y/o servicios

ENJOYABLE DRINKS S.A.S ofrece a sus consumidores cuatro cervezas con diferentes extractos de plantas medicinales adicionalmente con vitaminas C y E.

Nuestro producto se llamará **CONSOLATOR** las cuatro cervezas serán:

- **CONSOLATOR** con extracto de Jengibre.
- **CONSOLATOR** con extracto de Orozuz.
- **CONSOLATOR** con extracto de Caléndula.
- **CONSOLATOR** con extracto de Aloe Vera.

3.8 Justificación del Negocio

La idea de **ENJOYABLE DRINKS SA.S** surge a raíz de los problemas de salud gastrointestinales existentes en el momento de nuestro entorno y que cada día son más comunes entre las personas con quienes nos relacionamos. Estas enfermedades son originadas por estrés, desorden alimenticio, malos hábitos de alimentación, y genética. Obligando a las personas que padecen de las enfermedades derivadas de esta condición a implementar hábitos diferentes ha los que otras personas en la sociedad están acostumbradas a llevar.

Un caso específico es privarse de asistir a reuniones y un círculo social definido puesto que el consumo de alcohol es contra indicado generando en muchos una frustración ya que su vida no se siente igual puesto que no existe en el mercado una bebida sustituta alcohólica amigable con su diagnóstico de salud.

Analizando esta problemática de algunos, evidenciamos la necesidad de incluir en el mercado una bebida que no solo brinde la sensación de estar tomando una cerveza por su contextura y sabor con un grado mínimo de alcohol, sino también una garantía para su salud toda vez que los productos de **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** entrega a sus beneficiarios oportunidades de medicina alternativa.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Culturalmente y socialmente el origen de la cerveza data desde los egipcios alrededor de 3.500 años A.C quienes realizaban sus fiestas y festines como un derivado del pan que ya existía. En la expansión de territorios los celtas incorporaron la elaboración de cerveza y así la expandieron por la península ibérica. En el momento de la colonización los españoles trajeron consigo sus costumbres a América siendo esta una de ellas. A partir de allí se incorpora en América la cerveza teniendo tanto impacto a través de los años que cada país y región se especializa por la tecnología que se implementa para tener una que los caracterice e identifique por su sabor, textura y/o color. Como consecuencia de esto podemos identificar claramente que el consumo de la cerveza es algo que viene enmarcado en las culturas mundiales como un factor étnico que trasciende generación tras generación donde muchas familias lo tienen dentro de su canasta familiar, por su favorable precio, lo cual no genera un gasto significativo en la economía de las personas que lo consumen. Brindándonos una garantía de que la industria se mantiene y cada vez su consumo aumenta y se presta para incorporar nuevos sabores, beneficios, y texturas como en nuestro caso la cerveza **CONSOLATOR** que será elaborada a base de plantas medicinales para personas con problemas gastrointestinales a un precio asequible para el público que está acostumbrado a un consumo masivo de cerveza.

Considerando que la industria licorera es legal en el mundo, se nos facilita para las relaciones internacionales que deseamos establecer con posibles compradores en el exterior. Especialmente a la expansión del mercado de la ciudad de Boston, Massachusetts. Sin embargo debemos tener en cuenta como empresa las regulaciones y aspectos jurídicos dentro del marco legal nacional al que nos debemos acoger en Colombia al igual que el internacional para la exportación de **CONSOLATOR** en la ciudad de Boston.

En Colombia para que la cerveza **CONSOLATOR** pueda estar en los puntos de venta debe registrarse por lo siguiente: pago de impuestos sobre ventas de 8%, y al consumo del 40%, la expedición del registro sanitario ante el **INVIMA** lo cual requiere procesos específicos de producción, sanidad; Generándole al consumidor más confianza al momento de consumir

nuestro producto, y aceptar a las entidades reguladoras colombianas de la industria licorera como lo son: procuraduría general de la nación, fiscalía general de la nación, contaduría general, contraloría departamental, súper salud, súper intendencia financiera, Icontec, y los vera y veritas; quienes no obligan a cumplir con los estatutos que dictamina la ley 30 del 86 y ley 124 del 94. Así mismo como estar actualizándonos de modificaciones que se presenten en las leyes, ya que si no vamos con la normatividad esta puede ser causal de pérdida de licencia, sanciones millonaria e incluso el cierre definitivo.

La industria licorera es una de las más antiguas del mundo, en Colombia se encuentra entre las primera liderada por la empresa Bavaria. Dicha industria proyecta para sus planes de venta un incremento entre el 30 y 40% para el próximo año.

Bavaria siendo la única empresa en Colombia productora de las cervezas lideren en el mercado como lo son: Club Colombia, Pilsen, Águila, Águila Light, Poker, Poker Ligera, Costeñita, Miller, Peroni, y Redd's evidencia un notable monopolio lo cual es difícil la penetración a dicho mercado ya que es únicamente controlado por esta empresa. Limitándonos el acceso a un nicho de mercado potencial.

Para **ENJOYABLE DRINKS** el éxito del negocio parte desde nuestro componente diferenciador en la elaboración de nuestra cerveza que son las plantas medicinales que contribuyen a la recuperación de las enfermedades gastrointestinales que puedan padecer los consumidores de nuestro mercado real tanto nacional como internacional. Vinculando así a dichas personas a retomar su ambiente social del que ha sido excluido por indicaciones médicas.

Aunque Bavaria es la empresa que controla todo el mercado cervecero en Colombia ,nuestra cerveza es un producto sustituto que no afectara el ingreso al mercado y por ende no tendremos una barrera comercial, puesto que nuestros productos están dirigidos a otro nicho más específico, creando así un océano azul en un mercado ya existente olvidado por la industria, lo cual no evidencian rivalidades directas puesto que es la misma empresa quien posee las patentes de elaboración de las diferentes cervezas existentes actualmente.

La cerveza **CONSOLATOR** en todas sus presentaciones será dada a conocer por bares, discotecas, licoreras y tabernas de la ciudad de Medellín y zonas de influencia; inicialmente donde nuestro fuerte de negociación será entregarles mercancía en consignación, paquetes promocionales, venta de mercancía en punto de fábrica con un mayor descuento a nuestros clientes. Garantizando la calidad del producto y promesa de venta al consumidor final. Así mismo como nuestros objetivos fueron trazados no iremos expandiendo con una estrategia similares y con más fuerza en los medios masivos (redes sociales, prensa, radio, televisión). En cuanto a la internacionalización, para establecer dichas relaciones con clientes analizaremos los canales de distribución y una posible sinergia con productora de cervecería internacional facilitando el acceso, cobertura y respaldo de nuestro producto. Siempre

teniendo en cuenta que **CONSOLATOR** es una cerveza nacional y cuyos proveedores son nacionales también.

Ahora bien en la ciudad de Boston nuestra desventaja principal son nuestros competidores quienes poseen marcas posesionadas como son Heineken sin alcohol, Cools, Budweiser sin alcohol, Old Jamaica entre otros; restándonos participación directa. No obstante los productos de nuestros competidores no brindan beneficios medicinales puesto que la composición de sus cervezas no está elaborada a base de plantas medicinales como principal factor característico. El incursionar a un mercado donde está dominado por cerveceras multinacionales es el reto de **ENJOYABLE DRINKS** toda vez en la ciudad de Boston cada día se le da más aceptación y participación a las cervezas artesanales y aquellas que son importadas vistas por los consumidores una alternativa diferente a las que ofrece por tradición el mercado generándonos gran oportunidad de suplir las necesidades de los clientes insatisfechos.

Para incursionar en el mercado de esta ciudad debemos tener una licencia concedida por el estado de Massachusetts para poder operar como productores de cerveza. Tanto distribuidores como puntos de venta es exigido dicha licencia de operación. Siendo este el primer paso que se debe realizar para la penetración en la ciudad de Boston. Esta licencia permite avalar que nuestros procesos son aptos para la venta y consumo internacional generando confianza a nuestros consumidores y nuestros distribuidores.

Boston es una ciudad que por su historia es conocida como la ciudad de la educación e investigación. En este lugar se encuentran las mejores universidades del mundo generando un ambiente de cultura, conocimiento, e innovación donde los habitantes están en un espacio abierto al descubrimiento, otras formas, estilos y hábitos de vida donde prima lo saludable y orgánico tanto en las comidas como bebidas; convirtiendo a esta personas en nuestro mercado potencial.

La barrera del idioma no será un impedimento para **ENJOYABLE DRINKS**, contamos con personas bilingües que pueden encargarse del proceso de negociación con los distribuidores, adicionando que ellos poseen conocimiento de las áreas geográficas y posibles puntos de venta en los que se distribuirá **CONSOLATOR** en la ciudad de Boston.

Como exportadores no podemos ignorar la Tasa Representativa del Mercado (TRM) una variable de la cual dependen nuestras operaciones al momento de pagos a nuestros distribuidores y reintegros de nuestras ganancias generadas en el exterior. Nos veremos favorecidos con este indicador si lo usamos a nuestro beneficio toda vez que generemos el reintegro de divisas en el momento que el dólar se encuentre a la alza. Y el hacer nuestros pagos al distribuidor cuando esta esté a la baja, considerando como alternativa realizar pagos anticipados durante esta época para obtener una reducción en costos. Para el futuro **ENJOYABLE DRINKS** proyecta en la creación de una cuenta de compensación.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para llevar a cabo este proceso de conocimiento para ser partícipes de la industria y el sector, analizamos nuestros competidores más fuertes tanto en Colombia, como el exterior. Así mismo contactamos a los que nos servirán de distribuidores para conocer sobre sus condiciones y que nos hagan partícipes dentro de su línea de servicios. Después de tener esta parte identificada, estudiamos detalladamente el valor que nos cuesta producir una cerveza y si dicho valor nos hace competitivos frente a nuestros competidores directos e indirectos, adicional a esto el poder adquisitivo que puedan tener nuestros potenciales consumidores. Los gastos fijos y variables juegan un papel importante puesto que debemos mantenernos para llevar a nuestros clientes el producto y determinar nuestro punto de equilibrio, rentabilidad esperada, valor presente neto y tasa de retorno interna.

Estos factores mencionados son importantes a considerar y ya encontrados determinaremos la viabilidad del proyecto para que sea toda una realidad en el mercado nacional e internacional convirtiéndonos en la primera empresa colombiana en crear una cerveza sin alcohol que ofrece beneficios para la salud

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Ya con nuestro mercado meta definido que son las personas que padecen problemas gastrointestinales nuestros objetivos de mercadeo son:

Corto Plazo

- Reconocimiento en la ciudad de Medellín y zonas de influencia como únicos productores, vendedores y distribuidores de una cerveza artesanal y medicinal llamada **CONSULATOR** que trae beneficios a sus consumidores.
- Proyectar y crear de un plan de ventas a nivel nacional.

Mediano Plazo

- Reconocimiento nacional como únicos productores, vendedores y distribuidores de una cerveza artesana y medicinal llamada **CONSULATOR**.
- Incursionar al mercado de la ciudad de Boston, Massachusetts en Estados Unidos.

Largo Plazo

- Ser reconocidos por la Federación Médica Colombiana como la única cerveza apta para el consumo de personas con problemas gastrointestinales y que garantiza los beneficios de esta a la salud del consumidor.
- Crear una Cuenta de Compensación para realizar pagos y recibir las utilidades del exterior por parte de nuestras ventas realizadas por nuestros distribuidores en sus puntos de venta.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Para **ENJOYABLE DRIKS S.A.S** con su cerveza emblema **CONSULATOR** es todo un privilegio ser el único oferente en el mercado que le brindara a sus consumidores una experiencia única nunca antes vista en una bebida, dirigida a un mercado en específico como son los amantes por el sabor de la cebada, puesto que **CONSULATOR** además de tener el sabor característico de la cerveza. Les ofrecerá componentes naturales que le ayudara al

organismo y preverá enfermedades como: colon inflamado, acidosis estomacal, y demás lesiones que se puedan presentar en el sistema gastrointestinal.

ENJOYABLE DRIKS S.A.S pretende encontrar en un mercado ya existente una alternativa distinta de consumo, poniendo en el mercado una deliciosa bebida que no afectara el sistema locomotor de sus consumidores, no registrara ante los medidores alcohólicos el nivel mínimo que registra el consumir tan solo 2 cervezas de las tradicionales; pero si aportando a la diversión que caracteriza a los latinos en especial a los Colombianos, vinculando a todas las personas mayores de edad a su consumo y retornar a las noches de compartir unas cervezas con amigos y conocidos a aquellas personas que por limitantes y restricciones medicas se les tenia restringido el consumo de bebidas alcohólicas, y quienes podrán encontrar en diferentes puntos de la ciudad un distribuidor que le podrá ofrecer nuestros productos, en puntos estratégicos como lo son: almacenes de cadena, distribuidores locales, tiendas de barrio, tabernas, bares y licoreras de la ciudad de Medellín y en otros países donde se expandirá **CONSOLATOR**, garantizando un producto novedoso y funcional con el organismo y siempre un mercado abastecido por la inigualable cerveza.

ENJOYABLE DIRNKS S.A.S ofrece cuatro cervezas caracterizada con una planta medicinal diferente cuyas especificaciones son:

- **JENGIBRE:** Esta es una planta tradicional en la India y en la China, que se ha usado desde hace 5000 años. Entre sus beneficios medicinales podemos encontrar que funciona como antiinflamatorio y atiende dolores gasticos, migraña y cólicos menstruales. Favorece a la disminución de los riesgos de contraer cáncer de colon.
- **OROZUZ:** Esta planta está científicamente comprobada para prevenir ulceras y para aliviar tos crónica, asma entre otros.
- **CALÉNDULA:** ejerce un efecto antiinflamatorio y cicatrizante en el tracto digestivo mejorando así al tratamiento de ulcera de estómago y duodeno. Adicional a eso un efecto colerético en el tracto digestivo.
- **ALOE VERA:** Actúa como regenerados y enzima en el aparato digestivo estimulando el crecimiento de la flora bacteriana, mejorando la absorción y rehidratando los tejidos.

Adicional otros ingredientes de la cerveza en sus componentes técnicos que aportan a su composición y sabor característico son:

- **Agua**
- **Cebada Malteada**
- **Lúpulo**
- **Levadura**
- **Otros componentes como:** extracto de maíz, arroz, soya, trigo, sorgo y jarabes.



DESCRIPCIONES FÍSICAS DE CONSOLATOR

Envase: Vidrio transparente resistente al calor.

Altura: 24.20

Diámetro: 6.22

Capacidad: 355 ML

Peso: 310 G

- **Condiciones de almacenamiento**

1. Después de que una cerveza llega al Punto de venta, tendrá 90 días antes de su vencimiento.

2. Se deben mantener en una bodega fresca, con buena circulación de aire, constante y correcto mantenimiento.

3. No se debe dejar el producto a la intemperie: la exposición al sol y a la luz deteriora su sabor y la humedad afecta su presentación. El producto no debe ser sometido a cambios bruscos de temperatura y en climas cálidos, se debe evitar ubicar los productos en los niveles superiores, cerca del techo ya que pueden ser sometidos a altas temperaturas que alteran la calidad del producto.

4. Hay productos como los lácteos y carnes que pueden contaminar el envase haciendo que tome mal olor como y así perder clientes porque piensan que en su establecimiento se venden productos de mala calidad.

- **Condiciones de etiquetado**

El etiquetado y/o rotulado de la cerveza nacional o importada, deberá contener impreso de origen en el envase la siguiente información: 1- Denominación de venta del alimento; 2- Lista de ingredientes; 3- Contenido neto; 4- País de Origen; 5- Identificación de la razón social del fabricante, RUC, dirección y N° de teléfono; 6- Para las cervezas importadas, identificación de la razón social del importador, dirección y N° de teléfono; 7- Identificación del lote; 8- Fecha de vencimiento; 9- N° del registro del producto expedido por el M.S.P. y B.S. y Registro de Establecimiento expedido por el M.S.P. y B.S.; 10- Grado Alcohólico; IMPORTANTE: el ítem 5 y 6 puede ser colocado en el depósito del importador mediante etiqueta pegada, asegurando su permanencia durante la comercialización.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Las personas a la cuales queremos llegar son aquellas que poseen problemas gastrointestinales, que por su condición de salud y recomendación médica no pueden ingerir bebidas alcohólicas.

Queremos ofrecerles una alternativa innovadora a su vida para no renunciar a una vida social o a lugares frecuentados donde es común el consumo de licor. Como estrategia de penetración de mercado es a través de los bares, licorerías, tabernas, discotecas y almacenes de cadena siendo ellos los encargados de la venta al consumidor final.

Contamos con un mercado meta demasiado amplio, ya que estudios evidencian que el 80% de la población Colombiana padece de enfermedades gastrointestinales, y ya en temas mundiales el 50% de la población mundial padece dichos síntomas; a partir de estos datos se tomarán en cuenta las personas mayores de edad que puedan consumir nuestros productos entre ellos hombres y mujeres a partir de los 18 años y que frecuenten bares, discotecas, tabernas o que consuman bebidas alcohólicas.

Según estudios realizados las mujeres padecen más de problemas gastrointestinales evidenciando que de 75 pacientes 54 eran mujeres y 21 hombres (muestra tomada entre los 27 y 80 años). Lo cual nos puede llevar a que en un futuro las mujeres sean más las consumidoras de nuestro producto.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Para el conocimiento de la opinión de nuestros consumidores finales nos basamos en una encuesta realizada en la ciudad de Medellín con dos objetivos específicos:

- Conocer la percepción del consumidor respecto a una cerveza sin alcohol con beneficios medicinales y su posible consumo masivo.
- Establecer un valor promedio según las tendencias de los consumidores y su poder adquisitivo (cuánto dinero están dispuestos a pagar por una cerveza como **CONSOLATOR**).

Después de cuantificar las respuestas que nos brindaron nuestros encuestados, podemos en términos generales concluir que de un 100% estos fueron los resultados:

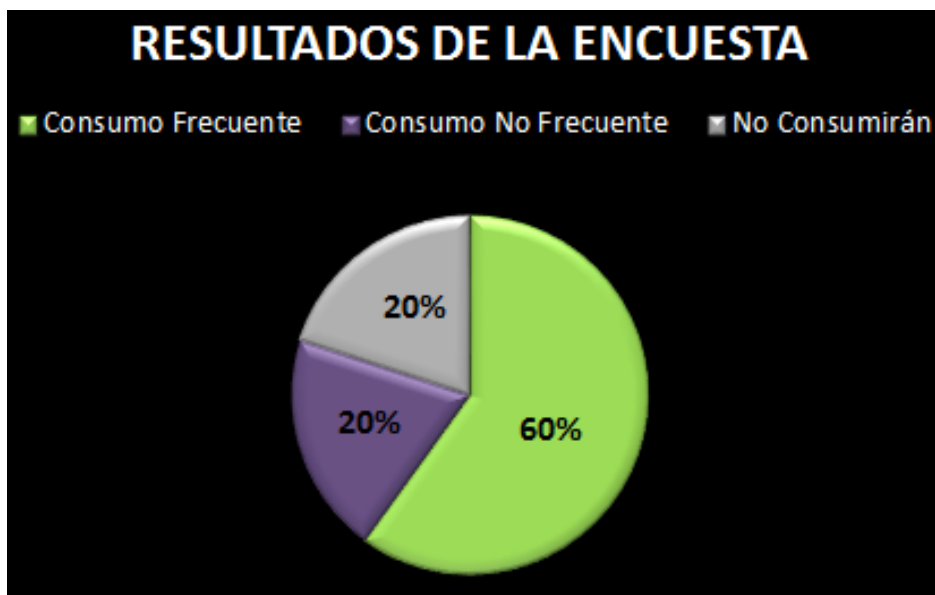
- El 60% de las personas encuestadas nos dice que consumirían la cerveza por el beneficio de manera frecuente que le brindaría a su organismo y la curiosidad que les cause saber si estos realmente son los que se ofrecen.

- Un 20% de las personas encuestadas nos dice que consumirían la cerveza de manera no muy frecuente puesto que desearían que **CONSOLATOR** tuviera más reconocimiento en el mercado para ofrecerles mayor seguridad y garantía.
- El otro 20% de las personas encuestadas dicen que no consumirían **CONSOLATOR** ya que su objetivo mayor es embriagarse al tomarla.

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

El medio que utilizamos para realizar el estudio del consumidor fue el método de encuestas ya que este nos permitió tener un contacto directo con las personas que en un futuro a corto plazo serán los que consumirán **CONSOLATOR** (Ver fig. 1):

Figura 1. Resultados de la Encuesta.



c) Aplicación de la Medios

La aplicación de medios se efectuó a través de 50 personas entre las edades de 18 a 45 años en los barrios Laureles, Itagüí, La Milagrosa y El Estadio entre los días viernes 23 de agosto y sábado 24 de agosto del año 2013.

Se les insinuó sobre el proyecto que **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** pretende llevar a cabo con la creación de la cerveza **CONSOLATOR** y los beneficios y componentes de esta.

Los documentos soportes de la encuesta se relacionan en el [Anexo 1. Encuestas](#)

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

- **Nacional**

Como nuestros objetivos a corto plazo lo especifica nuestra población consumidora serán en la ciudad de Medellín, zonas de influencia y posterior mente regiones del país para personas que comprendan edades entre los 18 años y los 45 años, personas que por su condición de salud estén limitadas al consumo de cerveza ya que por restricciones medicas no pueden consumir licor, y otro grupo de personas que se preocupan por mantener una dieta balanceada y un equilibrio en su sistema digestivo, personas que son elegidas como conductores elegidos y procesos de rehabilitación.

- **Internacional**

Nuestro mercado meta se encuentra en la ciudad de Boston, Massachusetts (U.S.A) ya que entre su población es una de las ciudades que más consume alcohol en todo el país, contradictoriamente la ciudad de Boston es la meca de las universidades de la educación y de las investigaciones médicas teniendo así los más grandes centros e instituciones de la Costa Este de Estados Unidos y el mundo como lo son : Medical Harvard School, Umass School of Medicine and Tufts Medical School, MIT (Massachussets Institute of Technology), Dana Farber Cancer Institute of Reseach, Brigham and Women’s Hospital Research Area, Massachusetts General Hospital Research Areas. Creando así una conciencia en la ciudadanía de cuidado de la salud a través de proyectos que realizan estas universidades e instituciones vinculando a la población constantemente.

Apoyando estas inclusiones sociales encontramos los almacenes de cadena orgánicos y naturistas como Whole Foods y Trader Joe’s con gran demanda de los productos que aportan a un buen funcionamiento del organismo.

Las edades a las que se pretende ofrecer **CONSOLATOR** exilan entre los 21 y 45 años ya que la edad permitida para consumir bebidas alcohólicas en Estaos Unidos es a partir de los 21 años de edad considerando que nuestra cerveza tiene un margen mínimo de alcohol.

- **Tipo de Consumidor**

Aunque **CONSOLATOR** su consumidor final son personas que tienen condiciones gastrointestinales, también aquellas que desean prevenir dichas enfermedades relacionadas con el sistema digestivo. Indirectamente se consideran aquellas personas que han tenido problemas de alcoholismo en proceso de rehabilitación y el conductor elegido.

Nuestros clientes nacionalmente serán licorerías, tiendas de barrio, discotecas, almacenes de cadena, bares, tabernas. Donde ellos llevarán a su público **CONSOLATOR** directamente.

En la ciudad de Boston, MA en Estados Unidos nuestro distribuidor será The Massachusetts Beverage Alliance conformada por 5 distribuidoras afiliadas de todo el estado. Encargada de promover las cervezas artesanales importadas.

- **Criterios de Compra de los Consumidores**

Para determinar los criterios de compra nos basamos en una pregunta importante realizada en la encuesta llevada a cabo por nosotros para conocer más a fondo nuestros consumidores y cuáles son sus opiniones. Coincidimos en que tanto nacional como internacionalmente los consumidores están dispuestos a pagar un valor un poco mayor que una cerveza tradicional por los beneficios aportados al tomarla.

Un aspecto importantísimo y que se debe considerar al momento de producción de **CONSOLATOR** es garantizar el 100% los beneficios que ofrece. Muchos de los encuestados mostraron gran expectativa al saber que dicha bebida podría ser tan amigable con el organismo. La promesa de venta debe llenar y satisfacer nuestros consumidores para que **CONSOLATOR** pueda generar impacto y ganarse el reconocimiento en el mercado.

- **El Perfil De Los Consumidores**

Nuestro producto va direccionado a todas aquellas personas que tengan una conciencia de salud, prevención y bienestar para su organismo, nuestros distribuidores llevarán a **CONSOLATOR** a los diferentes niveles socio económicos sin discriminar alguno, ya que nuestro producto tendrá un costo que se acomodará al mercado de una manera asequible, con una captación de mercado más amplia para alcanzar en el tiempo establecido nuestro objetivo a corto plazo; de igual manera atenderemos a las personas que sufren de enfermedades gastrointestinales con la promesa de venta de nuestra cerveza a base de plantas medicinales que no solo será una bebida deliciosa sino que le propiciará a los consumidores equilibrio en su organismo y regeneración de la mucosa estomacal.

Visualizando la magnitud del impacto en la ciudadanía queremos expandirnos nuestros productos hacia las personas que están en procesos de rehabilitación por alcoholismo quienes quieren encontrar en la sociedad un espacio de re inclusión sin afectar su proceso de desintoxicación compartiendo de los espacios que la misma sociedad propicia, toda vez que nuestro producto contiene el nivel mínimo de alcohol

Por medio de nuestros canales de distribución llegaremos a los almacenes de cadena naturistas y tiendas naturistas con el fin de tener participación y una alternativa de compra en lugares especializados en el cuidado del cuerpo con opciones alternativas diferentes a los medicamentos tradicionales de oriente.

- **Ubicación de Consumidores**

Nacionalmente la ubicación de nuestros consumidores será en el área metropolitana del Valle de Aburra, y en el proceso de expansión a las ciudades principales de Colombia como lo son: Cali, Bogotá, Barranquilla, Cartagena abarcando la gran mayoría de barrios de dichas ciudades.

En el ámbito internacional pretendemos ingresar a Boston, Massachusetts (US) en las zonas de Haymarket, Fenway Park, Faneuil Hall, Park Street y cadenas de Whole Foods y Trader Joe's,

Determinación de la Demanda

Considerando que la población en la ciudad de Boston es mucho menor a la ciudad de Medellín con 617.789 habitantes el abastecimiento hacia nuestros consumidores finales no será de gran dificultad puesto que al momento de penetrar este mercado estamos más que preparados para darle frente con previa experiencia de la demanda atendida en Medellín y otras ciudades de Colombia.

De esta población debemos considerar que 10.1% comprende las edades de 65 años en adelante (62.696 personas). 16.8% comprende las edades de menores de 18 años hasta 6 años (103.788 personas). 5.2% menores de 5 años (32.125 personas). Arrojándonos un total de habitantes para nuestro mercado objetivo de 419.480 cuyas personas están entre los 18 a 65 años. Para nuestro mercado objetivo y meta tuvimos las siguientes consideraciones:

Un mercado potencial de 356.558 personas. Aunque estos son consumidores constantes de cerveza ya que al año consumen 26.9 galones por persona, se presentan hábitos saludables en estas personas ya que la cadena Whole Foods constantemente hace llamado a la población de la importancia del vivir saludable uniéndonos a sus campañas. Esta cadena actualmente está teniendo gran acogida y de crecimiento rápido con proyecciones de 12% a 14% anualmente, ventas totales de 11.5 billones anuales en todas sus tiendas. Contando con más de 10 tiendas en puntos estratégicos los barrios de Boston y 28 tiendas en todo el estado de Massachusetts. Consideramos estas personas como consumidores ya que les ofrecemos un sustituto en el momento en el cual no tenga deseos de embriagarse o consumir bebida con alcohol ya sea por decisión propia, o por ser conductor elegido. No obstante, no presentamos una amenaza a las grandes compañías de cerveza siendo los mismos consumidores los que tienen la elección de los momentos a los cuales quieren dirigir sus salidas.

El 15% de habitantes de Boston no consumen bebidas alcohólicas siendo así un total de habitantes de 62.922 haciéndolos nuestro mercado meta toda vez que **CONSOLATOR** direccionara su mercado a aquellos que no ingieren alcohol. Únicamente consideramos abastecer una quinta parte de nuestro mercado meta representado por 12.584 personas a un costo estimado entre \$5.00USD \$8.00USD para unas ventas mensuales de \$62.922 USD y en pesos \$125.844.000 COP a \$168.000.000.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Tabla 1. Recursos Administrativos y de Producción.

ADMINISTRATIVO	· MONTERREY:
	Video Bin
	Teatro
	Telón
	T.V
	HDM
	Impresora
	Tel PBX
	Aire Acondicionado
	Relojes
	· MARION:
	Lapiceros
	Liquidpaper
	Cosedora
	Resaltadores
	Portaminas
	Minas
	Uñas
	Resmas de papel
	Carpetas
	Legajadores
	AZ's
	Sellos
	Sobres de manilla
	· HOMECENTER
	Mesas
	Sillas
	Cuadros
	Escritorios
	Estufa
	Microondas
	Archivador

PRODUCCIÓN	Papeleras
	Descansa pies
	Dispensador café
	Soda
	Vajilla
	· MAKRO
	Jabón liquido
	Dispensador
	Papel Higiénico
	Anti bacterial
	Dispensador Anti bacterial
	Toallas Papel
	Dispensador toallas
	Escobas
	Trapeador
	Límpido
	Cepillos de limpieza
	· EPM
	Agua
	Luz
	Saneamiento
	Gas
	· UNE
	Telefonía
	Internet
	Cable
	· TECNOQUIMICAS
	Guantes
	Botas
	Uniformes
	Tapa bocas
	Mallas Pelo
	· GRECORP
	Todos los accesorios para la producción de cerveza:
Molino de Malta	
Macerador (All grain o tipo heladerita)	

	Hervidor
	Quemador (Hornaya)
	Termómetro
	Densímetro
	Probeta
	Enfriador de Mosto
	Rotate sparring (lavador de grano)
	Fermentador
	Tapón
	Airlock
	Equipo para hacer sifón
	Balde Plástico
	Llenadora de Botellas
	Tapadora de Botellas
	· Malta.
	· Lúpulo.
	· Levadura.

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Con los proveedores elegidos momentáneamente buscamos capacidad, calidad y precios favorables. En cuando a los proveedores de nuestros insumos administrativos son empresas posesionadas en el mercado siendo líderes indiscutibles por trayectoria, fiabilidad y garantías ofrecidas a sus clientes que nos brinda un respaldo a la hora de elegirlo como nuestro aliado estratégico. En este aspecto los productos de oficina son de constante uso así que buscamos más que todos buenos precios y descuentos favorables en el momento de las compras.

Nuestros proveedores para el área de producción deben tener como característica principal calidad y garantía ya que de esto depende el éxito de nuestros procesos brindándonos las características específicas a cada cerveza para lograr un nivel de servicio y satisfacción total del producto a nuestros consumidores finales.

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

El medio que utilizamos para el estudio del mercado proveedor fue medios virtuales, tiendas virtuales toda vez que estas empresas son de gran reconocimiento y de accesible información en sus páginas web.

Las páginas se relacionan a continuación:

- <http://www.makrovirtual.com/customer/account/login/>
- <http://www.marion.com.co/>
- <http://www.homecenter.com.co/>

También hicimos visitas de campo a Monterrey y Tecno químicas donde serán nuestros proveedores en los artículos de tecnología y dotación de uniformes respectivamente.

Para los proveedores de servicios de acueducto, saneamiento, telefonía, cable e internet elegimos los que mayor cobertura tienen en Antioquia por su reconocimiento siendo ellos nuestros proveedores tanto en nuestras casas así sería para nuestra empresa.

En la parte de producción contactamos un proveedor ubicado en la ciudad de Santiago de Chile GreCorp donde nos ofrece tanto las maquinarias como los productos indispensables para realizar nuestros procesos de producción de COSOLATOR. Nos comunicamos principalmente telefónicamente ya que en su página web www.gecorp.cl. No brinda mucha información.

c) Aplicación de la Medios

Para esta parte los tres nos tomamos el trabajo de ver las páginas de internet juntos el día jueves a la noche. Para Monterrey Sebastián Pineda hizo la visita presencial. Y Bryan Usma realizó la llamada a GreCorp.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla 2. Estudio de Proveedores.

HOMECENTER		MAKRO	
PRODUCTOS	VALOR	PRODUCTOS	VALOR
MESA	609.900,00	JABÓN LÍQUIDO	10.000,00
SILLAS	134.900,00	DISPENSADOR	72.400,00
ESCRITORIOS	250.000,00	PAPEL HIGIÉNICO X 24	13.900,00
ESTUFAS	250.000,00	ANTIBACTERIAL	6.000,00
MICROONDAS	350.000,00	DISPENSADOR ANTIBACTERIAL	58.390,00
ARCHIVADORES	200.000,00	TOALLAS DE PAPEL	51.100,00
PAPELERAS	27.900,00	ESCOBA	12.000,00
DESCANSA PIES	30.000,00	TRAPERA	12.000,00
DISPENSADOR DE CAFÉ	320.000,00	BALDE	6.000,00
SOFÁ	390.900,00	SACUDIDORES	10.000,00
VAJILLA	150.000,00	LIMPIA BAÑOS	4.400,00

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Tabla 3. Competidores directos e indirectos.

COMPETIDORES	PRODUCTO	FORMA DE CONTACTO
Old Jamaican	Ginger Beer	http://www.oldjamaicagingerbeer.com/contactus
Dos Palomas	Ginger Ale	http://cervezadospalomas.com/contacto/
Coors / NA	Cerveza sin alcohol	
St. Pauli Girl N/A	Cerveza sin alcohol	
Clausthaler Pilsner Alcohol Free	Cerveza sin alcohol	
Sharp's (by Miller)	Cerveza sin alcohol	
Old Milkwakee N/A	Cerveza sin alcohol	
O'Doul's (by Budwiser)	Cerveza sin alcohol	
Beck's Non Alcoholic	Cerveza sin alcohol	
Birtburger Drive N/A	Cerveza sin alcohol	
Buckler Alcohol Free (by Heineken)	Cerveza sin alcohol	
Kaliber (by Guinness)	Cerveza sin alcohol	
Erdinger Weissbier N/A	Cerveza sin alcohol	

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Con lo investigado de nuestros competidores en el mercado de la cerveza sin alcohol podemos darnos cuenta que aunque es mercado pequeño existe gran variedad de marcas ofreciendo el mismo producto lo cual evidencia una debilidad frente a nosotros en el mercado puesto que **CONSOLATOR** está enfocado atender un océano azul. Para competir con ellos **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** se especializa en la creación de una línea de cervezas sin alcohol con plantas medicinales aportando importantes beneficios y equilibrio al cuerpo y en

especial al sistema digestivo considerando que algunas cervezas competidoras poseen algunos componentes naturales no obstante estas poseen alcohol.

Nuestra presentación de la botella será la misma que la gran mayoría de cervezas en su presentación de 12onz.

Para nuestra capacidad de producción estimamos treinta y cinco mil para abastecer el mercado nacional e internacional.

Massachussets Beverage Alliance como nuestro distribuidor en el área de Boston será de gran impulso para **CONSOLATOR** puesto que ellos como compañía distribuidora se encargan de promover sus productos especiales como son las cervezas artesanales e importadas. La tendencia del consumo de cerveza artesanal está incrementando por su sabor y la curiosidad que está despertando en consumidores por probar nuevos licores diferentes a los que tradicionalmente consumen.

Otro importante distribuidor es Whole Foods, entraremos a esta cadena no solo como una cerveza artesanal sin alcohol, seremos la primera cerveza aportando beneficios naturales y orgánicos al sistema digestivo y otros en el cuerpo. Este aspecto no lo tienen las otras cervezas con respecto a las 4 líneas de cerveza que tiene **ENJOYABLE DRINKS S.A.S.**

El precio debe oscilar entre 5.00 y 8.00 dólares para poder ser una marca competitiva en el mercado de las cervezas sin alcohol siendo este el precio en el que se evidencian de las otras cervezas esta en este rango.

En el proceso de la elaboración de la cerveza utilizaremos una botella de 12onz de vidrio. Nuestra etiqueta tendrá de acuerdo a la composición de cada cerveza **CONSOLATOR** generando una recordación de marca por medio de colores estratégicos a los ojos y el cerebro del consumidor.

De la mano de nuestros competidores asistiremos a ferias donde se expongan licores en la ciudad de Boston así podremos ganar fuerza de ventas. Otra opción es realizar con restaurantes en la zona rosa de la ciudad una cata de cerveza **CONSOLATOR** acompañándola con un vaso especial para que le pueda aportar un sabor único de acuerdo a la textura y composición de cada una de las cervezas, considerando un menú especial para sentirle un sabor único potencializando fidelidad de consumidores

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Nuestro único medio utilizado fueron las páginas y fuentes de internet para realizar el estudio de mercado competidor, relacionadas a continuación:

- http://www.11points.com/Food-Drink/11_Non-Alcoholic_Beers,_Taste_Tested
- <http://www.alibaba.com/showroom/non-alcoholic-beer.html>

- http://www.clubcolombia.co/articles/view/89/Club_Colombia_Negra
- <http://cervezadospalomas.com/contacto/>
- <http://www.oldjamaicagingerbeer.com/contactus>

c) Aplicación de la Medios

El medio o fuente de información se aplicó por medio de las páginas web de diferentes artículos y empresas de cervezas ya citadas en el anterior punto.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 4. Análisis de la Competencia.

COMPETENCIA	CONTACTO	DEBILIDADES	FORTALEZAS
OLD JAMAICA BEER	http://www.oldjamaicagingerbeer.com/contactus	En comparación a nuestra cerveza que es a base de uno de nuestros ingredientes, Old Jamaica posee alcohol en consecuencia no se obtienen los mismos beneficios que CONSOLATOR ofrece a sus consumidores	Es una marca posesionada en el mercado con gran reconocimiento entre sus consumidores y otras personas que conocen del mercado de las cervezas lo que hace que la penetración de mercado con nuestra cerveza sea difícil.
DOS PALOMAS GINGER ALE	http://cervezadospalomas.com/contacto/	Con su ingrediente principal como el Jengibre, es una de sus cervezas más reconocidas por los beneficios que ofrece y por el sabor característico de la planta como ingrediente principal.	Esta cerveza además de estar posesionada en el mercado, es conocida como una cerveza herbal restándonos oportunidad de participación en el mercado.
COORS Y SHAP'S	Ambas producidas por la Miller Coors http://www.millercoors.com/Contact-Us.aspx http://www.millercoors.com/Our-Beers/Great-Beers.aspx	La Miller Coors es una empresa cervecera tanto productora como distribuidora, posee dos de las cervezas sin alcohol más consumidas y de preferencia por los amantes a la cerveza. Con gran reconocimiento en el mercado.	La capacidad de la Miller Coors como empresa cervecera en cuanto a producción y maneras de abarcar el mercado es superior a la que podemos tener al momento de la penetración de este.

<p>O'DOULS BY BUDWEISER</p>	<p>http://www.millercoors.com/Contact-Us.aspx</p>	<p>Es la cerveza hija de la Budweiser, reconocida como la cerveza de mayor consumo en Estados Unidos, lo que le da a los consumidores confianza, reconocimiento y facilidad de adquisición.</p>	<p>Es uno de nuestros competidores más fuertes puesto que es un nombre muy sonado y su reconocimiento en el mercado es amplio y para CONSOLATOR será difícil llegar.</p>
<p>BUCLKER BY HEINEKEN</p>	<p>http://test.buckler.es/index2.html</p>	<p>Son producidas por una de las empresas cerveceras más reconocida mundialmente como es la Heineken, dándole reconocimiento y confianza a quienes toman esta cerveza</p>	<p>Por su reconocimiento en los nichos de mercado es difícil la penetración a este puesto que ya tiene grupos segmentados al igual que nuestros otros competidores</p>

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución de la cerveza **CONSOLATOR** en restaurantes, bares, tabernas y discotecas en los lugares estratégicos en la ciudad de Boston se hará por medio del distribuidor Massachusetts Beverage Alliance. Este se encarga de la promoción y venta del producto a estos lugares mencionados donde deseamos dar a conocer nuestra cerveza.

- El contacto para el distribuidor es:

Bryan Murphy
 Director of Sales and Marketing
 Massachusetts Beverage Alliance LLC
 89 Teed Drive
 Randolph, Ma 02368
 617-701-6238

Adicionalmente poseemos otro proveedor el cual es la primera cadena estadounidense de comida natural y orgánica Whole Foods cuenta con 10 tiendas en la ciudad y líder en productos de consumo naturales. **CONSOLATOR** por poseer extractos de plantas medicinales entra a esta categoría.

- El contacto para este distribuidor es:

Wholes Food Market
 125 Cambridge Park Drive
 Cambridge, MA 02140
 617.492.5500
 617.492.5510 fax

4.6.2 Distribución a través de terceros

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

- **Massachusetts Beverage Alliance**

Es una empresa la cual tiene 5 de las distribuidoras más importantes de cerveza artesanal e importada en el estado Massachussets. Ellos se encargan de promover a nuevos productores de cerveza para que estas sean conocidas en todo el estado y los consumidores puedan sentirse identificados con nuevos sabores. Aunque ellos solo distribuyen cervezas con licor, nuestra idea les pareció atrevida y tentadora para ofrecerla en el mercado ya que su idea es promover a “brewers” en su compañía y que cada día sigan creciendo.

Para la distribución en la ciudad de Boston estaremos trabajando de la mano con Burke Distributing Corporation los cuales se encargan de las áreas de la ciudad. Con ellos las condiciones de pago son por crédito, sin embargo se debe tener buenas referencias crediticias por parte de otros proveedores. (Ver ilustración. 1)

Ilustración 2. Empresa de Distribución Burke Distributing Corporation.



Al llenar los formularios que se ven en la Ilustración 1, se debe tener una licencia específica aprobada por el estado de Massachusetts para poder operar ya sea como productor de alcohol, vino o cualquier otra bebida.

- **Whole Foods Market:**

En Whole Foods es muy importante la calidad de productos que van a ofrecer lo mejor para los consumidores de acuerdo a sus zonas geográficas. Debido a su diversidad de clientes Whole Foods hace una selección de productos donde cada empresa interesada en vender con ellos enviara una solicitud de participación donde ellos lo seleccionaran según las características del producto y los beneficios aportantes. Después de pasado este proceso se inician las negociaciones de cadena de abastecimiento para los sitios elegidos en la zona estratégica para dicho producto. **CONSOLATOR** puede penetrar cualquier tienda de esta cadena de supermercado puesto que en todas venden cervezas y tienen una sección dedicada a esto específicamente.

Ellos como nuestro distribuidor nos darán una imagen de una cerveza saludable y amigable con el organismo donde se promoverá en su página web como recomendaciones de salud y en los puntos de venta.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

La estrategia de medios utilizada para enterarnos sobre nuestros proveedores fue vía Internet inicialmente para todo sobre como ellos nos ayudaran a posesionar a **CONSOLATOR** en el mercado internacional.

Después de esta búsqueda llamamos directamente a estos proveedores para preguntar específicamente que necesitábamos para penetrar su mercado y ser nuestros aliados para promover nuestra cerveza. En este medio nos brindaron información completa sobre los pasos a seguir para ser parte de su familia.

c) Aplicación de la Medios

Para la el contacto telefónico se hizo con el señor Brian Murphy quien nos subministro la información del distribuidor específico con el que tiene alianza para tener cobertura en la zona de Boston en cuando a la distribuidora Massachusetts Beverage Alliance.

En cuando a Whole Foods nos comunicamos con la señora Marybeth Agee quien nos brindó la información de cómo ser parte de su gran “familia” como lo llaman con nuestro producto.

Ambos proveedores se encuentran en el estado de Massachusetts en Estados Unidos. Esto fue realizado el día viernes 30 de Agosto de 2013

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Tabla 5. Mercado Distribuidor.

CONTACTO	COMISIONES, PRECIOS, FORMA DE PAGO	DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>Bryan Murphy Director of Sales and Marketing Massachusetts Beverage Alliance LLC 89 Teed Drive Randolph, Ma 02368 617-701-6238</p>	<p>Para la forma de pago con este proveedor se puede ser por medio de crédito toda vez que se puedan verificar la información con otros proveedores que tengamos y sea confiable.</p>	<p>Ser unos productores de cerveza con poca experiencia y llegar al mercado con un producto tan arriesgado siendo diferente a lo que están acostumbrados a promover.</p>	<p>Estaremos con la única distribuidora que maneja todo el mercado de un estado la cual brinda confiabilidad, seguridad y garantías en cuando a la distribución física de CONSOLATOR en la ciudad de Boston y en el futuro en todo el estado de Massachusetts.</p>
<p>Marybeth Agee Wholes Food Market 125 Cambridge Park Drive Cambridge, MA 617.492.5500 617.492.5510 fax</p>	<p>No suministraron esta información</p>	<p>Los obstáculos que el mismo distribuidor pone para entrar a su mercado como vendedores y proveedores de ellos.</p>	<p>Ser reconocidos como una cerveza medicinal que puede brindarles beneficios a los clientes de Whole Foods Market.</p>

4.6.3 Manejo de Inventarios

Inicialmente el mercado a abastecer es de un aproximado de doce mil personas sin embargo poseemos una cantidad mayor para la cobertura de nuestro mercado internacional puesto que ya estaremos posesionados en el mercado nacional y así mismo ambos mercados será abastecidos simultáneamente.

Para el inventario debemos tener en cuenta los tiempos de procesamiento de la cerveza, fecha de vencimiento, y producción del mismo. Creando un cuello botella puesto que si no somos precisos y consistentes en nuestra cadena logística esta se puede romper generando mayores costos de producción, almacenamiento y pérdida de nuestros clientes. Inicialmente para el primer mes tendremos un stock para el mercado internacional de casi cinco mil unidades más donde en caso de estas no ser enviadas a nuestros distribuidores en Boston se tomara la alternativa de aumentar las ventas con estas unidades que estarán en stock.

Sin embargo, nuestro principal objetivo será mantener el número mínimo de stock es decir lo que deseamos es que toda nuestra producción este en un Throughput continuo, conservando una capacidad ociosa en a planta del 20% de tal manera que cuando aumenten los pedidos según la demanda de estos sea posible el abastecimiento a los mercados que se necesiten.

4.6.4 Comunicación

- **Nombres comerciales.**
 - Consolator Orozuz - Consolator Aloe
 - Consolator Jengibre - Consolator Caléndula
- Los productos de ENJOYABLE DRINKS vendrán en una presentación muy llamativa desde su envase por tener una etiqueta que expresa emociones saludables, cada una de las presentaciones tendrá un color diferenciador:

Consolator Orozuz



- Etiqueta en color rojo porque representa la planta en su desarrollo total.

Consolator Jengibre



- Etiqueta en color café claro porque es el color del jengibre además este color expresa estabilidad y es lo que queremos lograr con el sistema digestivo de los consumidores.

Consolator Aloe



- Etiqueta de color verde gracias a su origen de la planta de sábila que es donde se extrae el aloe vera.

Consolator Caléndula



- Etiqueta de color naranja porque la planta de caléndula se encuentra dentro de la gama de colores cálidos pasando por varias etapas desde amarillo hasta anaranjado.

- El nombre de nuestra empresa es **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** ya que va en una dirección exacta a lo que pretenden nuestras bebidas transmitirle a los consumidores, un disfrute al momento de tomar alguna de las 4 presentaciones que estarán en el mercado.

Decidimos crear nuestra empresa sobre las siglas S.A.S porque pretendemos acogernos a los beneficios tributarios que entrega el gobierno con respecto al no pago de los para fiscales el primer año de conformación, y un aumento paulatino de este pago año tras año, aplicadas bajo las normas de una sociedad anónima, el objeto social es indeterminado lo que le facilita a la empresa a incursionar en otros campos comerciales a futuro, la formación del capital social y las acciones son de un mínimo de \$1.300.000 y es constituida en un mínimo de 24 horas.

- **ENJOYABLE DRINKS.**

Nuestro logo está compuesto por una línea que representa vitalidad con picos de signos de vida y un corazón en el medio que refleja la intención de ENJOYABLE DRINKS de ofrecer en sus bebidas compuestos que favorezcan al sistema digestivo de los consumidores ofreciéndoles equilibrio para todo su organismo, la letra que componen la palabra ENJOYABLE DRINKS es en letra script con espacios entre letra y letra lo que le hace muy leíble para los clientes.

Nuestro slogan es LIFE LINE ya que para nuestro objeto comercial es reintegrar a personas que por algunas restricciones medicas no pueden consumir alcohol, pero con las propuestas con las que llegaremos al mercado llevaremos no solo a estas personas sino también a los demás consumidores que deseen consumir cerveza sin alcohol en una línea de vida que le garantice calidad, frescura, sabor y salud con las diferentes **CONSOLATOR** que les ofrecemos. (Ver fig. 2)

Figura 2. Logo de la Compañía.



4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Los medios por los cuales vamos a hacer llegar la cerveza **CONSOLATOR** será a través de nuestro distribuidor principal en estados unidos, quienes nos apoyaran en los procesos de promoción y publicidad el costo de esto será de 7% sobre el porcentaje de ventas; por medio de su página web que mes a mes estará colgando información de nuestros productos, otro de los principales medios de comunicación serán ferias locales en donde podremos exponer nuestros productos y resaltar todos sus valores agregados diferenciadores a los que están en el mercado actualmente, buscaremos pautar en estaciones radiales locales que nos ayude a difundir de una manera rápida y segura el mensaje de salud alternativa y atractiva con nuestra cerveza **CONSOLATOR**. En las zonas rosa donde se concentran la mayor parte de las personas

comprendidas entre los 18 a los 65 años repartiendo muestras gratis, así mismo como en las afueras de los estadios de la ciudad, ya que es por tradición norteamericana acompañar a sus equipos favoritos en el campo de juego, y también redes sociales, lo que nos permitirá atender y transmitir el mensaje de **ENJOYABLE DRINKS S.A.S.**

4.7 Precios de los Productos

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

Tabla 6. Determinación de los Precios.

COMPETENCIA	CALIDAD	VALOR AGREGADO	DISTRIBUCION
Establecer precios muy asequibles a los consumidores puesto que nuestros precios no deben ser elevados en comparación a las otras cervezas o desaparecemos del mercado.	Competidores de una muy alta trayectoria que tienen sus estándares de producción en el punto más alto para optimizar recursos y tiempo.	Para nuestros competidores que son muy caracterizados en un mercado selectivo, es de destaca nuestro valor agregado en diversidad de producto innovadores al ofrecer cervezas medicinales con características únicas que brindan beneficios a aquellos con problemas gastrointestinales, dándonos la oportunidad de atender un mercado no explorado por los competidores.	El precio de los productos de la competencia pueden ser más económicos que los nuestros ya que ellos hacen la elaboración de la cerveza en Estados Unidos; lo que les ahorra: fletes internacionales, aranceles, tiempos y trayectos, nacionalización, comisión por parte de intermediarios y demás factores que afectan de forma directa el precio de nuestra cerveza generándonos menor rentabilidad.
Plantas de producción ubicadas en Estados Unidos.	Materias primas seleccionadas y frescas usadas para la producción.		
Plantas de producción tecnificadas y de gran capacidad.			

4.8.1 Los Precios de los Productos propuestos

Ilustración 3 Costos De Exportación

UNIDADES	12.000			
TRM	1.883,65			
CONCEPTO	VALOR COP	VALOR USD	VALOR UNIDAD COP	VALOR UNIDAD USD
Producto Terminado	\$ 42.180.000	\$ 22.392,70	\$ 3.515	\$ 1,87
Embalaje	\$ 2.469	\$ 1,31	\$ 19	\$ 0,01
Paletizado	\$ 17	\$ 0,01	\$ 2	\$ 0,00
EXW	\$ 42.182.487	\$ 22.394,02	\$ 3.537	\$ 1,87
Transporte Interno	\$ 1.300.000	\$ 690,15	\$ 108	\$ 0,06
Seguro Interno	\$ 139.144	\$ 73,87	\$ 12	\$ 0,01
Intermediación Aduanera (Min)	\$ 240.000	\$ 127,41	\$ 20	\$ 0,01
Declaración de Importación	\$ 20.000	\$ 10,62	\$ 2	\$ 0,00
Certificado de Origen	\$ 20.000	\$ 10,62	\$ 2	\$ 0,00
Servicio De Canales Dedicados DIAN	\$ 15.000	\$ 7,96	\$ 1	\$ 0,00
Gastos Varios	\$ 60.000	\$ 31,85	\$ 5	\$ 0,00
FOB	\$ 43.976.631	\$ 23.346	\$ 3.665	\$ 1,95
Transporte Internacional	\$ 791.133	\$ 420,00	\$ 65,93	\$ 0,04
Consolidación	\$ 237.340	\$ 126,00	\$ 19,78	\$ 0,01
Mounting	\$ 46.149	\$ 24,50	\$ 3,85	\$ 0,00
BL	\$ 84.764	\$ 45,00	\$ 7,06	\$ 0,00
Handling Charge	\$ 113.019	\$ 60,00	\$ 9,42	\$ 0,01
CFR	\$ 45.249.036	\$ 24.022	\$ 3.771	\$ 2,00
Seguro Internacional	\$ 144.797	\$ 76,87	\$ 12,07	\$ 0,01
CIF	\$ 45.393.833	\$ 24.099	\$ 3.783	\$ 2,01
TOTAL COSTOS DE EXPORTACIÓN POR UNIDAD			267,82	

Para ver como se halló el costo de exportación por unidad tenemos los siguientes anexos:

[Anexo 2. Costos De Exportación X Unidad](#)

[Anexo 3. Cotización Transporte Terrestre](#)

[Anexo 4. Cotización Transporte Maritimo LCL Cartagena - Miami](#)

Tabla 7 Precios De Los Productos

Mercado	Tiendas, Supermercados	Bares, Tabernas, Discotecas
Nacional	Los precios oscilan entre \$5.000 para los estratos 1, 2,3. \$8.000 para los estratos 4,5,6	Para estos establecimientos será de \$5.000 y \$8.000
Internacional	Los precios estarán entre \$8USD.	Los precios estarán entre \$8USD y \$9USD.

4.8.2 Política de Precios

Como estrategia para penetrar los mercados nacionales como los internacionales **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** hará despachos masivos a todos los puntos de venta ya antes especificados, con facilidades de pago como 75% del valor total de la mercancía al momento de la entrega del pedido y el 25% restante daremos un plazo máximo de 30 días calendario, permitiéndole a nuestros socios estratégicos tener mayor oportunidad de hacer oscilar el flujo de caja a su favor y a nosotros el poder ofrecerle a nuestros puntos de distribución oportunidades de negocio y crédito, esto en el ámbito nacional ya que contamos con mayor accesibilidad a ellos; SI LAS COMPRAS SE REALIZARAN A CREDITO, LOS COMPRADORES DEBERAN HACER PEDIDOS POR UN MONTO MAYOR A 30.000 UNIDADES AL MES PARA OBTENER UN DESCUENTO DEL 15% y para nuestros socios estratégicos en Estados Unidos, les ofreceremos un crédito muy asequible tanto para ellos como para nosotros puesto que el monto del crédito está basado en el volumen del pedido de compra, es decir: nuestro centro de distribución internacional estará solo autorizado para hacer despachos por pedidos superior a las 7.000 unidades, la cual será la cuota mínima de compra para nuestro importador Whole Foods y MBA (Massachusetts Beverage Alliance) para garantizarles un precio base de liquidación de \$ 7.50.00 USD con un pago de contado, y si el pago llegase a ser a crédito máximo de 2 cuotas en un periodo no mayor a 60 días calendario, se le garantizara un valor base de \$7.00.00 USD.

Todos los pagos serán realizados a través de consignación bancaria en BANCOLOMBIA, y las transacciones internacionales de igual modo. NOTA: los gastos de comisión por parte del IMC estarán cargados a la factura de compra si el pedido es inferior a las 7.000 UNIDADES

4.9 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 7. Costos Asociados a la Operación.

Personal Ventas	Gastos Transporte	Empaque
<p>Para esta área necesitaremos un jefe de ventas 2'000.000 y un asistente 1'000.000 a su disposición ya según la demanda de nuestros pedidos se contrataran más personas.</p>	<p>Para la distribución del producto tanto nacional como internacional se hará la tercerización de este. En la parte nacional se contratara los camiones de TCC para hacer dicha distribución.</p> <p>Costos CIF \$48.906.168 Total USD 25.964 \$4076 Por Unidad USD 2.16</p>	<p>Empaque de Exportación:</p>  <p>Empaque distribución nacional:</p> 

4.10 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos

- Los riesgos de mercado se centran en el rechazo hacia el consumo de una cerveza sin alcohol, puesto que el mayor atractivo de la cerveza tradicional es este componente, por lo tanto la iniciativa a probar este tipo de productos resulta mucho más difícil que una nueva cerveza con mayor grados de alcohol.
- **CONSOLATOR**, es una cerveza con numerosos beneficios para el consumidor y en este se centra su objetivo principal, pero el riesgo aparece cuando las personas que no sienten algún tipo de malestar o alguna enfermedad les ataque, no sientan interés por este producto.
- Un riesgo que rodea a **CONSOLATOR**, está asociado con el hecho de que las personas que comiencen a consumir este producto, no sientan alguna mejoría o protección de su sistema digestivo, cardiovascular y/o renal, y decidan suspender su consumo.
- Este riesgo se deriva del mencionado anteriormente, puesto que el hecho de que aquellas personas decidan suspender el consumo de **CONSOLATOR**, traerá consigo un riesgo reputacional que derivará en una oleada de críticas, y pésimas referencias al producto, lo que reducirá el nicho de mercado.
- **CONSOLATOR**, tiene un riesgo que corresponde a los mercados de cerveza sin alcohol ya posicionados, debido a que son marcas ya reconocidas y comprobadas por muchos

consumidores, por lo que nuestro producto necesitaría un impulso muy grande para convencer y generar confianza en el mercado.

- Consideramos un riesgo de mercado, el hecho de que la producción, abastecimiento y comercialización sea mayor en otras empresas cuyo objeto social se basa en la cerveza sin alcohol.

Oportunidades

- **CONSOLATOR** generaría intriga al consumidor, lo que lo incitaría a descubrir su sabor y sus propiedades medicinales.
- El hecho de ser una cerveza no tradicional y sin alcohol, lo convierte en un producto exótico, lo cual genera incertidumbre en el consumidor que recurre al producto con la idea de no embriagarse, ya sea por decisión propia de no consumir alcohol, o por situaciones en donde las personas no pueden hacerlo, como es el caso de los conductores elegidos, personas de seguridad, entre otras.
- Actualmente nos encontramos en un mundo más superficial, donde el verse bien y estar bien son esenciales en la vida cotidiana; esto genera expectativas en los consumidores que siempre están en la búsqueda de un producto que cumpla sus requisitos y se adapte plenamente a sus necesidades, por este motivo **CONSOLATOR** tiene la oportunidad de ser descubierto por aquellos clientes y posicionarse gracias a su calidad, beneficios, valor agregado y precio.
- La cerveza sin alcohol no genera consecuencias perjudiciales para la salud, por lo que la diversidad de marcas que actualmente se encuentran en el mercado, crecen en proporción a la demanda y es aquí cuando **CONSOLATOR**, se convierte en un jugador estratégico y su éxito depende de la excelente planeación y gestión estratégica que se realice a los productos.
- El 15% de la población de Boston no consume bebidas alcohólicas, por lo que vemos en este porcentaje, una oportunidad para direccionar nuestro producto hacia este mercado, abarcando como mínimo una quinta parte del mismo.
- Una oportunidad de mercado en correlación con **CONSOLATOR**, es la expansión que podemos lograr a otros estados de Estados Unidos, luego de haber conquistado las ciudades de Colombia. Esta expansión está directamente relacionada con el consumo responsable, siendo este producto una alternativa para quienes no deseen ingerir alcohol por temas de salud, conducción de vehículos, entre otras razones.

4.11 Plan de ventas

El objetivo es lograr un crecimiento continuo en las ventas de **CONSOLATOR** tanto en el territorio nacional, como para el territorio internacional, destinando una capacidad de abastecimiento nacional en el área metropolitana del valle de aburra con una proyección anual de

720.000 unidades en el corto plazo, para el mediano plazo en donde pretendemos tener una participación en el mercado en las diferentes ciudades de la región andina y región caribe con un máximo de 1.440.000 unidades al año, y para el largo plazo en nuestro proyecto de expansión hacia Estados Unidos en la ciudad de Boston con un total de 144.000 unidades, para tener un total de producción anual al finalizar nuestro plan estratégico en objetivos de corto, mediano y largo plazo de 2.304.000 unidades. Para cumplir esta meta los distribuidores se plantearán las siguientes estrategias tanto nacional como internacionalmente:

- Por medio de stands visitar centros comerciales de la ciudad de Medellín para dar a conocer **CONSOLATOR** a los diferentes públicos que frecuentan estos lugares.
- Tener presencia en los diferentes eventos deportivos tanto como patrocinadores como acompañantes y hacerles ver a los deportistas que **CONSOLATOR** es una opción saludable.
- Visitar las diferentes universidades de la ciudad de Medellín y la ciudad de Boston para hacer que los jóvenes se concienticen acerca de su salud y de tener buenos hábitos alimenticios y protejan su sistema digestivo.
- Participación en los diferentes eventos culturales de las ciudades ofreciendo **CONSOLATOR** en sus diferentes presentaciones.
- Llegar con nuestros stands a las tiendas orgánicas de la ciudad de Boston por medio de muestras gratis, para que las personas conozcan sus cualidades medicinales.
- Mostrar **CONSOLATOR** al público por medio de publicidad masiva que incluya vallas publicitarias, redes sociales, pautas radiales y también en televisión nacional, para lograr una aceptación y recordación de **CONSOLATOR** como una cerveza única, exclusiva y exquisita.

El costo estimado que nuestro distribuidor nacional cobrara por la publicidad, mercadeo, promoción y distribución de las cuatro líneas de **CONSOLATOR** es de 5% sobre las ventas de la cerveza.

Para la ciudad de Boston nuestros distribuidores Massachusetts Beverage Alliance y Whole Food tendrán un porcentaje por publicidad, mercadeo, promoción y exhibir la cerveza en sus puntos de venta de un 7%

A partir de tener nuestros mercados ya totalmente ganados y estables con las proyecciones de venta, crecimiento y expansión a corto, mediano, y largo plazo tanto nacional como internacionalmente, estimamos un crecimiento anual en nuestras ventas en un 5%, en cada uno de los mercados que abarca **ENJOYABLE DRINKS S.A.S** con sus cuatro líneas de cervezas de **CONSOLATOR**. Para hacer un total de crecimiento en todos nuestros mercados de 15% anual. El valor de aumento en el producto anual será de \$100, considerando el aumento al salario mínimo mensual vigente en Colombia y el alza de los precios debido a la inflación.

ENJOYABLE DRINKS S.A.S dentro de su análisis de ventas podría soportar un declive de estas hasta un 30%, haciendo que la industria sea muy rentable y favorable para nosotros como empresa.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Corto Plazo

- Pretendemos que los estándares de producción sean en picos de efectividad que se vea cuantificados en no tener un stock, aumentando la circulación de CONSOLATOR en el mercado de la ciudad de Medellín así reduciendo costos, y desperdicios; generando un balance entre el flujo de producto con la demanda del mercado, de esta manera será de mayor facilidad para nosotros como empresa identificar los cuellos botella que se presenten dentro de los procesos. Y como consecuencia generar un Throughput continuo.
- Siempre ofrecer productos frescos y saludables, una cerveza con finas plantas seleccionadas para el beneficio del consumidor final. ENJOYABLE DRINKS garantizara que en los procesos de producción cualquiera de las cuatro líneas que tiene CONSOLATOR la promesa de venta se cumplirá.

Mediano Plazo

- Una vez identificada la demanda de CONSOLATOR en el mercado nacional, debemos mantener nuestro flujo de producto en un balance acorde a dicha esta. Disminuir los cuellos botella y abastecer con nuestra cerveza las necesidades de nuestros consumidores en los lugares de Colombia los cuales nuestros distribuidores la llevaran.
- Afianzar en nuestros consumidores nacionales la promesa de venta que otorga CONSOLATOR en sus procesos de producción garantizando la calidad y beneficios de sus ingredientes; formando una cadena de recomendación por medio del voz a voz y así la expansión internacional de nuestra cerveza.

Largo Plazo

- Adquirir maquinas que nos permitan la tecnificación para obtener una certificación internacional y competir con las cerveceras más grandes a nivel mundial, optimizando así mismo la cadena logística de producción que se ver representado en mayor número de utilidades.
- Certificación y evaluación por parte de la Federación Médica Colombiana. Con este reconocimiento seremos la cerveza única en Colombia con dicho estándar.

5.2 Descripción del proceso de producción

Tabla 8. Proceso de Producción.

	ÍTEM	PROCESO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	RECURSOS MATERIALES
1	Agua	Filtración	Vertimiento del agua	24 horas antes	Olla de almacenamiento
2	Malta	Limpieza Molido Tamizado Mezcla con agua hervir Revolver	El transporte de un proceso a otro se hace por medio filtraciones a una olla de movilización, Durante la mezcla con agua es a una temperatura de 75° C.	3 Horas	Olla de almacenamiento Maquina De moler Filtros Olla de movilización Olla de mezclas Horno olla de movilización
3	Lúpulo	Lúpulado	Mientras esta en el proceso de cocción de la malta se mezcla con lúpulo el cual estaba almacenado después de su limpieza para darle a la cerveza el amargo y el aroma.	1 Hora	Olla de movilización Olla de almacenamiento
4	Adjuntos	Mezcla	Se adiciona nuestro diferenciador, el extracto de las plantas medicinales (orozuz, Jengibre, Aloe, Caléndula).	1 hora	Olla de mezclas
5	Levadura	Enfriado Mezcla Fermentación	La mezcla se debe llevar a una temperatura de 20°C, y es ahí donde se adiciona la levadura la cual nos proporciona la fermentación y es aquí donde los azucres se transforman en alcohol y gas se deja en un ambiente fresco y oscuro para disminuir su densidad.	3-5 Días	Refrigeradores Olla de Mezclas Tanque De almacenamiento
6	Refinación	Maduración	Luego de los días de fermentación se deposita en los refrigeradores para que por efecto del tiempo y del frío, el sabor y el aroma se refinan y cree un equilibrio muy estable de color, olor y sabor.	7-10 Días	Refrigeradores filtros Tanque de almacenamiento
7	Destilación	Filtración Limpieza	La cerveza se filtra eliminando hasta el máximo las materias insolubles, como levadura o proteínas coaguladas que puedan contener.	2-3 Horas	Filtros Tanques de almacenamiento
8	Finalización	Embotellado Etiquetado Almacenado	Después de tener la cerveza ya limpia y lista pasamos a depositarla en los envases, comenzamos filtrando la cerveza para que deposite 355 Ml por envase, de ahí se pasa a la maquina de tapado para sellar la cerveza y almacenarla en las cajas respectivas para su distribución	1-2 Horas	Filtros Tanque de almacenamiento Maquina de tapado Imprenta de etiquetas Cajas de almacenamiento y distribución.

5.3 Capacidad de producción

La capacidad estimada de ENJOYABLE DRINKS para producir la cerveza CONSOLATOR en sus cuatro líneas es cuantificada de la siguiente manera:

Corto Plazo

Tabla 9. Capacidad de Producción CP.

Mercado	Capacidad Producción Anual (unidades)
Medellín y Zonas de Influencia	864.000

Mediano Plazo

Tabla 10. Capacidad de Producción MP.

Mercado	Capacidad de Producción Anual (unidades)
Medellín y Zonas de Influencia	864.000
Nacional (Región Andina, Región Caribe)	1.728.000
Total	2.592.000

Largo Plazo

Tabla 11. Capacidad de Producción LP.

Mercado	Cantidades producidas anualmente (unidades)
Medellín y Zonas de Influencia	864.000
Nacional (Región Andina, Región Caribe)	1.728.000
Boston, Massachusetts	172.800
Total	2.764.800

Para nuestra capacidad de producción se tuvo en cuenta un 20% de capacidad ociosa en caso de un aumento en ventas según el crecimiento de la demanda durante el año para cada uno de los mercados a cubrir por ENJOYABLE DRINKS.

A un término de cinco años nuestra meta es disminuir los costos de producción en 15% puesto que al producir mayores unidades de CONSOLATOR unificaremos la producción y haremos procesos más estandarizados y con mayor tecnología para esto.

5.4 Plan de Producción

Corto Plazo:

Tabla 12. Plan de Producción CP.

Mercado	Cantidades producidas anualmente
Medellín y Zonas de Influencia	720.000

Mediano Plazo:

Tabla 13. Plan de Producción MP.

Mercado	Cantidades producidas anualmente (unidades)
Medellín y Zonas de Influencia	720.000
Nacional (Región Andina, Región Caribe)	1.440.000
Total	2.160.000

Largo Plazo:

Tabla 14. Plan de Producción LP.

Mercado	Cantidades producidas anualmente (unidades)
Medellín y Zonas de Influencia	720.000
Nacional (Región Andina, Región Caribe)	1.440.000

Boston, Massachusetts	144.000
Total	2.304..000

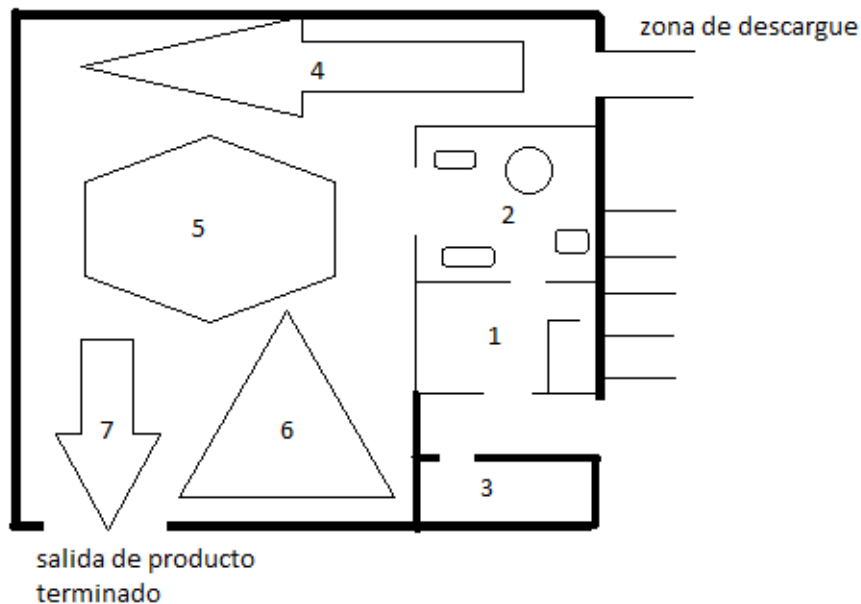
*Nota: Es importante resaltar que las cantidades de cada producto no las vemos consideradas todavía puesto que la preferencia de sabores de CONSOLATOR no la determinamos nosotros si no nuestros consumidores. Creando así fluctuaciones en cantidades de cada una de las cuatro líneas creadas. Se espera que las cantidades sean todas iguales de cada producto al momento de entregárselas a nuestros distribuidores.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

La planta de producción de Enjoyable Drinks S.A.S estará ubicada en el municipio de Barbosa Antioquia en 180 mt^2 en donde se encontraran las oficinas administrativas, recepción y planta de producción distribuidas de la siguiente manera:

Figura 3. Áreas de trabajo.



CONVENCIONES

- Sala de recepción y secretaria
- Oficina de gerencia y reuniones
- Archivo
- Almacenamiento de materia prima
- Cuarto de producción
- Almacenamiento de producto terminado
- Zona de cargue a camiones con producto terminado

La planta física en la que se encontrara la compañía serán en arriendo, el monto mensual de esta será de 3.500.000\$ (libres de administración).

Para garantizar una productividad y una eficiencia en nuestras operaciones se deberán hacer unas adecuaciones mínimas ya que la planta física cuenta con lo necesario para ejercer operaciones como lo es luz eléctrica, servicio de acueducto y redes de gas. Las únicas adecuaciones que deberías realizar serían las divisiones de los diferentes espacios necesarios para realizar dichas funciones asignadas.

- **SALA DE RECEPCIÓN Y SECRETARIADO.**

En esta sala necesitaremos un sofá para el personal que esté esperando ser atendido, una mesa y archivador de revistas, dispensador de agua y/o café, para la secretaria un módulo de división adecuado con todos los implementos de uso (computador, PBX, impresora, diadema telefónica, implementos de papelería en general, silla), se adecuara un televisor en que constante mente pasaremos políticas de cálida de la empresa, misión, visión, socios estratégicos y proyectos futuros de la compañía.

- **SALA DE GERENCIA Y REUNIONES.**

Dispondremos de una mesa circular en la que constantemente revisaremos procesos y demás temas a tratar dentro de la compañía 6 sillas, un telón y un video beam para proyectar presentaciones a la junta directiva, 3 escritorios para los 3 socios del proyecto y tres computadores para el uso de las diferentes funciones década uno de ellos.

- **ARCHIVO.**

Con material MDF aremos una división de este espacio para que el cuarto tenga intendencia del pasillo.

- **ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA.**

Adecuaremos este espacio con estanterías para optimizar espacios al igual que pallets en donde pondremos insumos de gran volumen.

- **ÁREA DE PRODUCCIÓN.**

Para este espacio no necesitaremos mayor adecuaciones, ya que espacio que dispondremos no requiere de sub-divisiones, necesitaremos adicionar algunas llaves para acueducto ya que los procesos de producción de la cerveza es con abundante agua.

- **ZONA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO.**

Al igual que el área de materia prima, dispondremos de estanterías en donde ubicaremos las cajas de cerveza lista para el cargue al camión que las transportara hacia los diferentes puntos de distribución.

- **ZONA DE CARGUE DE PRODUCTO TERMINADO.**

No necesitamos de ninguna adecuación para el ingreso del camión.

Las divisiones, estarán a cargo por la empresa NIME LTDA. Ubicada en la ciudad de Bogotá, las adecuaciones serian.

- Un divisor para el área de recepción, el espacio adecuado para el área de archivo, así como los módulos de trabajo tanto en recepción como los 3 módulos de oficina de gerencia.
- El módulo de recepción será el RECEPCIÓN DOBLE EN FORMICA Y PAÑO con un valor de 420.00 \$.
- El divisor para el archivador será el de referencia DIVISIONES DE OFINA LLENO Y MIXTO con valor de 130.00 m2.
- Los 3 módulos divisores para gerencia serán los de referencia GERENCIA EXTREMO EN “P” cada uno de ellos con un valor de 235.900 \$.
- Las cotizaciones fueron brindadas por la misma empresa que se encargara de hacer las adecuaciones e instalaciones NIME LTDA.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 15. Maquinaria, Equipos, Muebles y Enseres.

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	VALOR
Licuadoras industriales de 30 libras	Esta es para el proceso de trituración de la cebada	10	moproal	600.000\$
Coladores industriales	Este es para quitar el exceso de harina que queda de la trituración de la cebada	10	joserrago	55.000\$
Ollas calderas	Esta es para calentar el agua a una temperatura de 67 grados centígrados	10	joserragos	930.000\$
Canecas industriales	Estas son usadas para almacenar las semillas molidas para posteriormente verterlas en la hoyo industrial	10	reenvasar	145.000\$
Cucharones industriales de 30 onza (885 ml)	Estos son usados para revolver las semillas con el agua caliente	10	comercial maquet	110.000\$
Olla industrial	En donde herviremos el liquido	10	joserragos	500.000\$
Tanques industriales de 208 lts c/u	Estos son usados para almacenar el	10		

	fluido y obtener una fermentación		mercado libre	1.110.000\$
Cucharones para agregar la levadura	Procesos que ayuda a la fermentación con la levadura	10	extra	35.000\$
Airlock	Este sirve para dejar salir y prevenir que ingrese el co2 del fermentador	10	alibaba	1.090.850 \$
Taponadora	Esta es la palanca que se usa para sellar las tapas de las botellas	10	alibaba.com	364.000
Uña para transportar insumos	Usado para transportar de un lado a otro las ollas y botellas previamente desinfectadas	6	Alibaba.com	180.000 \$
Embotellador pequeño	Es por donde pasa el líquido para llenar las botellas de cerveza	1	alibaba.com	27.372.262
Etiquetadora				

Nuestros proveedores aparte de ofrecernos los productos fundamentales para iniciar producción adicionalmente nos brindan instalación, acompañamiento y garantía.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 16. Materiales e Insumos.

Debido a que estos insumos varían de acuerdo a la oferta y demanda que exista en el mercado son susceptibles a alzas o bajas en los precios de venta que el proveedor nos ofrezca. Estimamos una alza mensual en los productos de un 1.5% o que estos puedan presentar una baja del 1%.

	Ítem	Cantidad	Proveedor	Precio	Cantidad de pedido	Precio total	Tiempo
1	Malta	1 Kilo	Coopers	4.500	150 Kilos	675.000	Semanalmente
2	Lúpulo	50 Gr	Coopers	5.500	150 Kilos	825.000	Semanalmente
3	Levadura	1 unidad	Coopers	8.500	50 unidades	425.000	Semanalmente
4	Orozuz	1 kilo	Placita de Flores	2.000	100 kilos	200.000	Quincenalmente
5	Jengibre	1 kilo	Connplants	4.500	100 Kilos	450.000	Quincenalmente
6	Aloe	Bot 6000mL	Biorganic life	35.000	50 unidades	1.750.000	Quincenalmente
7	Caléndula	1 kilo	Connplants	14.000	100 kilos	1.400.000	Quincenalmente
						5.725.000	

Aquí se pueden observar los precios actuales según la tabla arriba.

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 17. Requerimientos de Servicios.

SERVICIO REQUERIDO	PROVEEDOR	DESCRIPCION Y COSTO MENSUAL
Circuito cerrado de vigilancia a las maquinas	Se obtendría por medio de página de internet www.economizadores.net	Utilizaríamos cámaras tipo IP para tener mayor observación de los procesos que se realizan en la planta durante el proceso de producción de CONSOLATOR. El valor por cámara oscila entre los \$ 450.000 y \$550.000 COP.
Seguro para la maquinaria	Seguros Bolívar	Debemos asegurar nuestra maquinaria en caso de algún accidente o calamidad como incendio, robo o algún percance que se pueda presentar durante los procesos de producción. \$80.000.000
Energía, Gas, Agua	EPM	Para nuestros procesos es indispensable la energía, así que este es un importante servicio a utilizar si esto no tenemos producción. Como EPM como única empresa que presta estos servicios se toma un conjunto como son agua y gas también. Energía \$ 2.000.000 (70% Producción \$1.400.000 y 30% Administrativo \$600.000) Gas \$ 300.000 (100% producción) Agua \$ 2.500.000 (90% Producción 2.250.000 y 10% Administrativo \$250.000)
Telefonía e Internet	UNE	Para el funcionamiento de las cámaras y para vigilar es importante el internet. Al igual se toma un paquete integral de Internet y Telefonía ya que las líneas telefónicas las usaremos en el proceso administrativo e incluso para comunicarnos durante los procesos de producción. Telefonía e internet (\$570.000)-Mantenimiento línea PBX \$150.000

5.5.5 Requerimientos de personal.

Tabla 18. Requerimientos de Personal.

CARGO	PERFIL DEL ASPIRANTE	NECESIDADES DE CAPACIDADES	SALARIO DEL ASPIRANTE	PRESTACIONES SOCIALES	TIEMPO LABORAL
SECRETARIA	La persona que aspire a este cargo deberá tener estudios relacionados al área, no es necesario tener experiencia	Una persona muy proactiva, responsable y que sepa trabajar bajo presión, se le capacitará sobre temas ligados a la empresa y sus funciones específicas.	800.000	Todas las relacionadas a un contrato laboral legal	El horario laboral para este cargo es de 7:00 am a 6:00 pm Se destinara una hora de almuerzo y 45 minutos para que se distribuyan entre desayuno y tiempo para snacks
INGENIERO QUIMICO	El aspirante a este cargo deberá ser un profesional en el área con certificación laboral,	El ingeniero químico de producción deberá ser un hábil conocedor del majeo de los componentes relacionados al área de elaboración de cerveza, así como maquinaria y tiempos de fermentación	2.500.000	Todas las relacionadas a un contrato laboral legal	La persona que obtenga el puesto deberá tener experiencia en el campo cervecero, como mínimo de 3 años. El tiempo laboral será de 7:30 am hasta las 5:30 pm.

MAQUINISTA	El aspirante a este cargo deberá tener amplio conocimiento y capacidad de reacción inmediata frente a cualquier falla mecánica que presente la embotelladora.	Amplio conocimiento sobre el manejo completo de la embotelladora. La persona que acepte el cargo deberá tener disposición extra laboral para atender cualquier falla que se presente en el momento que no este de turno	750.000	Todas las relacionadas a un contrato laboral legal	El horario laboral para este cargo es de 7:00 am a 6:00 pm Se destinara una hora de almuerzo y 45 minutos para que se distribuyan entre desayuno y tiempo para snacks.
PERSONAL DE ASEO	El aspirante a este cargo deberá ser una persona, muy responsable, discreta, atenta y servicial. Dentro de su hoja de vida deberá anexar 3 referencias personales que validen el conocimiento de esta persona y como mínimo de 2 empresas en las que trabajo.	El cumplimiento de las diferentes funciones serán expresadas en el contrato laboral	800.000	Todas las relacionadas a un contrato laboral legal	El horario laboral para este cargo es de 7:00 am a 6:00 pm Se destinara una hora de almuerzo y 45 minutos para que se distribuyan entre desayuno y tiempo para snacks.
Personal para el proceso de producción. 5 vacantes	Los aspirantes para este cargo deberán ser personas con conocimientos en el área de trabajo, con experiencia laboral de mínimo 3 años.	Se les dará una capacitación para que entren en la dirección y objetivos que a los que pretende llegar la compañía, así mismo como el transmitir todos los conocimientos que se puedan tener para hacer de la compañía una empresa cada vez más eficiente y productiva	800.000	Todas las relacionadas a un contrato laboral legal	El horario laboral para este cargo es de 7:00 am a 6:00 pm Se destinara una hora de almuerzo y 45 minutos para que se distribuyan entre desayuno y tiempo para snacks.
Personal de bodega 3 vacantes	Los aspirantes a este puesto deberán tener experiencia laboral de mínimo 1 año, con gran manejo de la distribución física y optimización de espacios	Se les capacitará constantemente a medida que cambien los procesos o se aumente la capacidad de producción, sobre ellos estará la responsabilidad del inventariado y stock.	800.000	Todas las relacionadas a un contrato laboral legal	El horario laboral para este cargo es de 7:00 am a 6:00 pm Se destinara una hora de almuerzo y 45 minutos para que se distribuyan entre desayuno y tiempo para snacks.

5.6 Programa de producción

Tabla 19. Programa de Producción.

FECHA DE INICIO	ENERO
FECHA DE TERMINACIÓN	SEPTIEMBRE
DURACIÓN DE LA ETAPA PREOPERATIVA	8 MESES

ACTIVIDAD	SEMANA																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1 Arrendamiento	■																													
1,1 Búsqueda de lugar	■	■																												
1,2 Contrato de arrendamiento			■																											
2 Acondicionamiento				■																										
2,1 Contratación de arquitecto				■																										
2,2 Diseño de planos				■	■	■	■																							
2,3 Contratación de constructora							■																							
3 Adecuaciones								■																						
3,1 Sala de recepción y secretaría								■	■	■																				
3,2 Oficina de gerencia y sala de reuniones								■	■	■																				
3,3 Almacenamiento de materia prima								■	■	■	■																			
3,4 Área de producción								■	■	■	■	■																		
3,5 Almacenamiento de producto terminado								■	■	■	■	■																		
3,6 Zona de cargue de camiones												■	■																	
4 Servicios públicos																■														
4,1 Contratación																■														
4,2 Instalación																	■													
5 Vigilancia																		■												
5,1 Contratación																		■												
5,2 Instalación alarmas																			■											
5,3 Circuito cerrado de televisión																				■										
6 Compras																														
6,1 Maquinaria																														
6,2 Materia prima																														
6,3 Equipos de cómputo																														
6,4 Muebles y enseres																														
6,5 Papelería																														
6,6 Elementos de aseo																														
6,7 Dispensadores de alimentos																														
7 Contratación de personal																														
7,1 Secretaria																														
7,2 Contador																														
7,3 Ingeniero químico																														
7,4 Maquinistas																														
7,5 Personal de aseo																														
7,6 Personal proceso de producción																														
7,7 Personal de bodega y despacho																														
7,8 Etiquetador																														
7,9 Gerencia administrativa																														
7,10 Gerencia de DFI																														
7,11 Gerencia de mercadeo nacional e internacional																														
8 Inicio de actividades																														

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Tabla 20. Procesos Administrativos.

PLANIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Como ha estado planteado en nuestros objetivos para marzo de del año 2015 Medellín tendrá en su mercado una nueva cerveza artesanal sin alcohol realizada a base de plantas medicinales que le traerá beneficios a la salud de sus consumidores. El nombre de la Cerveza es CONSOLATOR con sus cuatro líneas Orozuz, Jengibre, Aloe, Caléndula. - Para el 2017 seremos reconocidos en todo el territorio nacional y abasteceremos el mercado de las regiones andina y caribe en Colombia e iniciar investigación de mercado en la ciudad de Boston . - Para el 2019 incursionaremos en el mercado de la ciudad de Boston como una cerveza saludable y benéfica para todas las personas que desean tener un estilo de vida más saludable y aquellos que surgen de problemas gastro intestinales.
ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Para llevar acabo nuestra planeación tendremos una administración general, encargada de establecer metas e identificar las debilidades y fortalezas, establecer estándares y estar a cargo del personal. Un departamento de mercadeo y negociaciones internacionales, quienes se encargaran de la promoción y venta de CONSOLATOR en los mercados a los cuales deseamos llegar según nuestra planeación estratégica. Otros departamentos fundamentales son: el de Logística que se encargara del abastecimiento y distribución física de Consolator. El departamento de produccion quienes están a cargo de los procesos en las ollas etc., tiempos de fermentación para que Consolator tenga las características exactas que la diferenciaran de las demás cervezas.
DIRECCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Cada uno de los departamentos que posee ENJOYABLE DRINKS tendrá un gerente encargado el cual direccionara y guiara a las personas a su cargo para cumplir la promesa de venta establecida mes a mes desde la gerencia general. Cada uno de los empleados debe tener claro su función y la importancia de estar dentro de la organización y como el no llevarla a cabo adecuadamente puede causar desperdicio desgastes dentro de la cadena.
CONTROL	<ul style="list-style-type: none"> - Quincenalmente los gerentes de cada departamento se reunirán para determinar si se está cumpliendo la mea y establecer aquellas para el inicio del mes. Que capacitaciones son necesarias a los empleados para que los procesos se lleven de manera efectiva. - Promover una calificación mensual interna e incentivos a aquellos departamentos que obtengan mayor calificacion. - Tener un gestor de calidad externo para ir en vía de las certificaciones nacionales e internacionales.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

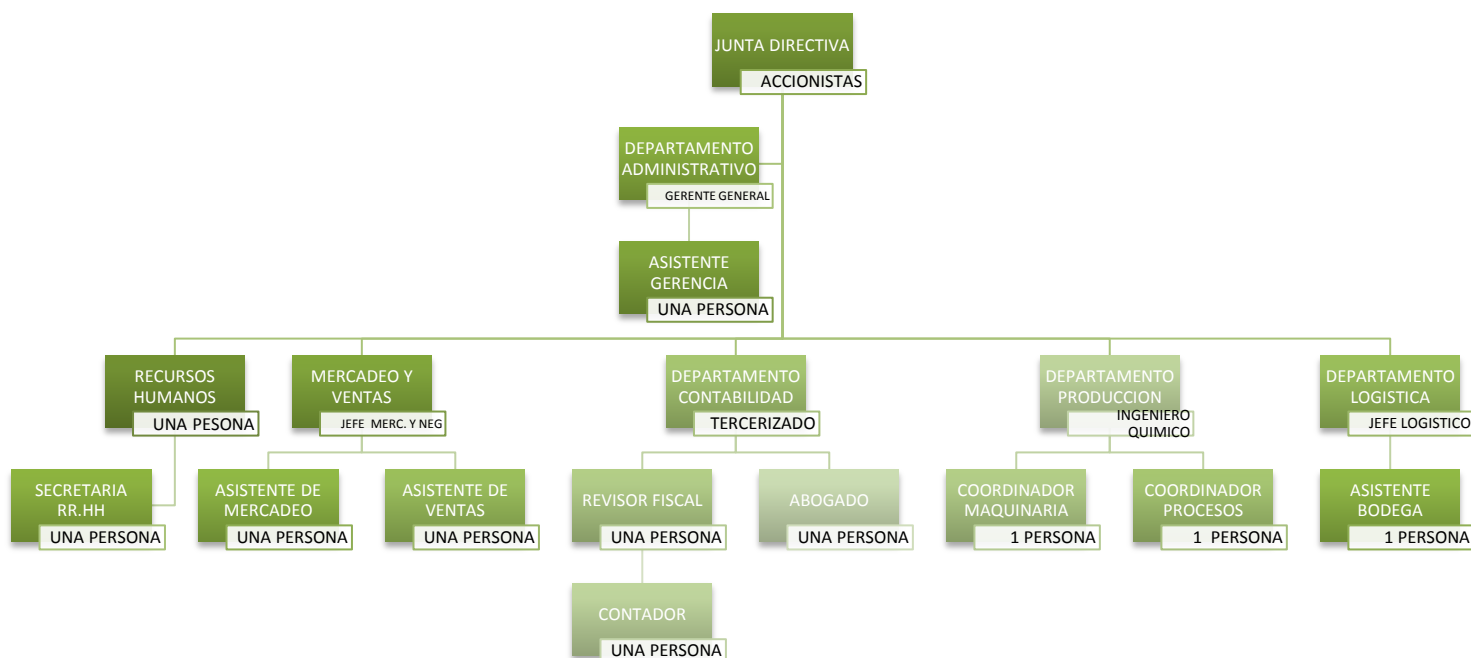
Tabla 21. Procesos Administrativos Externos.

PROVEEDOR	PROCESO	DESCRIPCIÓN SERVICIO
GRANT THORNTON FAST & ABS AUDITORES	Contabilidad, Asesoría Jurídica y Revisor Fiscal, Auditoria interna y externa.	<p>Esta empresa se encargara de llevar acabo el sistema contable de ENJOYABLE DRINKS, se encargaran de asignarnos un revisor fiscal y al igual nos proveerán información, asesoría y representación jurídica de la empresa en cuanto las contrataciones y normatividad en Colombia e internacional. Ellos serán los encargados de los procesos de auditorías para las certificaciones nacionales e internacionales.</p> <p>Costo mensual \$ 10.500.000</p>
TCC	Transporte Regional, urbano y nacional.	<p>Proveedor de transporte para entregas a clientes, para puertos y distribuidores.</p> <p>Sui costos varían dependiendo el destino por esto se adjunta tabla de fletes negociada y contratada exclusivamente.</p>

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Ilustración 4. Organigrama.



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Departamento Administrativo

- **Gerente General (Vanessa Restrepo):** Se encargara de la planeación estratégica de los procesos administrativos de la empresa. Velara porque se cumplan las metas que se plantearon a corto, mediano y largo plazo; que los procesos que se llevan a cabo en la planta sean los que están permitidos para operar.

Establecer las relaciones nacionales e internacionales con clientes y proveedores de **ENJOYABLE DRINKS**.

Recursos Humanos

- Se encargan de las contrataciones del personal, habilidades, actitudes y aptitudes para el desempeño de los diferentes cargos y perfiles que **ENJOYABLE DRINKS** como organización ofrece. También están encargados del bienestar de los empleados y que se sientan en un ambiente cómodo, saludable y agradable para el desempeño de sus labores diarias.

Departamento De Mercadeo Y Negociación

- **Gerente De Mercadeo Y Negociación (Sebastián Pineda):** Es el encargado del contacto y formas de promoción, canales de distribución de las cuatro líneas de **CONSOLATOR** con los distribuidores encargados. Se encarga de las ventas de las cervezas, maneras de pago, ingreso del dinero para que este después pueda ser contabilizado por nuestros aliados contratados para llevar la contabilidad de **ENJOYABLE DRINKS**.

Departamento De Producción

- **Ingeniero Químico:** Este es la persona que se encargara de la creación de los procesos para crear las cuatro líneas de **CONSOLATOR** con sus características únicas y con los beneficios que le prometemos a nuestros consumidores que tendrán. Coordinara las actividades de producción con los tiempos específicos para que las personas a su cargo trabajen según el proceso establecido.

Departamento De Logística

- **Gerente Logístico (Bryan Usma):** Estará a cargo de toda la cadena logística, distribución física y abastecimiento de productos. El determinara las rutas de transporte para el abastecimiento en nuestras zonas de cobertura tanto nacional en internacional. Los tiempos requeridos en cuanto al abastecimiento por parte de nuestros proveedores y las cantidades que son, y la calidad que es de nuestro producto final para la satisfacción de nuestros clientes y consumidores finales. Coordinara los tiempos acorde a la promesa de entrega que la empresa dará de acuerdo a las negociaciones que se logren.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

La planta de producción de Enjoyable Drinks S.A.S estará ubicada en el municipio de Barbosa Antioquia en 180 **mt**² en donde se encontraran las oficinas administrativas, recepción y planta de producción distribuidas de la siguiente manera:

Ver Anexo 2. Figura 4. Áreas de Trabajo.

- Sala de recepción y secretaria
- Oficina de gerencia y reuniones
- Archivo
- Almacenamiento de materia prima
- Cuarto de producción
- Almacenamiento de producto terminado
- Zona de cargue a camiones con producto terminado

La planta física en la que se encontrara la compañía serán en arriendo, el monto mensual de esta será de 3.500.000\$ (libres de administración).

Para garantizar una productividad y una eficiencia en nuestras operaciones se deberán hacer unas adecuaciones mínimas ya que la planta física cuenta con lo necesario para ejercer operaciones como lo es luz eléctrica, servicio de acueducto y redes de gas. Las únicas adecuaciones que deberías realizar serían las divisiones de los diferentes espacios necesarios para realizar dichas funciones asignadas.

- **SALA DE RECEPCIÓN Y SECRETARIADO.**

En esta sala necesitaremos un sofá para el personal que esté esperando ser atendido, una mesa y archivador de revistas, dispensador de agua y/o café, para la secretaria un módulo de división adecuado con todos los implementos de uso (computador, PBX, impresora, diadema telefónica, implementos de papelería en general, silla), se adecuara un televisor en que constante mente pasaremos políticas de cálida de la empresa, misión, visión, socios estratégicos y proyectos futuros de la compañía.

- **SALA DE GERENCIA Y REUNIONES.**

Dispondremos de una mesa circular en la que constantemente revisaremos procesos y demás temas a tratar dentro de la compañía 6 sillas, un telón y un video beam para proyectar presentaciones a la junta directiva, 3 escritorios para los 3 socios del proyecto y tres computadores para el uso de las diferentes funciones década uno de ellos.

- **ARCHIVO.**

Con material MDF aremos una división de este espacio para que el cuarto tenga intendencia del pasillo.

- **ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA.**

Adecuaremos este espacio con estanterías para optimizar espacios al igual que pallets en donde pondremos insumos de gran volumen.

- **ÁREA DE PRODUCCIÓN.**

Para este espacio no necesitaremos mayor adecuaciones, ya que espacio que dispondremos no requiere de sub-divisiones, necesitaremos adicionar algunas llaves para acueducto ya que los procesos de producción de la cerveza es con abundante agua.

- **ZONA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO.**

Al igual que el área de materia prima, dispondremos de estanterías en donde ubicaremos las cajas de cerveza lista para el cargue al camión que las transportara hacia los diferentes puntos de distribución.

- **ZONA DE CARGUE DE PRODUCTO TERMINADO.**

No necesitamos de ninguna adecuación para el ingreso del camión.

Las divisiones, estarán a cargo por la empresa NIME LTDA. Ubicada en la ciudad de Bogotá, las adecuaciones serian.

- Un divisor para el área de recepción, el espacio adecuado para el área de archivo, así como los módulos de trabajo tanto en recepción como los 3 módulos de oficina de gerencia.
- El módulo de recepción será el RECEPCIÓN DOBLE EN FORMICA Y PAÑO con un valor de 420.00 \$.
- El divisor para el archivador será el de referencia DIVISIONES DE OFINA LLENO Y MIXTO con valor de 130.00 m2.
- Los 3 módulos divisores para gerencia serán los de referencia GERENCIA EXTREMO EN “P” cada uno de ellos con un valor de 235.900 \$.
- Las cotizaciones fueron brindadas por la misma empresa que se encargara de hacer las adecuaciones e instalaciones NIME LTDA.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla 22. Equipos, Software, Muebles y Enseres.

OBJETO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO
Mesa de juntas	Mesa en madera circular para reuniones administrativas.	1	Homecenter	609.00,00
Sillas administrativas	Silletería en cuero y con rodachines.	4	Homecenter	134.900,00
Escritorios	Elaborados en madera, con gavetas en los dos laterales.	3	Homecenter	250.000,00
Archivadores	En metal las bases y laterales, en lámina de alta resistencia las tapas de los cajones.	1	Homecenter	200.00,00
Portátiles ultra p 560u3c-a09	Equipos con software administrativo.	3	Almacenes Éxito	1'299.000,00
Teléfono PBX	Interconector con las dependencias de la compañía	1	Centro comercial monterrey	
Teléfonos	Teléfonos inalámbricos	6	Homecenter	45.900,00
Computador	Computador con programas operativos básicos de office	5	Centro comercial monterrey	2950000
Puesto secretaria	Ficha fundamental de las operaciones administrativas	1	A TEMPI (temporal)	800.000,00

Celular	Celular Android	3	Almacenes Éxito	1'393.500,00
Telón	De lona gruesa para proyección	1	Centro Comercial Monterrey	450.000
Video beam	Esencial para la proyección de las diapositivas y evaluaciones de la compañía	1	Centro Comercial Monterrey	1'390.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla 23. Materiales de Oficina.

OBJETO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	VALOR
Caja de lápiz	Lápices mirado número 2 por 12 unidades	2	Almacenes Éxito	7.800,00 c/u
Caja de lapiceros	Lapiceros negros Lapiceros rojos	1 c/u	Almacenes Éxito	9.800,00 c/u
Correctores	Correctores marca Kimberly	3	Almacenes Éxito	5.700,00 c/u
Caja de borradores	Borradores marca nata por 3 unidades	1	Almacenes Éxito	1.980,00
Memorias USB	Marca maxwell de 16 GB	4	Almacenes Éxito	32.900,00
Resma de papel marca Kimberly	Pqtx 500 hoja blanco granito	10	Almacenes Éxito	7.200,00
Carpetas Kimberly	Carpetas tipo archivador oficina por 13 bolsillos	50	Almacenes Éxito	20.050,00

Nota: Estos costos están basados en un promedio de 2 meses, excepto las memorias USB que son de durabilidad de un año.

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 24. Requerimientos de servicios.

SERVICIO REQUERIDO	PROVEEDOR	DESCRIPCION Y COSTO MENSUAL
Circuito cerrado de vigilancia a las maquinas	Se obtendría por medio de página de internet www.economizadores.net	Utilizaríamos cámaras tipo IP para tener mayor observación de los procesos que se realizan en la planta durante el proceso de producción de CONSOLATOR. El valor por cámara oscila entre los \$ 450.000 y \$550.000 COP.
Seguro para la maquinaria	Seguros Bolívar	Debemos asegurar nuestra maquinaria en caso de algún accidente o calamidad como incendio, robo o algún percance que se pueda presentar durante los procesos de producción. \$80.000.000
Energía, Gas, Agua	EPM	Para nuestros procesos es indispensable la energía, así que este es un importante servicio a utilizar si esto no tenemos producción. Como EPM como única empresa que presta estos servicios se toma un conjunto como son agua y gas también. Energía \$ 2.000.000 (70% Producción \$1.400.000 y 30% Administrativo \$600.000) Gas \$ 300.000 (100% producción) Agua \$ 2.500.000 (90% Producción 2.250.000 y 10% Administrativo \$250.000)
Telefonía e Internet	UNE	Para el funcionamiento de las cámaras y para vigilar es importante el internet. Sin este no se puede observar lo que sucede. Las cámaras no proyectarían la imagen en monitores solamente estas lo hace por medio de una página de web. Al igual se toma un paquete integral de Internet y Telefonía ya que las líneas telefónicas las usaremos en el proceso administrativo e incluso para comunicarnos durante los procesos de producción. Telefonía e internet (\$570.000) Mantenimiento línea PBX \$150.000

6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla 25. Requerimientos Administrativos de Personal.

PRESTACIONES SOCIALES			
<ul style="list-style-type: none"> • Enfermedad general y Maternidad: A cargo de la EPS • Accidente de trabajo y Enfermedades profesionales: A cargo de la ARP • Invalidez por muerte: A cargo del Fondo de Pensiones • Prestaciones sociales: Cesantías, Intereses sobre las Cesantías, Prima de servicios, Vacaciones, Dotación, Auxilio de transporte, Caja de Compensación. 			
HORARIO			
El horario laboral para este cargo es de 7:00 am a 6:00 pm. Se destinara una hora de almuerzo y 45 minutos para que se distribuyan entre desayuno y tiempo para snacks.			
TIPO DE CONTRATO			
CONTRATO LABORAL A TÉRMINO FIJO POR 1 AÑO			
CARGO	PERFIL	CAPACITACIÓN	SALARIO
GERENTE GENERAL	Ingeniero Financiero, Economistas, Abogados o Administrador de Empresa con más de cinco (5) años de experiencia en las áreas de comercio exterior, administrativas y financieras. Postgrado en administración o en su profesión.	Tiene a su cargo la representación legal de la empresa, la gestión comercial y la acción administrativa y financiera, la coordinación y la supervisión general la cual se cumplirá bajo las normas de los estatutos y las disposiciones legales y con sujeción a las ordenes e instrucciones de la junta directiva.	\$ 2.800.000
GERENTE LOGÍSTICO	Conocimientos requeridos: - Conocimientos y experiencia en el área de logística. - Conocimientos y experiencia en la preparación de pedidos. - Experiencia en puesto similar en empresas de distribución.	Estará a cargo de toda la cadena logística, distribución física y abastecimiento de productos. El determinara las rutas de transporte para el abastecimiento en nuestras zonas de cobertura tanto nacional en internacional. Los tiempos requeridos en cuanto al abastecimiento por parte de nuestros proveedores y las cantidades que son, y la calidad que es de nuestro producto final para la satisfacción de nuestros clientes y consumidores finales. Coordinara los tiempos acorde a la promesa de entrega que la empresa dará de acuerdo a las negociaciones que se logren.	\$ 2.000.000
GERENTE COMERCIAL	Administrador de Empresa, Economista, Ingeniero Industrial, tecnólogo o profesional, con conocimiento en el área administrativa, financiera y contable. También pueden desempeñar esta función, quien acredite por lo menos dos (2) años de experiencia específica en cargos de esa naturaleza o afines.	Es directamente responsable de la planeación, organización, dirección y control de los asuntos administrativos y/o financieros que interesen a la empresa.	\$ 2.000.000

<p>JEFE MERCADERO</p>	<p>Carrera profesional en Mercadotecnia, Publicidad y/o Comunicación o afín. Experiencia Profesional: 2 años de experiencia demostrable en Marketing de Medios de comunicación impresos y de servicios. Idioma: Excelente dominio de Inglés, redacción y vocabulario. Conocimientos Técnicos: Amplios conocimientos en Marketing y Desarrollo de planes de ventas y producto.</p>	<p>Encargado del contacto y formas de promoción, canales de distribución de las cuatro líneas de CONSOLATOR con los distribuidores encargados. Se encarga de las ventas de las cervezas, maneras de pago, ingreso del dinero para que este después pueda ser contabilizado por nuestros aliados contratados para llevar la contabilidad de ENJOYABLE DRINKS.</p>	<p>\$ 1.500.000</p>
<p>ASESOR COMERCIAL 3</p>	<p>Título profesional en administración, ingenierías, ciencias económicas, mercadeo o en disciplinas afines al sector agropecuario. Experiencia Tres (3) años de experiencia profesional en áreas de producción, mercadeo o comercialización de servicios y productos agropecuarios. Conocimientos básicos en Planeación estratégica, administración de recursos, formulación y evaluación de proyectos, manejo de personal, Manejo de herramientas Microsoft Office.</p>	<p>Apoyar activamente la gestión de comercialización de los proyectos, estructurando negocios, buscando socios, negociando los acuerdos comerciales de convenios, tramitar su formalización y hacer seguimiento al cumplimiento de los acuerdos desde la perspectiva financiera y técnica, elabora liquidaciones parciales como mecanismos de seguimiento y culminación, cuando se concluyan los compromisos contractuales o plazo establecido para el desarrollo del mismo.</p>	<p>\$ 1.500.000</p>
<p>SERVICIO AL CLIENTE</p>	<p>Bachiller con conocimiento en Excel y Word, experiencia mínima de un (1) año, en actividades afines.</p>	<p>Recibir solicitudes quejas y peticiones de los clientes, tanto en oficina como telefónicamente.</p>	<p>\$ 1.000.000</p>
<p>MENSAJERO</p>	<p>Bachiller con conocimiento en computador y procesos técnicos de sistemas y con experiencia en las actividades propias del cargo.</p>	<p>Es responsable de las labores de mensajería que le encomiende las diferentes dependencias de la organización.</p>	<p>\$ 800.000</p>
<p>PERSONAL ASEO</p>	<p>El aspirante a este cargo deberá ser una persona, muy responsable, discreta, atenta y servicial. Dentro de su hoja de vida deberá anexar 3 referencias personales que validen el conocimiento de esta persona y como mínimo de 2 empresas en las que trabajo.</p>	<p>Es responsable de las labores de limpieza de las diferentes dependencias y áreas de la empresa, debe ser discreta, honesta y respetuosa.</p>	<p>\$ 800.000</p>

De acuerdo al salario básico que devengarán nuestros trabajadores, se muestran los costos que representarán cada uno de ellos, dadas las obligaciones que se tienen como empleador.

Tabla 26. Cálculos de Parafiscales – Área Producción.

PRODUCCIÓN						
CONCEPTO	SECRETARIA	ING. QUIMICO	MAQUINISTA	OPERARIOS	DESPACHADORES	ASEO
Sueldo Básico(\$):	\$ 800.000	\$ 1.200.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Auxilio de transporte(\$):	\$ 70.500	\$ 0	\$ 70.502	\$ 70.503	\$ 70.504	\$ 70.505
Total devengado(\$):	\$ 870.500	\$ 1.200.000	\$ 870.502	\$ 870.503	\$ 870.504	\$ 870.505
Prestaciones Sociales(\$):	\$ 187.122	\$ 262.000	\$ 187.122	\$ 187.122	\$ 187.122	\$ 187.122
Aportes parafiscales(\$):	\$ 72.000	\$ 108.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000
Aportes seguridad social(\$):	\$ 168.178	\$ 252.266	\$ 168.178	\$ 168.178	\$ 168.178	\$ 168.178
Dotaciones(\$):	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 166.667
Total Apropiaaciones(\$):	\$ 593.967	\$ 788.933	\$ 593.967	\$ 593.967	\$ 593.967	\$ 593.967
Total costo Empresa(\$):	\$ 1.464.467	\$ 1.988.933	\$ 1.464.469	\$ 1.464.470	\$ 1.464.471	\$ 1.464.472
Prestaciones Sociales						
Prima de Servicios(\$):	\$ 72.542	\$ 100.000	\$ 72.542	\$ 72.542	\$ 72.542	\$ 72.542
Cesantías(\$):	\$ 72.542	\$ 100.000	\$ 72.542	\$ 72.542	\$ 72.542	\$ 72.542
Intereses de Cesantías(\$):	\$ 8.705	\$ 12.000	\$ 8.705	\$ 8.705	\$ 8.705	\$ 8.705
Vacaciones(\$):	\$ 33.333	\$ 50.000	\$ 33.333	\$ 33.333	\$ 33.333	\$ 33.333
Total prestaciones sociales(\$):	\$ 187.122	\$ 262.000	\$ 187.122	\$ 187.122	\$ 187.122	\$ 187.122
Aportes seguridad social						
Salud(\$):	\$ 68.000	\$ 102.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 68.000
Pensión(\$):	\$ 96.000	\$ 144.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 96.000
Riesgos Profesionales(\$):	\$ 4.178	\$ 6.266	\$ 4.178	\$ 4.178	\$ 4.178	\$ 4.178
Total seguridad social(\$):	\$ 168.178	\$ 252.266	\$ 168.178	\$ 168.178	\$ 168.178	\$ 168.178
Total parafiscales(\$):	\$ 72.000	\$ 108.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000

Tabla 27. Cálculos de Parafiscales – Área Administrativa.

ADMINISTRACION						
CONCEPTO	SECRETARIA	SERVICIO AL CLIENTE	GTE GENERAL	GTE LOGISTICA	GTE ADMINISTRATIVO	ASEO
Sueldo Básico(\$):	\$ 800.000	\$ 1.200.000	\$ 2.500.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 800.000
Auxilio de transporte(\$):	\$ 70.500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 70.505
Total devengado(\$):	\$ 870.500	\$ 1.200.000	\$ 2.500.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 870.505
Prestaciones Sociales(\$):	\$ 187.122	\$ 262.000	\$ 545.833	\$ 436.667	\$ 436.667	\$ 187.122
Aportes parafiscales(\$):	\$ 72.000	\$ 108.000	\$ 225.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 72.000
Aportes seguridad social(\$):	\$ 168.178	\$ 252.266	\$ 525.555	\$ 420.444	\$ 420.444	\$ 168.178
Dotaciones(\$):	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 166.673
Total Apropriaciones(\$):	\$ 427.300	\$ 622.266	\$ 1.296.388	\$ 1.037.111	\$ 1.037.111	\$ 593.973
Total costo Empresa(\$):	\$ 1.297.800	\$ 1.822.266	\$ 3.796.388	\$ 3.037.111	\$ 3.037.111	\$ 1.464.478
Prestaciones Sociales						
Prima de Servicios(\$):	\$ 72.542	\$ 100.000	\$ 208.333	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 72.542
Cesantías(\$):	\$ 72.542	\$ 100.000	\$ 208.333	\$ 166.667	\$ 166.667	\$ 72.542
Intereses de Cesantías(\$):	\$ 8.705	\$ 12.000	\$ 25.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 8.705
Vacaciones(\$):	\$ 33.333	\$ 50.000	\$ 104.167	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 33.333
Total prestaciones sociales(\$):	\$ 187.122	\$ 262.000	\$ 545.833	\$ 436.667	\$ 436.667	\$ 187.122
Aportes seguridad social						
Salud(\$):	\$ 68.000	\$ 102.000	\$ 212.500	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 68.000
Pensión(\$):	\$ 96.000	\$ 144.000	\$ 300.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 96.000
Riesgos Profesionales(\$):	\$ 4.178	\$ 6.266	\$ 13.055	\$ 10.444	\$ 10.444	\$ 4.178
Total seguridad social(\$):	\$ 168.178	\$ 252.266	\$ 525.555	\$ 420.444	\$ 420.444	\$ 168.178
Total parafiscales(\$):	\$ 72.000	\$ 108.000	\$ 225.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 72.000

Tabla 28. Cálculos de Parafiscales – Área Comercial.

COMERCIAL							
CONCEPTO	GTE COMERCIAL	JEFE MERCADEO	ASESORES COMERCIAL	ASESORES COMERCIAL	ASESORES COMERCIAL	MENSAJERO	RECEPCIONISTA
Sueldo Básico(\$):	\$ 2.000.000	\$ 1.200.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Auxilio de transporte(\$):	\$ 70.500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 70.500	\$ 70.500
Total devengado(\$):	\$ 2.070.500	\$ 1.200.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 870.500	\$ 870.500
Prestaciones Sociales(\$):	\$ 187.122	\$ 262.000	\$ 327.500	\$ 187.122	\$ 187.122	\$ 187.122	\$ 187.122
Aportes parafiscales(\$):	\$ 180.000	\$ 108.000	\$ 135.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000	\$ 72.000
Aportes seguridad social(\$):	\$ 168.178	\$ 252.266	\$ 315.333	\$ 168.178	\$ 168.178	\$ 168.178	\$ 168.178
Dotaciones(\$):	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 166.673
Total Apropiaaciones(\$):	\$ 535.300	\$ 622.266	\$ 777.833	\$ 427.300	\$ 427.300	\$ 427.300	\$ 593.973
Total costo Empresa(\$):	\$ 2.605.800	\$ 1.822.266	\$ 2.277.833	\$ 1.927.300	\$ 1.927.300	\$ 1.297.800	\$ 1.464.473
Prestaciones Sociales							
Prima de Servicios(\$):	\$ 72.542	\$ 100.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 72.542	\$ 72.542
Cesantías(\$):	\$ 72.542	\$ 100.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 72.542	\$ 72.542
Intereses de Cesantías(\$):	\$ 8.705	\$ 12.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 8.705	\$ 8.705
Vacaciones(\$):	\$ 33.333	\$ 50.000	\$ 62.500	\$ 62.500	\$ 62.500	\$ 33.333	\$ 33.333
Total prestaciones sociales(\$):	\$ 187.122	\$ 262.000	\$ 327.500	\$ 327.500	\$ 327.500	\$ 187.122	\$ 187.122
Aportes seguridad social							
Salud(\$):	\$ 68.000	\$ 102.000	\$ 127.500	\$ 127.500	\$ 127.500	\$ 68.000	\$ 68.000
Pensión(\$):	\$ 96.000	\$ 144.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 96.000	\$ 96.000
Riesgos Profesionales(\$):	\$ 4.178	\$ 6.266	\$ 7.833	\$ 7.833	\$ 7.833	\$ 4.178	\$ 4.178
Total seguridad social(\$):	\$ 168.178	\$ 252.266	\$ 315.333	\$ 315.333	\$ 315.333	\$ 168.178	\$ 168.178
Total parafiscales(\$):	\$ 180.000	\$ 108.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 72.000	\$ 72.000

Ver [Anexo 5. Salarios Finanzas.com](#)

6.4 Programa de administración

Tabla 29. Actividades pre operativas y operativas.

FECHA DE INICIO	OCTUBRE
FECHA DE TERMINACIÓN	NOVIEMBRE
DURACIÓN DE LA ETAPA PREOPERATIVA	30 DIAS

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS	DIAS																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1 Contratación Personal	█																													
1,1 Elaboracion de contratos de vinculacion	█	█	█	█	█																									
1,2 Firma de contratos por Recursos humanos	█	█	█	█	█																									
1,3 Firma de contrato por accionistas	█	█	█	█	█																									
1,4 Firma de contratos por gerencia general	█	█	█	█	█																									
1,5 Firma de contratos por area de mercadeo	█	█	█	█	█																									
1,6 Firma de contratos por area de logistica	█	█	█	█	█																									
2 Capacitación						█	█																							
2,1 Capacitacion de inducción								█	█	█	█	█	█																	
2,2 Capacitación sobre seguridad industrial									█	█																				
2,3 Capacitacion de primeros auxilios										█	█																			
3 Asignacion de puestos de trabajo														█	█															

ACTIVIDADES OPERATIVAS																														
Contratación Proveedores																														
Proveedores de materias primas e insumos																		█	█											
Proveedor de transporte																			█	█										
Proveedor de contabilidad																														
Proveedor de telefonía																														
Proveedor de servicios publicos																														
Proveedor de cuentas bancarias																														
Proceso administrativo																														
Envio de muestras al cliente																														
Venta																														
Pedido comercial																														
Selección de producto																														
Relacion de producto a despachar																														
Facturacion																														
Pago/Reintegro plazo 15 dias																														
Proveedor de vigilancia																														

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

El tipo de empresa que hemos creado es una Sociedad Anónima Simplificada. Escogimos este tipo de empresa por la facilidad que ofrece en cuanto a su constitución.

Para la constitución de ENJOYABLE DRINKS S.A.S creamos un documento privado donde existen tres accionistas Vanessa Restrepo Jiménez, Bryan Usma Cardona, Sebastián Pineda Quintero cada uno con un aporte social de \$100.000.000.00 y un aporte social total de \$300.000.000.00.

Este documento fue redactado y presentado en Cámara De Comercio, no necesitamos realizar una escritura pública o autenticarlo como en algunas otras sociedades lo requieren. La información adicional incluida en el documento de constitución además del aporte social de cada socio brindamos la siguiente información

- Nombre, numero de cedula y domicilio de los socios
- Nombre o razón social de la empresa
- Lugar donde estará ubicada la empresa
- Designación del representante legal y sus funciones
- Actividad a la cual se va a dedicar la empresa
- Tiempo de duración de la sociedad
- Los beneficios que nos encontramos al constituir ENJOYABLE DRINKS bajo a las siglas S.A.S fueron los siguientes:
- No es de obligatoriedad un revisor fiscal
- Aunque para efectos de nuestra organización no aplica este tipo de empresa se puede constituir con un capital social mínimo de \$1.800.000
- Los accionistas responden solo hasta el límite de sus acciones.
- Aunque nuestro objeto social es la producción de cerveza sin alcohol este puede ser indefinido y no existirá ningún problema en ser incluido allí
- Flexibilidad para regular los derechos patrimoniales y políticos de la empresa.
- Existe 18 meses (3 veces más que en una S.A) para que en caso de pérdidas y diluir la sociedad que esta pueda ser rescatada.
- En caso de diluir la sociedad no necesitamos una aprobación de inventario ahorrándonos tiempo y dinero.

Sin embargo pertenecemos al régimen común y estamos obligados a declarar IVA y a seguir el reglamento tributario de una Sociedad Anónima.

Es claro enmarcar que a pesar de poseer un alto capital de constitución para iniciar las actividades económicas de Enjoyable Drinks expediremos un préstamo al Banco de Bogotá por valor de \$205.000.000.00 para así tener una sostenibilidad y cubrimiento de obligaciones que se presenten durante el acondicionamiento de la empresa en la planta con la maquinaria, equipos y personal necesario para la apertura y funcionamiento total de la empresa que tomara un tiempo estimado de ocho meses.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Después de realizar la minuta constitucional de ENJOYABLE DRINKS S.A.S nos remitimos a cámara y comercio donde debemos diligenciar los formularios de constitución que tienen un valor de 5.200 \$ los dos formularios, en estos se especifica. Dirección del establecimiento, nombre de la empresa, quien es designado como representante legal y su información personal, capital social. Estos documentos son entregados con la minuta de constitución en la caja donde se debe cancelar un valor por registrar la empresa de 14.580.000 aproximadamente, adicional a esto debemos elaborar un pre RUT sin ningún costo en la página de la DIAN www.dian.gov.co donde en este se debe incluir junto a los documentos ya mencionados anterior mente.

El proceso de aceptación y creación de la empresa es de 24 horas a partir de la entrega de documentos, es decir al día siguiente de la entrega de los documentos de constitución se tiene una respuesta si la empresa existe ya en el mercado o posee un nombre comercial semejante.

Una vez que la empresa es ya creada, se nos entrega un certificado de cámara y comercio con un número NIT asignado provisionalmente con el formulario 1648 para hacer la apertura de la cuenta bancaria a nombre de ENJOYBLE DRINKS S.A.S, una vez en el banco debemos presentar el certificado cámara y comercio, formulario DIAN 1648 y adicionalmente fotocopia de la cedula del representante legal autorizado quien será quien represente la organización frente a todos los términos legales y balance general inicial firmado por el contador de la empresa, anexando fotocopia de la tarjeta profesional. La apertura de la cuenta se podrá hacer con el valor mínimo que pueda exigir el banco dependiendo de este y el tipo de cuenta puede ser corriente o de ahorros, para nuestro caso la apertura de la cuenta será en el banco de Bogotá con un valor de 30.000.000 \$ el trámite es de manera inmediata y no tiene mayor demoras.

Cuando la cuenta ya está constituida y el banco certifica la existencia de ella con una carta dirigida a la dirección de impuestos y aduanas nacionales de Medellín, nos acercamos a la sede de la DIAN en el centro administrativo la alpujarra, en las taquillas de tramites en el sótano para asentar el registro único tributario y se perpetua el número NIT asignado y este trámite no tiene ningún costo y el proceso dura lo que se demore la gestión operativa (unas cuantas horas) los documentos que se deben presentar son los siguientes:

- Fotocopia del representante legal asignado
- Carta de certificación del banco
- Fotocopia de la cuenta de servicios del lugar del establecimiento comercial.
- Certificado de cámara y comercio.

• **INDUSTRIA Y COMERCIO**

Como personas jurídicas que realizamos una actividad industrial y comercial en la ciudad de Medellín debemos cancelar el impuesto de industria y comercio.

La tarifa que nos corresponde como productores de cerveza según el cuadro de tarifas de la Alcaldía de Medellín es del 7 por mil. Este valor se acoge a las demás actividades no clasificadas en los códigos anteriores

Ilustración 5. Clasificación de Industria y Comercio

GUÍA DE AGRUPACIÓN POR ACTIVIDADES GRAVADAS:			
ACTIVIDAD	CÓDIGO ICA	DESCRIPCIÓN	TARIFA
INDUSTRIAL	101	Edición de periódicos.	2 por mil
	102	Producción de textiles. Confecciones en general. Fabricación de calzado.	3 por mil
	103	Producción de alimentos (excepto las bebidas alcohólicas y la fabricación de chocolatinas y confitería). Toda actividad industrial con sede fabril en Medellín, cuando la comercialización de sus productos se haga a través de distribuidores diferentes del industrial, con domicilio en este municipio siempre cuando exista contrato suscrito con los distribuidores.	4 por mil
	104	Producción de: Medicamentos. Producción de hierro y acero. Material de transporte. Tipografía y artes gráficas.	5 por mil
	105	Demás actividades industriales no clasificadas en los códigos anteriores.	7 por mil
COMERCIAL	201	Distribución de productos lácteos bajo la modalidad de contratos de distribución o suministro.	2 por mil
	202	Venta de productos fabricados en industrias con Sede fabril en Medellín o en el área metropolitana y que distribuyan los productos bajo la modalidad de contrato, suscrito con el industrial.	3 por mil
	203	Venta de Alimentos (excepto bebidas alcohólicas y artículos de confitería), textos, útiles escolares, libros, textiles, prendas de vestir (se incluye el calzado, la corbata y el sombrero), automotores nacionales (incluye motocicletas) y automotores producidos o ensamblados en los países que hacen parte del pacto subregional Andino.	4 por mil
	204	Venta de madera. Materiales para construcción (se entiende por materiales de construcción todos aquellos destinados a erigir estructuras en bienes inmuebles - obra gris), Medicamentos, graneros y supermercados. Comercialización de telecomunicaciones por sistemas prepago.	5 por mil
	205	Venta de electrodomésticos (entendidos estos como equipos y maquinas para realizar tareas domesticas).	7 por mil
	206	Venta de: Cigarrillos, licores, combustibles derivados del petróleo, joyas, automotores de fabricación extranjera (incluidas motocicletas).	10 por mil
	207	Demás actividades comerciales no clasificadas en los códigos anteriores.	8 por mil
SERVICIOS	301	Educación privada. Servicios de empleo temporal.	2 por mil
	302	Servicios de Vigilancia. Centrales de llamadas (Call Center).	3 por mil
	303	Servicios prestados por contratista de construcción, constructores y urbanizadores. (se incluye los ingresos provenientes de la construcción y venta de inmuebles).	5 por mil
	304	Servicios públicos básicos y servicios públicos domiciliarios de Acueducto, alcantarillado, energía, gas, etc. y Transporte.	6 por mil
	305	Hotelería y casas de huéspedes, siempre y cuando se encuentren inscritos en el Registro Nacional de Turismo.	10 por mil
SERVICIOS FINANCIEROS	401	Corporaciones de ahorro y Vivienda.	3 por mil
	402	Demás actividades financieras reguladas por la Superintendencia Financiera.	5 por mil
TRATAMIENTO ESPECIAL	403	Sucursales, agencias y oficinas del sector financiero.	Tarifa Fija
	501	Contribuyentes y a actividades con tratamiento especial.	2 por mil

Para liquidar el impuesto de Industria y Comercio se toma en cuenta los ingresos netos del contribuyente del periodo a liquidar y sobre esta base es la cual realiza el pago del impuesto.

Por ejemplo:

Base (ingresos netos de Enjoyable Drinks S.A.S) x 7 (por mil)

Al mismo tiempo al ser vendedores en Medellín debemos también incluir el valor que corresponde al impuesto de este que equivale al 2 por mil.



Considerando esto para el pago total de Industria y Comercio de Enjoyable Drinks era la suma de ambas actividades de producción y venta sobre el ingreso neto de actividades en el periodo gravable.

- **INVIMA.**

Uno de los procedimientos a los que tenemos que darle atención inmediata será a los registros de certificación otorgados por el INVIMA, ya que al nosotros estar trabajando con productos de consumo como lo son las bebidas, debemos de realizar ciertos procesos con el fin de garantizar una legitimidad en todas nuestras operaciones y así poder obtener un aval de licencia de funcionamiento y operación.

Los formularios que debemos diligenciar para entregarle al INVIMA son los siguientes:

- Formato único para presentación de solicitudes ante la dirección de alimentos y bebidas-grupo de registros para bebidas alcohólicas. (ver ilustración, 4)
- Formato único para la presentación de solicitudes de expedición o renovación de registros sanitarios para bebidas alcohólicas. (ver ilustración, 5)
- Formato único para la presentación de solicitudes de certificación con o sin registro sanitario para bebidas alcohólicas según el artículo 66 del decreto 1686 de 2012. (ver ilustración, 6)
- Formato único para la presentación de solicitudes con registro sanitario para bebidas alcohólicas – autorización de etiquetado – rotulado. (ver ilustración, 7)

Estos trámites son demorados, en ocasiones pueden llegar a tardar alrededor de 6 meses en entregar la licencia de funcionamiento, todo depende de la eficiencia con la que se entreguen los documentos muy bien diligenciados y con fotocopia de la cedula del representante legal de la compañía, estos trámites tienen un costo de 2.300.000\$ las inspecciones que son realizadas por los funcionarios del INVIMA son las evaluaciones que otorgan o no el certificado de licencia de funcionamiento.

Ilustración 6. Formato único para presentación de solicitudes ante la dirección de alimentos y bebidas-grupo de registros para bebidas alcohólicas.





















	FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	Código: F09-PM01-RS																		
		Versión: 6																		
		Página 1 de 1																		
		Fecha de Emisión: 09/08/2013																		
FORMATO ÚNICO PARA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES ANTE LA DIRECCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS - GRUPO DE REGISTROS. PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS																				
<p>Para la radicación de cualquier solicitud de un trámite que se enmarque dentro de lo dispuesto en el numeral 1.3 del presente formato,</p> <p>1. INFORMACION GENERAL (Debe ser diligenciada en su totalidad y como sea soportado en el certificado de existencia y representación)</p>																				
<p>1.1 DATOS GENERALES DEL TITULAR</p> <p>Nombre o Razón Social _____</p> <p>Dirección: _____ Domicilio: _____ País: _____</p> <p>Representante Legal _____ Apoderado _____ Nombre: _____</p> <p>C.C. No. / C.E. No.: _____ T.P. No.: _____</p> <p>Dirección de Notificación: _____ Domicilio: _____</p> <p>e-mail (CLARO Y LEGIBLE) _____ Teléfono: _____</p>																				
<p>1.2 DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCION BANCARIA (No aplica para desgloses ni cancelaciones)</p> <p>Nombre: _____ NIT: _____</p> <p>Dirección: _____ Teléfono: _____</p> <p>Ciudad: _____ No. consignación (referencia) _____</p> <p>Código de la tasa: _____ Valor: _____</p> <p>En caso de existir cesión por los derechos de uso de una tasa que no figure a nombre del titular declarado, deberá adjuntar el documento soporte que lo sustente: _____ FOLIO _____</p> <p>AUTORIZACION DE USO DE LA TASA DE UN TERCERO AL TIT SI _____ NO _____</p>																				
<p>1.3 TIPO DE TRAMITE QUE DESEA REALIZAR (Seleccione la casilla de color para ser direccionado al formato del trámite a solicitar. Al</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">EXPEDICIÓN DE REGISTRO SANITARIO O RENOVACIÓN</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">MODIFICACIÓN</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">CERTIFICACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">AUTORIZACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">DESGLOSE</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"></td> <td style="text-align: center;">CANCELACIÓN (PÉRDIDA DE FUERZA EJECUTORIA)</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>				EXPEDICIÓN DE REGISTRO SANITARIO O RENOVACIÓN	<input type="checkbox"/>		MODIFICACIÓN	<input type="checkbox"/>		CERTIFICACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO	<input type="checkbox"/>		AUTORIZACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO	<input type="checkbox"/>		DESGLOSE	<input type="checkbox"/>		CANCELACIÓN (PÉRDIDA DE FUERZA EJECUTORIA)	<input type="checkbox"/>
	EXPEDICIÓN DE REGISTRO SANITARIO O RENOVACIÓN	<input type="checkbox"/>																		
	MODIFICACIÓN	<input type="checkbox"/>																		
	CERTIFICACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO	<input type="checkbox"/>																		
	AUTORIZACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO	<input type="checkbox"/>																		
	DESGLOSE	<input type="checkbox"/>																		
	CANCELACIÓN (PÉRDIDA DE FUERZA EJECUTORIA)	<input type="checkbox"/>																		
<p>Señor(a) Usuario(a): _____</p> <p style="text-align: center;">TENGA EN CUENTA QUE....</p> <p>Al seleccionar el tipo de trámite, usted será direccionado al formato que debe diligenciar para ese tipo de trámite.</p> <p>Todos los formatos deben ser diligenciados con letra clara y legible a tinta de color negro o en máquina de escribir o a computador. No se</p> <p>Toda solicitud presentada en este formato deberá ser firmada por el representante legal o el apoderado que sea declarado en el subnumeral</p> <p>Todos los formatos anexos (dependiendo del tipo de trámite seleccionado) presentarán un listado adjunto de documentación, que debe ser</p> <p>Toda documentación a radicar debe estar foliada (numerado).</p> <p>Al suscribir el presente formato se declara que la información presentada en ésta solicitud es veraz y comprobable en</p>																				
<p>EL FORMATO IMPRESO DE ESTE DOCUMENTO ES UNA COPIA NO CONTROLADA</p> <p>Carrera 68D Nro. 17-1121 PBX: 2948700 Página Web http:// www.invima.gov.co Bogotá – Colombia</p>																				

Ilustración 7. Formato único para la presentación de solicitudes de expedición o renovación de registros sanitarios para bebidas alcohólicas.

	FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS		Código: F09-PM01-RS						
			Versión: 6						
			Página 1 de 2						
			Fecha de Emisión: 09/08/2013						
FORMATO ÚNICO PARA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES DE EXPEDICIÓN O RENOVACIÓN DE REGISTRO SANITARIO PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS									
2. DATOS DEL REGISTRO SANITARIO									
2.1 TIPO DE TRÁMITE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO NUEVO <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>									
Si es renovación, debe diligenciar la siguiente información: EXPEDIENTE _____ No. REGISTRO SANITARIO _____ VIGENCIA _____									
2.2 MODALIDAD DEL REGISTRO SANITARIO (Seleccione según sea el caso) ELABORAR Y VENDER _____ ELABORAR Y EXPORTAR _____ ELABORAR (graneles) _____ IMPORTAR Y VENDER _____ IMPORTAR(graneles) _____ HIDRATAR Y VENDER _____ ENVASAR Y VENDER _____									
2.3 TIPO DE BEBIDA ALCOHOLICA (Seleccione el tipo de la bebida alcohólica según la clase de tasa del registro sanitario presentada) Vinos y Aperitivos _____ Licores y Aguardientes _____ Cervezas _____									
3. DATOS DEL PRODUCTO									
NOMBRE O NATURALEZA: _____									
MARCA: _____ CONTENIDO ALCOHÓLICO: _____ (% Vol. / ° G.A.) Informar la vida útil de la bebida alcohólica: _____									
FABRICANTE / HIDRATADOR		DIRECCIÓN	CIUDAD / PAIS						
_____		_____	_____						
ENVASADOR		DIRECCIÓN	CIUDAD / PAIS						
_____		_____	_____						
IMPORTADOR		DIRECCIÓN	CIUDAD / PAIS						
_____		_____	_____						
4. DOCUMENTACION SOPORTE ESCRIBA SI o NO, según sea el caso)									
Marque con una (X) la Entidad que efectuó su última visita de inspección sanitaria INVIMA _____									
	ELABORAR Y VENDER	ELABORAR Y EXPORTAR	ELABORAR	IMPORTAR Y VENDER	IMPORTAR	HIDRATAR Y VENDER	ENVASAR Y VENDER	FOLIO	VERIFICACION (A diligenciar por el personal de INVIMA)
Memorial de solicitud del trámite (Formato oficial adoptado por la Entidad debidamente diligenciado)									
Recibo de Pago en original por la tarifa legal correspondiente. Código ver en la Tarifa Legal.									
Poder debidamente otorgado a un abogado solamente, si el titular actúa mediante apoderado.									
Certificado de existencia y representación legal de titular (vigente no mayor a 90 días). Es opcional aportarlo o ver la indicación descrita abajo del presente formulario.									
Certificado de existencia y representación legal de fabricante (SI ES DIFERENTE AL TITULAR) - (vigente no mayor a 90 días) Es opcional aportarlo o ver la indicación descrita abajo del presente formulario.									
Certificado de existencia y representación legal de importador (vigente no mayor a 90 días). Es opcional aportarlo o ver la indicación descrita abajo del presente formulario.									
Certificado en el cual conste que la marca está registrada a nombre del interesado o que éste ha solicitado su registro y que se encuentra en trámite. En caso, para la bebida alcohólica a granel sin marca, no se exige tal documento.									
Autorización de uso de marca. (Si la marca adjunta pertenece a un tercero)									

Continuación Ilustración 5. Formato único para la presentación de solicitudes de expedición o renovación de registros sanitarios para bebidas alcohólicas.


Contrato de Elaboración, Hidratación o Envasado, según sea el caso									
Adjunte la copia del concepto sanitario de favorabilidad de producción de bebidas alcohólicas únicamente expedida por INVIMA mientras se adecúe las condiciones técnicas – sanitarias para la obtención de la Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (solo para fabricante nacional, envasador o hidratador).									
Descripción del Proceso de Elaboración, Hidratación o Envasamiento, Composición cualitativa - cuantitativa, Constantes Analíticas del producto y Técnicas de Análisis empleadas, debidamente avaladas por el Director Técnico Responsable									
Etiquetas o sus bocetos finales por triplicado.									
Información acerca de la forma en la cual, el fabricante identifica el número de lote de producción.									
Autorización del fabricante al importador para importar, distribuir y comercializar el producto XXX en la República de Colombia, o si es el caso, para hidratar o envasar una bebida alcohólica a granel									
Autorización expresa del fabricante del producto donde conste la cesión del derecho de la titularidad del registro, en caso en que éste decida no ser el titular del registro sanitario.									
Certificado de venta libre, expedido por autoridad sanitaria del país de origen, en el cual conste que el producto se vende libremente en ese país, que el producto es apto para el consumo humano y que el fabricante cumple con las normas sanitarias exigida									
EL FORMATO IMPRESO DE ESTE DOCUMENTO ES UNA COPIA NO CONTROLADA									
<small>Cámara 68D Nro. 7-1121 P.B.X.2948700 Página Web http://www.invima.gov.co Bogotá – Colombia</small>									
		FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS					Código: F09-PM01-RS Versión: 6 Página 2 de 2 Fecha de Emisión: 09/08/2013		
Certificación del titular indicando quienes son los importadores autorizados de sus productos y en caso que el titular delegue esta facultad en un distribuidor, debe allegar declaración formal en la que se describa tal situación.									
Descripción del Proceso de Elaboración, Composición cualitativa - cuantitativa expedida por el fabricante, Técnicas de Análisis empleadas expedida por el fabricante o la autoridad sanitaria del país de origen, y el Certificado de análisis del producto expedido por el laboratorio oficial del país de origen del mismo (autoridad sanitaria del país de origen)									
Cite el número de expediente bajo el cual se otorgó el registro sanitario de la bebida alcohólica a granel									
*Los documentos públicos provenientes del exterior deben venir con sello de apostille o con sello de consularización (se hace en el país de origen en el exterior) y legalización (se hace en el Ministerio de Relaciones Exteriores en Colombia)									
* Los documentos públicos provenientes del exterior que se encuentren en idioma diferente al español adicionalmente se debe adjuntar su traducción oficial al español.									
Requisitos según establece el Decreto 1686 de 2012 para las modalidades de ELABORAR Y VENDER, ELABORAR Y EXPORTAR, Y ELABORAR (Artículos 61 y 62), HIDRATAR Y VENDER, y Requisitos según establece el Decreto 1686 de 2012 para las modalidades de IMPORTAR Y VENDER, E IMPORTAR (Artículos 61 y 64). *** Indicación: De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9 del Decreto 019 de 2012, el Certificado de Existencia y Representación legal será admitido, siempre y cuando, esté registrado en la Cámara de Comercio correspondiente, indicando el NIT.									
FIRMA _____ NOMBRE _____	VoBo. Legal: _____ VoBo.Técnico: _____ BAJO INSISTENCIA _____	Código _____ Código _____ Por qué? _____	Fecha: _____ Fecha: _____						
EL FORMATO IMPRESO DE ESTE DOCUMENTO ES UNA COPIA NO CONTROLADA									
<small>Cámara 68D Nro. 7-1121 P.B.X.2948700 Página Web http://www.invima.gov.co Bogotá – Colombia</small>									

Ilustración 6. Formato único para la presentación de solicitudes de certificación con o sin registro sanitario para bebidas alcohólicas según el artículo 66 del decreto 1686 de 2012.

	FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS	Código: F09-PM01-RS
		Versión: 6
		Página 1 de 1
		Fecha de Emisión: 09/08/2013

FORMATO ÚNICO PARA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES DE MODIFICACIÓN DE REGISTRO SANITARIO PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS

2. DATOS DEL REGISTRO SANITARIO

EXPEDIENTE _____ NÚMERO DE REGISTRO SANITARIO _____ VIGENCIA _____

3. TIPO DE MODIFICACIÓN (Seleccione la casilla de color para ser direccionado al formato del trámite a solicitar. Si son dos o más tipos de cambios, deberá diligenciar en forma individual cada uno de ellos. Al imprimirlo, marque con una X en la(s) celda(s) correspondiente.

Las presentes modificaciones están contempladas en el Decreto 3192 de 1983

	1. CAMBIO DE NOMBRE O MARCA DEL PRODUCTO	<input type="checkbox"/>
	2. ADICIÓN O CAMBIO DE IMPORTADOR	<input type="checkbox"/>
	3. ADICIÓN O CAMBIO DE TITULAR	<input type="checkbox"/>
	4. CAMBIO DE RAZÓN SOCIAL O DOMICILIO DE TITULAR, FABRICANTE O IMPORTADOR	<input type="checkbox"/>
	5. ADICIÓN O CAMBIO DE FABRICANTE	<input type="checkbox"/>
	6. ADICIÓN O CAMBIO DE HIDRATADOR	<input type="checkbox"/>
	7. ADICIÓN O CAMBIO DE ENVASADOR	<input type="checkbox"/>
	8. ADICIÓN O CAMBIO DE EXPORTADOR (Solo para modalidad ELABORAR Y EXPORTAR)	<input type="checkbox"/>
	9. ACTUALIZACIÓN DE GRADO ALCOHÓLICO	<input type="checkbox"/>
	10. ADICIÓN O EXCLUSIÓN DE VARIEDADES (Únicamente en Vinos o Whiskies)	<input type="checkbox"/>
	OTRO. (ESPECÍFIQUE SU PETICIÓN EN UN DOCUMENTO ANEXO) *	<input type="checkbox"/>

Señor(a) Usuario(a):

TENGA EN CUENTA QUE ...

Al seleccionar el tipo de trámite, usted será direccionado al formato que debe diligenciar para presentar su modificación al registro sanitario.

* Solamente en el caso de ser OTRO tipo de modificación diferente a las allí referenciada, se hará la verificación según sea el caso.

El Numeral 1 (DATOS DEL REGISTRO SANITARIO) debe ser diligenciado con obligatoriedad por cuanto en el mismo se relacionan los datos de ubicación del producto con el número de registro sanitario al cual va a modificarle algún ítem.

El presente formato se convierte en la segunda página a presentar. La primera página es el formato de información general.


En cada tipo de modificación encontrará discriminada la documentación soporte de acuerdo a la procedencia del producto, si es nacional o importado. (Independiente del tipo de modalidad, se considera productos nacionales los elaborados, hidratados o envasados en Colombia)

La firma del peticionario se hará en la última hoja diligenciada.

EL FORMATO IMPRESO DE ESTE DOCUMENTO ES UNA COPIA NO CONTROLADA

Carrera 68D Nro. 17-1121 PBX: 2948700 Página Web <http://www.invima.gov.co> Bogotá – Colombia

Ilustración 8. Formato único para la presentación de solicitudes con registro sanitario para bebidas alcohólicas – autorización de etiquetado – rotulado.

	FORMATO ÚNICO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS			Código: F09-PM01-RS
				Versión: 6
				Página 1 de 1
				Fecha de Emisión: 09/08/2013
FORMATO ÚNICO PARA PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES DE CERTIFICACIÓN CON O SIN REGISTRO SANITARIO PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS (el Artículo 66 del Decreto 1686 de 2012).				
2. DATOS DEL TRÁMITE DE CERTIFICACIÓN				
2.1 TIPO DE CERTIFICACIÓN				
CERTIFICADO DE VENTA LIBRE <input type="checkbox"/> CERTIFICADO DE NO OBLIGATORIEDAD DE REGISTRO SANITARIO <input type="checkbox"/> (Únicamente diligencie el numeral 2.2) (Únicamente diligencie el numeral 2.3)				
2.2 DATOS DEL PRODUCTO A CERTIFICAR				
NÚMERO DE REGISTRO SANITARIO: _____ EXPEDIENTE: _____ VIGENCIA: _____ NOMBRE Y MARCA DEL PRODUCTO: _____ _____ PAÍS DE DESTINO DEL CERTIFICADO DE VENTA LIBRE (Opcional) _____				
2.3 DATOS DEL PRODUCTO A CERTIFICAR				
NOMBRE DEL PRODUCTO: _____ _____ RAZÓN POR LA CUAL SOLICITA LA CERTIFICACIÓN DE NO OBLIGATORIEDAD DE REGISTRO SANITARIO: _____ _____ _____ _____				
3. DOCUMENTO SOPORTE				
	SI	NO	FOLIO	VERIFICACION (A diligenciar por el personal de INVIMA)
Recibo de pago o constancia de la consignación (CVL con observaciones-código 4002-2 o Certificado de no obligatoriedad de RS código 4002-4)				
Memorial de solicitud (Formato oficial adoptado por la Entidad debidamente diligenciado)				
Información técnica de soporte				Especifique cuál:
FIRMA _____ VoBo.Técnico: _____ Fecha de revisión: _____ NOMBRE _____ BAJO INSISTENCIA _____ Por qué? _____				
EL FORMATO IMPRESO DE ESTE DOCUMENTO ES UNA COPIA NO CONTROLADA				
Carrera 68D Nro. 17-1121 PBX: 2948700 Página Web http:// www.invima.gov.co Bogotá – Colombia				

- **SANIDAD.**

Este trámite documental es solicitado en la alcaldía en donde se encuentra ubicada la empresa, para nuestro caso sería la alcaldía del municipio de Barbosa Antioquia, este no genera ningún costo su finalidad es hacer un estudio de los procedimientos y cuidados con la limpieza de todos los espacios de la empresa y además de los materiales con los que se transforman los diferentes materiales para la consecución de la cerveza.

Este procedimiento es demasiado demorado, ya que la agenda de los funcionarios quienes son los que hacen la visita mantiene demasiada apretada, hay q ser demasiado persistente y mandar una serie de requerimientos solicitando la visita de los funcionarios para poder obtener el certificado, esto puede tardar entre 1 mes o 6 meses en que los funcionarios agenden la empresa para visitarla. En la visita que generan los inspectores de SANIDAD evalúan aspectos comprendidos en la siguiente tabla en donde no solo se debe especificar los elementos de uso sino también la cantidad de los elementos más contaminantes.

Tabla 30. Procedimiento de sanidad.

ELEMENTO	FRECUENCIA (PERIODO)	FRECUENCIA DEL LAVADO	TIPO DE DESINFECCION	OBSERVACIONES DE ANOTACION
PISOS DE LAS AREAS ADMON	Todos los días se realiza la limpieza	Tres veces al día	Jabón y aromatizante por 100gr	Se utiliza un balde para remojar la trapera
BALDE	Todos los días se usa	-cada que se lavan los pisos -cada que se lavan los baños	Agua y detergente por 150gr	Se lava el balde en áreas destinadas a limpieza
BAÑOS	Día de por medio	Tres veces a la semana	Agua y detergente por 400gr	Los baños son lavados con traperos, limpiadores y socos destinados exclusivamente para dicha función
ÁREA DE PRODUCCIÓN PISOS	Todos los días	Determina la función el estado de este	Agua	El limpiado se realiza de acuerdo a como se encuentre este
AREA DE PRODUCCION (EQUIPOS DE TRANSFORMACION DE MATERIA PRIMA)	Cada que se usa el elemento	Determina su uso el inmediato paso a ser desinfectado	Agua, jabón desinfectante	Este proceso se realiza constantemente ya que es requisito de uso el trabajar con elementos limpios y desinfectados

BODEGAS	Dos veces a la semana	Antes de cada descargue de productos y después del cargue a camiones	Agua y desinfectante	Este proceso se realiza dos veces a la semana, allá o no allá cargue descargue, y si hay varios cargues- descargues se realizara las veces que estos se realicen
BOTELLAS	Dos veces dentro del proceso	En el momento que llegan a bodega y cuando inicia el proceso de embotellamiento	Agua, jabón y desinfectante	El proceso se realizará en el momento que lleguen las botellas a la planta de embotellamiento y una vez empiece el proceso de embotellar.

Los documentos que se deben presentar para obtener dicho certificado son:

- Fotocopia de la cedula del representante legal o apoderado.
- Certificado de cámara y comercio o RUT.
- **BOMBEROS.**

El certificado que otorgan los bomberos es la garantía ante las diferentes entidades que el establecimiento cumple con las condiciones de seguridad adecuadas para elaborar procesos de producción, como lo estipula la resolución número 013 del 2000.

Este certificado es obtenido después de realizar los siguientes pasos:

- Ir a los bomberos y solicitar visita por primera vez para obtener certificado de seguridad.
- Esperar la visita de los bomberos para la revisión.
- Hacer ajustes o modificaciones de acuerdo a la visita realizada por los bomberos, si es el caso.
- De presentarse modificaciones, realizarlos en el plazo máximo estipulado por los bomberos.
- Terminado este proceso y después de un aval del cuerpo de bomberos se nos autorizara el certificado.

Este certificado tiene un costo mínimo de 54.000\$ y va en aumento de acuerdo al área de dicho establecimiento, para nuestro caso que el área es de 180 mt² es de 186.940\$.

Los requisitos que se deben presentar para dicho certificado son:

- Fotocopia de la cedula del representante legal.
- Certificado de cámara y comercio.
- Rut

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla 31. Calendario de Aportes A Capital

SOCIOS	APORTE DE CAPITAL A LA EMPRESA	FECHA DEL APOORTE	APORTE CUENTA DE AHORROS	FECHA DEL APOORTE
VANESSA RESTREPO JIMENEZ	100'000.000	Agosto 12 2013	10'000.000	Agosto 16 de 2013
BRYAN USMA CARDONA	100'000.000	Agosto 12 2013	10'000.000	Agosto 17 de 2013
SEBASTIAN PINEDA QUINTERO	100'000.000	Agosto 12 2013	10'000.000	Agosto 19 de 2013
TOTAL	300'000.000		30.000.000	

Los dineros aportados por los socios serán destinados en parte hacia el aporte del capital necesario de la conformación legal de la compañía, un monto total de \$ 16.885.200 y el excedente del dinero queda dispuesto a consideración de las necesidades de la empresa en flujo de caja de \$ 283'144.800, más los \$30'000.000 con los que se conformó la cuenta bancaria de la compañía, para un total de \$313'144.800 lo que nos permitirá tener una mayor garantía sobre el proceso de 8 meses en pre operación tiempo el cual nos pusimos como meta iniciar funciones de producción y distribución de productos.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 32. Calendario Préstamos Bancarios

BANCO	PRESTAMO	DESEMBOLSO	DESTINACION	TASA INTERES	GASTOS FINANCIEROS	CUOTA AMORTIZACION	CUOTA PAGO DE INTERESES
Bancolombia	\$96.983.840	Agosto 15 2013	Compra de activos fijos y aporte a financiación de pre operación.	2.19%	\$2'919.840	Anexo 6. Amortización de Intereses.xlsx	Anexo 7. Aporte al Capital Mensual.xlsx

La entidad bancaria que nos apoyara con el préstamo para realizar adecuaciones técnicas y finalizar procesos de pre operación tales como la compra de todos los activos fijos (maquinaria, utensilios necesarios para la elaboración de la cerveza, equipos de oficina y computo, sistema integrado de seguridad etc.) que se requieran en la compañía para garantizar un proceso óptimos, desde sus procesos productivos tanto como administrativos; el préstamo será por valor de \$ **96.983.840** que serán desembolsados el día **15 de Agosto de 2013** ya que para iniciar procesos de operación y distribución, planeamos y proyectamos un plazo de 8 meses para iniciar procesos de promoción y distribución de los 4 tipos de cerveza que ENJOYABLE DRINKS S.A.S tiene para ofrecer al mercado; la tasa de interés que el banco nos otorgara en del **2.19%** mensual, valor promedio que ofrecen los bancos , el gasto financiero para el pago de la deuda durante el tiempo de esta que son **60** meses, (**5 años**) será en una cuota fija de **\$2'919.840** lo que nos exigirá y nos responsabiliza al tener que destinar de nuestro dinero de flujo de caja la disponibilidad de **\$23'358.720** y después del inicio de operaciones llegar al punto de equilibrio como se demuestra en nuestro cuadro de ventas y en el cuadro de análisis financiero, la necesidad de vender mensualmente **77.376** cervezas ó **19.110** de la Consolator orozuz , **19.137** de la Consolator jengibre, **19.248** de la Consolator aloe, **19.881** de la Consolator caléndula, lo que nos representaría una garantía de **\$386.884.689**.

El valor mensual que debemos pagarle al banco en términos de cuota de amortización (abono a capital e intereses) en el primer mes es de **\$2'919.840** los cuales se reflejan de la siguiente manera: \$ **2.123.946** serán destinados para pago de intereses y \$ **795.894** serán aportados como abono a capital del préstamo, lo que ara que se aumente mes a mes el valor de aporte de capital y el valor de intereses sea cada vez menor; asía el mes 12 la cuota de aporte a capital estará sobre **\$1.010.061** y el valor de pago de intereses será de \$ **1.909.779**.

En el mes 24 la cuota de aporte a capital será de \$ **1.309.931** y el valor que se pagara de intereses ahora será de \$ **1.609.909**. En el primer mes del tercer año la cuota de aporte a capital será de \$ **1.698.827** y el valor que pagaremos como aporte a pago de intereses será de \$ **1.221.013** y estaríamos muy cerca de haber cancelado la mitad del préstamo que sería alrededor del mes 38. Para la cuota del mes **48** el valor del aporte a capital es de \$ **2.203.179** y el valor de pago de intereses \$ **716.661**. Por ultimo en la última cuota del préstamo pagaremos \$ **2.857.266** como aporte de capital y \$ **62.574** como pago de intereses; en total al finalizar los **60** meses del tiempo máximo que destinamos para el préstamo, pagaremos al banco por un préstamo de \$ **96.983.840** un total de \$ **175'190.388** es decir un 55% más del valor que recibimos al momento del desembolso del préstamo.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 33. Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas Mensuales		Participación del total Ventas
Consolator Orozuz Nacional	\$ 225.000.000,0	21,07%
Consolator Jengibre Nacional	\$ 225.000.000,0	21,07%
Consolator Aloe Nacional	\$ 225.000.000,0	21,07%
Consolator Caléndula Nacional	\$ 225.000.000,0	21,07%
Consolator Orozuz Internacional	\$ 42.000.000,0	3,93%
Consolator Jengibre Internacional	\$ 42.000.000,0	3,93%
Consolator Aloe Internacional	\$ 42.000.000,0	3,93%
Consolator Caléndula Internacional	\$ 42.000.000,0	3,93%
Total Mensual	\$ 1.068.000.000,0	100,00%

En esta tabla, se muestran los ingresos por cada línea de producto nacional e internacional, que representan un total de ventas mensuales por valor de **\$1.068.000.000**.

A su vez, se puede observar el porcentaje de participación que tiene cada producto sobre el total de las ventas donde la plaza nacional obtiene una mayor representación con el **84,27%** con respecto a los ingresos totales.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla 33. Inversiones Y Gastos Pre-operativos

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 77.511.000,0	\$ 0,0	\$ 77.511.000,0
Gastos Pre operativos	\$ 36.358.040,0	\$ 16.885.200,0	\$ 19.472.840,0
Capital de Trabajo	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0
Total Requerimientos Financieros			\$ 96.983.840,0

Para las inversiones se determinó un requerimiento financiero por valor de \$96.983.840, donde los Gastos Pre-Operativos como exigible \$36.358.040, para lo cual se tienen \$16.885.200 como disponible y se requieren \$19.472.840 los cuales se tomarán en préstamo junto con el valor de los Activos fijos que corresponden a \$77.511.000.

Tabla 34. Activos Fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 24.667.500	\$ 285.209
Maquinaria (10 años)	\$ 32.850.000	\$ 273.550
Herramienta (5 años)	\$ 17.628.500	\$ 293.803
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 2.365.000	\$ 19.708
Total	\$ 77.511.000,0	\$ 872.270,0

En la inversión de Activos Fijos se tienen los Equipos de Informática y Comunicaciones, la Maquinaria, la Herramienta y los Muebles y Enseres, todos éstos con el fin de desarrollar a cabalidad la operación de producción y administración de la compañía. Ésta inversión es fundamental para Enjoyable Drinks, puesto que son los activos necesarios para su constitución y funcionamiento.

8.2.2.2 Costos

Tabla 35. Costos Fijos y Variables

COSTO UNITARIO	Costo Variable	Costo Fijo
Consolator Orozuz Nacional	\$ 3.246,8	\$ 5.000,0
Consolator Jengibre Nacional	\$ 3.249,3	\$ 5.000,0
Consolator Aloe Nacional	\$ 3.259,4	\$ 5.000,0
Consolator Caléndula Nacional	\$ 3.314,8	\$ 5.000,0
Consolator Orozuz Internacional	\$ 3.516,8	\$ 5.000,0
Consolator Jengibre Internacional	\$ 3.519,3	\$ 5.000,0
Consolator Aloe Internacional	\$ 3.529,4	\$ 5.000,0
Consolator Caléndula Internacional	\$ 3.584,8	\$ 5.000,0

Para le empresa ENJOYABLE DRINKS, sus costos de producción por unidad son tal cual se muestra en la tabla, dentro de este valor se relaciona los insumos, empaque, etiqueta y costos de logística de exportación.

8.2.2.3 Gastos

Tabla 36. Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 9.220.000
Prestaciones Sociales	\$ 2.055.411
Aportes Parafiscales	\$ 1.955.065
Aportes Seguridad Social	\$ 837.000
Arriendo	\$ 700.000
Papelería	\$ 63.497
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 10.000
Energía, Gas y Agua	\$ 850.000
Telefonía y Mantenimiento PBX	\$ 720.000
Insumos Aseo	\$ 26.280
Aseo	\$ 160.000
Vigilancia	\$ 540.000
Servicios Tercerizados	\$ 10.800.000
Industria y Comercio	\$ 5.400.000
IVA	\$ 96.000.000
Total	\$ 129.337.253

Los Gastos de Administración se encuentran discriminados en la siguiente tabla, donde se ubican las cuentas de los salarios, las prestaciones sociales, los gastos de arriendo, papelería, servicios públicos, vigilancia, aseo, entre otros. Cada uno de los valores estimados son acordes a los cargos que necesitan contratarse, así como el lugar donde se encontrará Enjoyable Drinks.

Tabla 37. Gastos Distribución y Ventas

Los Gastos de Comercialización y Ventas equivalen mensualmente a **\$35.535.665** que cubren los rubros relacionados en la tabla que se muestra a continuación:

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 8.580.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.805.866
Aportes Parafiscales	\$ 837.000
Aportes Seguridad Social	\$ 1.702.799
Arriendo	\$ 700.000
Servicios públicos	\$ 850.000
Publicidad y Mercadeo	\$ 7.500.000
Publicidad y Mercadeo Internacional	\$ 7.560.000
Ferias Nacionales e Internacionales	\$ 6.000.000
Total	\$ 35.535.665

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla 38. Datos Del Préstamo

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	
Monto del Préstamo:	\$ 96.983.840
Intereses (efectivo Mensual):	2,19%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Libre Inversión

Por medio de la sucursal virtual de Bancolombia se utilizó un simulador de crédito de libre inversión para Micro pymes a una tasa del **29,69%** EA. El monto del préstamo corresponde a **\$96.983.840** en los cuáles se encuentra la inversión en Activos Fijos y los Gastos Pre operativos. El plazo del crédito corresponde a 5 años donde la cuota equivale a **\$2.919.840**, con el fin de amortizar la deuda a su máximo plazo y no afectar los resultados de la compañía.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Tabla 39. Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA						
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 12.816.000.000	\$ 16.212.240.001	\$ 20.508.483.601	\$ 25.943.231.755	\$ 32.818.188.170
- Costos variables		\$ 7.567.378.578	\$ 9.080.854.294	\$ 10.897.025.152	\$ 13.076.430.183	\$ 15.691.716.219
- Costos fijos		\$ 2.251.446.288	\$ 2.701.735.546	\$ 3.242.082.655	\$ 3.890.499.186	\$ 4.668.599.023
Costos fijos de Producción		\$ 272.971.272	\$ 327.565.526	\$ 393.078.632	\$ 471.694.358	\$ 566.033.230
Costos fijos de Administración		\$ 1.552.047.036	\$ 1.862.456.443	\$ 2.234.947.732	\$ 2.681.937.278	\$ 3.218.324.734
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 426.427.980	\$ 511.713.576	\$ 614.056.291	\$ 736.867.549	\$ 884.241.059
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 21.045.522	\$ 16.891.370	\$ 11.503.922	\$ 4.517.031
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 2.986.707.895	\$ 4.398.137.400	\$ 6.342.017.183	\$ 8.954.331.225	\$ 12.442.888.657
- Impuestos	\$ 0	\$ 985.613.605	\$ 1.451.385.342	\$ 2.092.865.671	\$ 2.954.929.304	\$ 4.106.153.257
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.001.094.289	\$ 2.946.752.058	\$ 4.249.151.513	\$ 5.999.401.921	\$ 8.336.735.400
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240	\$ 10.467.240
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 96.983.840	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 96.983.840					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 0
Valor de Salvamento						\$ 0
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 113.869.040	\$ 0	\$ 13.992.556	\$ 18.146.707	\$ 23.534.156	\$ 30.521.046
Activos Fijos	\$ 77.511.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 13.992.556	\$ 18.146.707	\$ 23.534.156	\$ 30.521.046
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 36.358.040					
Capital de Trabajo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 16.885.200	\$ 2.011.561.529	\$ 2.943.226.742	\$ 4.241.472.045	\$ 5.986.335.005	\$ 8.316.681.594

Tasa Interna de Retorno	3251,64%
Valor Presente Neto	\$ 79.640.039,08
Tasa Interna de Retorno	11959,45%

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 40. Totales Estado de Resultados

CUENTAS	Año 1
Ingresos por concepto de Ventas	\$ 12.816.000.000,44
Costo Variables	\$ 7.567.378.577,92
Costos Fijos Producción	\$ 272.971.272,00
Gastos Depreciación	\$ 10.467.240,00
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 4.965.182.910,52
Costos fijos de Administración	\$ 1.552.047.036,00
Costos Fijos de Ventas y Distribución	\$ 426.427.980,00
Amortización de diferidos	\$ -
Utilidad Operativa	\$ 2.986.707.894,52
Otros Ingresos	\$ -
Otros egresos	\$ -
Costos de Financiación	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 2.986.707.894,52
Impuestos	\$ 985.613.605,19
UTILIDAD NETA	\$ 2.001.094.289,33
Utilidades Repartidas (Dividendos)	\$ -
Utilidades no Repartidas	\$ 2.001.094.289,33
Utilidades no Repartidas Acumuladas	\$ 13.007.112.880,65

En el primer año de operación de la Enjoyable Drinks, se estima que se reciban Utilidades Netas por valor de \$329,654,267.33, luego de haber cubierto la operación en general. Se tiene previsto que los Ingresos por Ventas sean de \$5,616 millones para luego, descontando los Costos de Ventas entre los que se encuentran los Costos Fijos y Costos Variables que para el primer año corresponden a \$3,135 millones de pesos, se tenga una Utilidad Bruta de \$2,470 millones de pesos aproximadamente. La Utilidad Operacional corresponde a \$492.021.294,52 sustrayendo los Gastos de Administración y Ventas que equivalen a \$1.978.475.016 para el primer año. Luego se tiene la Utilidad Neta que se estima sea \$329.654.267,33, después de haber pagado los impuestos correspondientes.

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Para el cálculo del Valor Presente Neto inicialmente tomamos en cuenta nuestra rentabilidad esperada de 34% por el valor que nos cuesta producir una cerveza que es aproximadamente de \$3.300 al precio de venta nacional de \$5.000 e internacional \$14.000; en conjunto con las proyecciones de venta calculadas en un periodo de doce meses las cuales serán de \$1.068.000.000 mensuales y con unos costos mensuales de \$818.235.405. Con esta información nuestro valor presente neto es de \$458.143.746,97. Comparando este valor con la inversión que harán los socios de \$300.000.000 en el negocio y la obligación financiera en la que incurrirá de \$96.983.840 se obtendrá un valor mayor a la inversión inicial sin embargo no es un valor que supere esta por un porcentaje alto. Si fuera el caso de vender la empresa se tendría una ganancia de \$61.159.907 para ser repartida entre los tres socios después de cada uno recuperar su inversión inicial de \$100.000.000 cada uno y cubrir la deuda incurrida con el banco.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno para el proyecto obtenida es de aproximadamente 979,62%. Sin embargo se debe considerar que este valor es calculado si en un mes realizamos la inversión de negocio y al mes siguiente a este se vendieran todas las unidades de CONSOLATOR proyectadas que son 57.000 de las cuatro líneas de cerveza.

Este valor de 57.000 unidades de manera realista está proyectado a largo plazo, puesto que para nuestros objetivos de desarrollo como empresa empezaremos en el corto plazo con la ciudad de Medellín y zonas aledañas, para mediano plazo la región andina y caribe en Colombia y en el largo plazo y en un proceso de expansión continuo la ciudad de Boston en Estados Unidos. Donde en las proyecciones del proyecto se toma en cuenta todos los valores que en un solo mismo formato. Es decir que el valor de la Tasa Interna de Retorno al largo plazo superara todas las expectativas de ganancia y rentabilidad para ENJOYABLE DRINKS S.A.S.

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

AUMENTO Y/O DISMINUCIÓN EN VENTAS							
	5%	10%	-10%	15%	-15%	20%	-20%
TIR	1066%	1153,17%	806,06%	1239,95%	719,29%	1326,73%	632,51%
VPN	499.953.249	541.762.750	374.524.744	583.572.252	332.715.242	625.381.754	290.905.740

Como se observa en el cuadro, ENJOYABLE DRINKS S.A.S en sus proyecciones tiene una alta tasa interna de retorno y aunque tenga baja en ventas significativas seguirá tendiendo un valor presente positivo, es de notar que no será el valor invertido por los socios sin embargo para obtener valores negativos en cuanto a valor presente neto y tasa interna de retorno debe ser mayor al -20% para que dichos valores sigan tendiendo un declive. Ahora por el contrario cuando las ventas aumenta ya que como es de notar la empresa se vuelve cada vez con mayor valor y el momento de ponerse en venta los socios podrán tener un reparto de utilidades casi más del doble si se supera el 20% de aumento en ventas.

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

AUMENTO Y/O DISMINUCION PRECIO DECONSOLATOR								
	+1%	-1%	3%	-3%	5%	-5%	10%	-10%
TIR	1022%	937,24%	1106,75%	852,48%	1191,51%	767,73%	1403,40%	55.84%
VPN	478.561.702	437.725.792	519.397.611	396.889.883	560.233.521	356.053.973	662.323.295	253.963.199

Podríamos concluir con la tabla anterior aunque la variación de precios es similar a la demanda ENJOYABLE DRINKS es más susceptible a tener bajas mayores en su valor presente neto y tasa interna de retorno si se bajan los precios sin ninguna estrategia para compensar los gastos que genera producirla. Si se implementa una política de promoción que compensa la perdida podría ser viable sin embargo este no supere el -10% de bajas en los precios. La sostenibilidad de la empresa aunque depende del número de unidades que se vende también como factor fundamental el valor de precio determina nuestro punto de equilibrio.

CONSIDERACIONES FINALES

Después de haber realizado un estudio en arduo y exhaustivo sobre la industria a la que pertenece ENJOYABLE DRINK S.A.S consideramos lo siguiente:

Es totalmente viable la empresa y la actividad a la que se desea dedicar en el marco comercial, técnico y legal puesto que es fácil desde sus trámites de constitución, normatividad para la industria según sus entidades reguladoras en su defecto el INVIMA y la DIAN; no presenta ningún tipo de restricción u obstáculo que impida el correcto funcionamiento y desarrollo de actividades siempre y cuando se cumple con lo estipulado.

Según las proyecciones financieras realizadas el proyecto es real y posible puesto que la inversión inicial para la iniciación de actividades de ENJOYABLE DRINKS S.A.S es superado por el valor presente neto según la proyección de todos los flujos de caja mensuales de un año a hoy.

Teniendo en cuenta lo anterior concluimos que es posible ejecutar el proyecto para llevarlo a la realidad destinando los recursos adecuados para la consecución del proyecto; apoyados en la investigación pertinente de la industria, el sector y el mercado, bases acertadas para el desarrollo del plan de negocio.

En caso de no tener recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto por nuestros propios medios otra opción considerada es la venta y traspaso del proyecto a terceros que posean los recursos financieros para desarrollarlo ya sea en el territorio nacional y/o internacional.

Es importante recalcar que CONSOLATOR hace parte de la industria de bebidas y alimentos por lo tanto se es necesario aprobar una cantidad de requisitos para aceptar el funcionamiento de la empresa tales como, registro INVIMA, CERTIFICADO DE BOMBEROS, y unos tantos mas en términos de conformación legal de la empresa anteriormente mencionados.

En condiciones financieras después de realizar las proyecciones de aporte a capital y pago de intereses del préstamo presupuestado sugerimos no realizarlo, debido al alto valor que representara en el futuro al finalizar el 5 año de pagos, analizando esto el valor a pagar será aproximadamente 55% más del valor solicitado de \$96.983.840 a la entidad bancaria, subsanando la deuda con \$175.190.388. Sugerimos entonces la vinculación de un nuevo socio con un aporte de \$100.000.000 y así evitar incurrir en obligaciones financieras que afecten el flujo de caja mensualmente alrededor de \$3.000.000 y este monto ir destinado a la rentabilidad de los socios en inversiones en la empresa.

Con esto concluimos que el proyecto a realizar puede llegar a ser una idea de negocio exitosa, por su alto nivel de innovación y claridad en los datos suministrados que aportaron a la investigación conjunta por el grupo de creadores de la ideas de negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

http://www.bavaria.com.co/7-2/quienes_somos_an/
<http://www.latinamerican-markets.com/colombia---industria-de-licores>
<http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/La-industria-de-licores-en-Colombia-TEXTO-FINAL-CON-TODO.pdf>
<http://es.wikipedia.org/wiki/Cerveza>
<http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/65.pdf>
<http://www.lineasalud.com/enfermedades/259-aloe-vera-sabila-o-savila.html>
www.bavaria.com
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-99572010000300005&script=sci_arttext
<http://www.frontera.info/EdicionEnLinea/Notas/VidayEstilo/09082013/738756-Contra-la-gastritis-y-las-ulceras-pepticas.html>
http://extroversia.universia.net.co/dia-a-dia/2013/noticias/actualidad/pilas_con_las_enfermedades_gastrointestinales_/actualidad/13797/103/104.html
<http://www.makrovirtual.com/customer/account/login/>
<http://www.marion.com.co/>
<http://www.homecenter.com.co/>
http://www.makrovirtual.com/medellin_san_juan/index.php/aseo/servilletas-limpiones-y-toallas-para-manos.html
http://www.11points.com/Food-Drink/11_Non-Alcoholic_Beers,_Taste_Tested
http://www.11points.com/Food-Drink/11_Non-Alcoholic_Beers,_Taste_Tested
<http://www.alibaba.com/showroom/non-alcoholic-beer.html>
http://www.clubcolombia.co/articles/view/89/Club_Colombia_Negra
<http://cervezadospalomas.com/contacto/>
<http://www.oldjamaicagingerbeer.com/contactus>
<http://www.nime.com.co/>
<http://joserrago.com.co>
<http://maproal.com/nosotros.html>
<http://www.estra.com/content/cuchar-n-de-uso-general-09-1>
<http://spanish.alibaba.com/products/airlock-for-flour-milling-device.html>
<http://spanish.alibaba.com/product-gs/shanghai-factory-best-price-for-manual-bottle-capper-1198701962.html>
http://spanish.alibaba.com/trade/search?SearchText=embotelladora+de+cerveza&selectedTab=product&_csrf_token_=10jfy_q_qefw1
<http://spanish.alibaba.com/product-gs/hand-truck-pallet-jack-hand-manual-forklift-hand-hydraulic-forklift-pallet-755877683.html>