



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**  
**TECNOLOGIA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**NOMBRE DEL PROYECTO.**

**FISH'S INLAY.**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNOLOGO**  
**EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**ANYI YULIANA MUÑOZ GARCÍA**

**PROFESOR GUIA: Víctor Saldarriaga**

**Año**

**2015.**

## **AGRADECIMIENTOS.**

El presente trabajo de grados primeramente me gustaría agradecerle a Dios por permitirme llegar hasta donde estoy en este momento con ánimos de seguir mi carrera profesional y tener muchas más metas para un mejor futuro.

A la universidad ESUMER por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mi profesor de tesis Víctor Saldarriaga por su esfuerzo y dedicación, quien con su conocimiento y experiencia su paciencia y su motivación ha logrado en mí poder culminar mi trabajo de grados satisfactoriamente.

A mi familia que con su motivación y apoyo me han dado la fuerza y las ganas para estar en donde estoy en este momento a punto de culminar otra de mis carreras tecnológicas.

Y por último agradecerles a mis profesores durante toda mi carrera tecnológica porque todos han aportado en mis grandes conocimientos y experiencias que nos ayudan a visualizarnos mejor en nuestra labor tanto profesional como laboral.

Para todos muchas gracias y que Dios los Bendiga.

# INDICE.

## Contenido

AGRADECIMIENTOS .....	ii
INDICE.....	iii
LISTA DE FIGURAS .....	vi
LISTA DE TABLAS .....	vii
LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	ix
GLOSARIO .....	x
ABSTRACT .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	2
1.1Nombre De La Empresa Y Marca .....	2
Nombre: Fish's Inlay .....	2
Marca: Chorifish.....	3
1.1    Tipo de Empresa .....	4
1.2    Descripción de la Empresa .....	5
1.4    Visión Y Misión De La Empresa.....	5
Misión.....	5
Visión .....	5
1.4    Relación Productos y/o Servicios.....	6
1.6 Ventajas Competitivas .....	6
1.7 Tramites y Costos .....	6
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR .....	8
2.1 Entorno .....	8
2.2 Sector .....	10
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO .....	15
3.1 Objetivos de Mercadeo .....	15
3.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios .....	16
3.3 Costos Productos.....	21
3.4 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios. ....	22

3.5 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios .....	24
3.6 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios.....	26
3.7 Gastos Pre operativos de Análisis del Mercado.....	29
3.8 Mercado Competidor: .....	29
3.9 Mercado Distribuidor .....	31
3.9.1 Distribución Directa .....	31
3.9.1.1 Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto.....	31
3.9.1.2 Fuerza de ventas:.....	31
3.9.1.3 Manejo de Inventarios .....	33
3.9.2 Distribución a través de terceros (No aplicable a este proyecto).....	34
3.10 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.....	34
3.10.1 Comunicación .....	34
3.10.2 Actividades de promoción y divulgación .....	35
CAPITULO IV. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL .....	37
4.1 Estructura Organizacional del Negocio.....	37
4.1.1 Organigrama Estructura Organizacional .....	37
4.1.2 Organigrama Estructura Personal . .....	41
4.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados. ....	56
4.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio. ....	58
4.2.1 Locaciones Empresa.....	58
4.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	58
4.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area. ....	69
4.2.4 Requerimientos de Servicios en general.....	71
CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL .....	72
5.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas. ....	72
CAPITULO V. ANÁLISIS FINANCIERO.....	73
6.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad.....	73
•Tasa de Rentabilidad de su Industria:.....	73
•Tasas Libre de Riesgo.....	73
•Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista.....	74
•Impuesto sobre la Renta y el CREE.....	74

•% de Margen de Contribución .....	74
6.2. Aportes de Capital de los Socios .....	74
6.3 Créditos y Préstamos Bancarios .....	75
6.4 Precios de los Productos .....	77
6.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos .....	77
6.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos .....	77
DESCRIPCIÓN .....	78
VALOR .....	78
Costos Fijos de Producción .....	78
Costos Fijos de Administración .....	78
Costos fijos de Comercialización .....	78
6.5 Ingresos y Egresos .....	79
6.5.1 Ingresos .....	79
6.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio .....	79
6.5.2 Egresos .....	79
6.5.2.1 Inversiones .....	79
6.5.2.2 Costos .....	80
6.5.3 Estados Financieros. ....	81
6.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias .....	81
6.5.3.2 Flujo de Caja y VPN .....	85
6.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad. ....	88
6.5.4.1 Analisis de Sensibilidad. ....	88
BIBLIOGRAFIA. ....	98

## **LISTA DE FIGURAS.**

<b>Figura 1.1</b> Registro único Empresarial y Social Cámara de Comercio.....	2
<b>Figura 1.2</b> Signos distintivos.....	3
<b>Figura 1.3</b> PIB real agropecuario, participación porcentual.....	11
<b>Figura 2.4</b> Porcentaje de la distribución en la producción nacional de embutidos.....	13
<b>Figura 2.5</b> Proceso productivo general de las carnes frías en Antioquia.....	14
<b>Figura 2.6</b> Geografía de Medellín.....	26
<b>Figura 4.7</b> Organigrama de la Empresa.....	36
<b>Figura 4.8</b> Organigrama Estructura Personal.....	40
<b>Figura 6.9</b> CDT.....	72

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 3.1</b> Ficha técnica del producto.....	16
<b>Tabla 3.2</b> Costos unitarios del producto final.....	21
<b>Tabla 3.3</b> Perfil del consumidor.....	24
<b>Tabla 3.4</b> Cuantificación de los clientes.....	26
<b>Tabla 3.5</b> Plan de ventas.....	27
<b>Tabla 3.6</b> Proyección en ventas.....	29
<b>Tabla 3.7</b> Personal de ventas con sus competencias y salarios.....	31
<b>Tabla 3.8</b> Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	35
<b>Tabla 4.9</b> Procesos administrativos con sus respectivas funciones y responsabilidades...37	
<b>Tabla 4.10</b> Procesos administrativos con sus respectivas funciones y responsabilidades..41	
<b>Tabla 4.11</b> Costos del personal.....	55
<b>Tabla 4.12</b> Precios y requerimientos de enseres y demás.....	57
<b>Tabla 4.13</b> Costos de materiales e insumos.....	68
<b>Tabla 4.14</b> Costo de Cafetería.....	69
<b>Tabla 4.15</b> Servicios generales.....	70
<b>Tabla 5.16</b> Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	70
<b>Tabla 6.17</b> Aporte de socios.....	73
<b>Tabla 6.18</b> Información sobre crédito bancario.....	74
<b>Tabla 6.19</b> Cuadro de amortización crédito bancario.....	74
<b>Tabla 6.20</b> Costos Fijos.....	77
<b>Tabla 6.21</b> Costos Variables.....	77
<b>Tabla 6.22</b> Ingresos propios del negocio.....	78

<b>Tabla 6.23</b> Activos fijos de la empresa.....	79
<b>Tabla 6.24</b> Inversiones de la empresa.....	79
<b>Tabla 6.25</b> Costos variables del producto.....	80
<b>Tabla 6.26</b> Costos Fijos del producto.....	81
<b>Tabla 6.27</b> Estado de resultados.....	82
<b>Tabla 6.28</b> Estado de resultados.....	83



## **LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS.**

(ACI) Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana.

(CAGR) Tasa de crecimiento anual compuesto.

(DANE) Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

(DDP) Incoterms Término de Negociación.

(DIAN) Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales de Colombia.

(DNP) Departamento Nacional de Planeación.

(INPA) Instituto Nacional de Pesqueras de Amazonia.

(ICA) Instituto Colombiano Agropecuario.

(OMS) Organización Mundial de la Salud.

(ONU) Organización de las Naciones Unidas.

(RUES) Registro Único empresarial y social.

(RUT) Registro Único Tributario.

(S.A.S) Sociedad por acciones simplificadas.

## **GLOSARIO.**

-**Arterioesclerosis:** Endurecimiento de las arterias.

-**Butirosos:** Mantecoso.

-**Embutidoras de Carne:** se utiliza para introducir todo tipo de masas dentro de tripas de distinto calibre para la elaboración de embutidos frescos, curados o cocidos

-**Empaque al vacío:** Consiste en extraer el aire del interior del empaque.

-**Freenlace:** Trabajador independiente.

-**Poliinsaturados:** Ácidos grasos

## **ABSTRACT**

FISH'S INLAY your project based on the idea of starting a business from the opportunities that the current environment presents, and the detailed study of the variables that may affect the business. Thus it focuses on a proposal for innovation in terms of product.

My project is to raise awareness of the steps to be carried out to develop the business idea which aims to achieve a product with similar characteristics but common sausages made from fish.

Chorizo fish is classified in one of the foods that contain high levels of nutrients for the human body such as vitamins, minerals, calcium and other nutrients required by the human body and provides the fish meat.

To carry out this project we require 6 key for creating business stages, the first is in the context of the company as such, mission, vision, paperwork and costs constitution, the second stage talks about the environment and the sector where will develop.

The third stage consists of market research, segmentation of customers, end consumers, competition and sales force in the fourth can demonstrate the organizational structure, the fifth is based on legal analysis of the company as such and it finalized the financial analysis is one that shows me if the project is viable or not.

## **RESUMEN EJECUTIVO.**

FISH'S INLAY basa su proyecto en la idea de creación de empresa a partir de las oportunidades que el medio actual presenta, y el estudio detallado de las variables que puedan afectar el negocio. De esta manera se enfoca en una propuesta de innovación en cuanto a producto.

Mi proyecto tiene como fin dar a conocer los pasos que se debe llevar a cabo para desarrollar la idea de negocio que tiene como objetivo, lograr un producto con características similares a los embutidos comunes pero a base de pescado.

El chorizo de pescado se clasifica en uno de los alimentos que contiene un alto nivel de nutrientes para el cuerpo humano como lo son vitaminas, minerales, calcio y demás nutrientes que requiere el cuerpo humano y que proporciona la carne de pescado.

Para llevar a cabo este proyecto requerimos de 6 etapas fundamentales para la creación de negocio, la primera consiste en el contexto de la empresa como tal, misión, visión, constitución trámites y costos, la segunda etapa nos habla del entorno y el sector donde se va desarrollar.

La tercera etapa consta de la investigación de mercados, la segmentación de los clientes, consumidores finales, competencia y fuerza en ventas, en el cuarto se puede evidenciar la estructura organizacional, el quinto se basa en el análisis legal de la empresa como tal y por último el análisis financiero que es aquel que me demuestra si el proyecto es viable o no lo es.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo tiene como objetivo plantear una idea de negocios y al final analizar y evaluar si es viable o no la idea propuesta.

Cada aspecto de este trabajo ha sido cuidadosamente estudiado para revelar la viabilidad del mismo y generar confianza en el receptor de la idea, lo anterior, con datos propios expresados en cifras, promedios y porcentajes con estudio y análisis previo, apoyadas en fuentes verídicas y fácilmente verificables.

# CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

## 1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

Nombre: Fish's Inlay.

### ➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre	Razón Social Palabra Clave	Número de Identificación	Matrícula Mercantil	Registro Nacional de Turismo
------------------------	-------------------------------	-----------------------------	------------------------	---------------------------------

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.  
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social:

**Advertencia:**  
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

*Figura 1.1 Registro único Empresarial y Social Cámara de Comercio.  
Fuente: Cámara de comercio, (s/f) RUES.*

Marca: Chorifish.

The screenshot shows a web browser window with the URL `serviciospub.sic.gov.co/Sic/ConsultaEnLinea/2013/index.php`. The header includes the logo of the **Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA**, the slogan **PROSPERIDAD PARA TODOS**, and the **COLOMBIA** logo with the text **LA RESPUESTA ES**. The main content area is titled **Signos distintivos** and **Criterios de consulta**. The search criteria are as follows:

Expediente	1990	60	Control
Certificado	Número	Control	
Denominación	Contiene todas las p	Chorifish	
Clasificación de Niza	-- TODAS LAS CLASES --		
Titular	Igual que	Chorifish	

At the bottom of the search area, there are two buttons: **Enviar consulta** and **Restaurar**. Below the buttons, a message states: **No se encontraron registros**.

*Figura 1.2 Signos distintivos*

*Fuente: Superintendencia Industria y Comercio.(2013).Signos distintivos.*

## 1.1 Tipo de Empresa

- El tipo de empresa seleccionada fue: S.A.S.
- Las ventajas y especificaciones de la sociedad son las siguientes:
  - Unipersonal.
  - Constitución por documento privado.
  - Término de duración indefinido.
  - Objeto social indeterminado
  - Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
  - Voto múltiple.
  - Libertad de organización.
  - No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva
  - Elimina límites sobre distribución de utilidades.

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea. (Finanzas personales, (s/f) El modelo S.A.S en Colombia.)



## **1.2 Descripción de la Empresa**

Fish's Inlay S.A.S es una empresa dedicada a la producción y comercialización de innovadores chorizos de pescado pre cocidos bajo la marca chorifish, el cual será posicionado en la mente del consumidor por su exquisito sabor, calidad y estrategias de reconocimiento de la marca, además crea tienda online para ofrecer el producto. La empresa pertenece al sector económico alimentos.

Está contemplada dentro del concepto de Microempresa en cuanto a su corto tiempo de creación y limitado capital, con posteriores miras a su crecimiento y expansión.

Ubicados en la Ciudad de Medellín Colombia, con domicilio principal en el centro de Medellín. La ubicación fue así escogida debido a que en dicho sector se encuentran ubicados gran parte de nuestros proveedores y clientes.

## **1.4 Visión Y Misión De La Empresa**

### **Misión**

Fish's Inlay es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de Chorizos de pescado con el fin de ofrecer un producto con excelente calidad. Prestamos un servicio excelente a nivel nacional, mediante procesos optimizados y contando con un recurso humano preparado identificado con la empresa por su continuo desarrollo y crecimiento, todo ello orientado a la satisfacción de nuestros clientes comprometiéndonos siempre con los más altos estándares de calidad.

### **Visión**

Nuestra empresa Fish's Inlay tiene proyectado duplicar el negocio de embutidos en el 2018, siendo una de las empresa más reconocida en el exterior y a nivel nacional contribuyendo al desarrollo de la industria nacional buscando que los productos y las marcas sean

reconocidos por su calidad, innovación y precio justo.

## **1.4 Relación Productos y/o Servicios**

Los embutidos son carnes sazonadas y condimentadas metidas o embutidas en tripas naturales, nacen de la necesidad de conservar la carne y de una técnica básica que en principio se limitó a sol, sal y más tarde humo, El resultado de estos embutidos eran sabores profundos, verdaderos y unos aromas inolvidables, de aquí nace la idea de chorizos de pescado que es el producto que se va a ofrecer.

## **1.6 Ventajas Competitivas**

la empresa Fish's Inlay en la línea de chorizos tiene una ventaja competitiva frente al mercado y es que el producto que le estamos ofreciendo al cliente tiene una característica y es el sabor diferente e innovador del pescado , elaborado de la tripa natural de cerdo, sierra en trozos y lardo congelado esto lo hace distinto al que ofrecen el mercado, adicional a esto el pescado tiene proteínas de buena calidad, minerales como el hierro, el zinc y ácidos grasos como el Omega 3, disminuye el colesterol, propiedades con las cuales no cuenta la carne y los demás embutidos que ofrece la competencia.

## **1.7 Tramites y Costos**

- La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.
- Teniendo en cuenta que usted desea constituir una compañía, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, con lo que sólo deberá ser autenticada en la notaría más cercana. El valor de una autenticación es de \$3.450 por firma y huella.
- El registro de la empresa en cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito.
- Los derechos de inscripción corresponden a \$32.000 por el registro del documento.

-Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es gratuita

-El formulario de Registro Único Empresarial: \$4.000.

-Registro mercantil 2.300.

-La apertura de la cuenta en un banco, requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo, no genera costos.

-Tanto para la entidad bancaria, como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente \$4.300.

-Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.

-La inscripción de los libros obligatorios, que son, el libro de actas, y de accionistas tiene un costo de \$10.300 por cada libro que desee registrar sin importar el número de hojas. (Gestión Legal Colombia, (2014), cuanto me cuesta crear una empresa en Colombia.)

-Registro de marca por un valor de \$796.000

-Elaboración de estatutos de la sociedad \$644.350

-Matricula y renovación de acciones \$960.000

## CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

### 2.1 Entorno

- **A nivel sociocultural:**

Sabemos pues que el concepto de Globalización se ha apegado a cantidades de relaciones a pequeña y gran escala, de esta manera tanto los países como sus economías, y los individuos de cada país, buscan unificar conceptos, y conocer de otros, además del intercambiar no solo a nivel comercial sino cultural. Aplicando esta concepción más amplia del mercado, entramos como empresa a visualizarnos en un mercado curioso y sin fronteras en el que empieza a participar nuestro país facilitándonos esto con sus tratados y relaciones comerciales.

Así pues nos adentramos a un entorno universal donde todos los individuos independientemente de su ubicación geográfica o cultural, tienen en su mayoría el interés de conocer de otros y mucho más en un aspecto tan importante como el gastronómico. Nos apoyamos también en una parte de nuestro entorno y es en la población que no está residiendo en su país de origen y que les surge la necesidad de alimentación con recordación étnica. El factor emocional también juega un papel clave en el entorno de los demandantes.

- **A nivel medioambiental.**

El entorno cada vez es más consiente de la necesidad de prácticas industriales donde se proteja y se conserve el medio ambiente, lo anterior es una tendencia mundial y se está tornando a casi obligatoria. Nuestro producto y en general nuestro proyecto se sustenta en una idea de sostenibilidad y amabilidad con el medio ambiente, en cuanto al cuidado con el agua, el reusó del papel, el uso de la luz y la separación de residuos.

### **A nivel de legalidad**

Otra figura que merece suma atención es la aparición de una normatividad muy estricta en cuanto a los contenidos, empaque, embalajes, salubridad, trazabilidad y especificadores mínimos entre otras que se suman como requerimiento a las exportaciones y más aún en si tenemos en cuenta que cada país cuenta con sus propias determinaciones en estos temas. En cuanto a las variables legales nos apegamos como participantes del sector de alimentos, al conocimiento y aplicación de las normas vigentes a nivel nacional de cada país y a las normas internacionales elaboradas para nuestros productos, sin ser esto un obstáculo sino una oportunidad de respaldo para la calidad que enmarca nuestra filosofía.

- **A nivel tecnológico**

La tendencia mundial es la implantada por la obligación de competitividad implícita en la globalización. Los estándares de calidad, el consumismo masivo, la necesidad de mejoras en las prácticas, el inconformismo del cliente y las actividades industriales amigables con el medio ambiente, le exigen al mercado implementar unas técnicas de innovación y mejora que solo se lleva a cabo con herramientas tecnológicas, sabemos pues que como empresa naciente no contamos con un abastecimiento inmenso en maquinaria, capital o personal, sin embargo contamos con una idea innovadora que por el hecho de serlo impacta en el campo tecnológico. Cabe resaltar también que la empresa contempla la posibilidad de realizar los procesos de una manera más industrializada y desarrollada a medida que se genere el crecimiento de la misma.

- **A nivel Económico**

De acuerdo a las últimas tendencias presentadas a nivel mundial la industria cárnica está creciendo.

La tendencia está marcada porque el sólo consumo de carne a nivel mundial ha crecido cerca de un 3% en los últimos cinco años, lo que garantiza el atractivo de una de las fuentes de proteína más importante para la alimentación del mundo. Este consumo ha sido liderado

por los países emergentes, que han hecho consolidar diferentes categorías de alimentos por su demanda y la importancia que adquieren cada vez más estos productos, con una proyección de crecimiento para los próximos años.(I alimentos, A (2013) La responsabilidad de los mercados embutidos.)

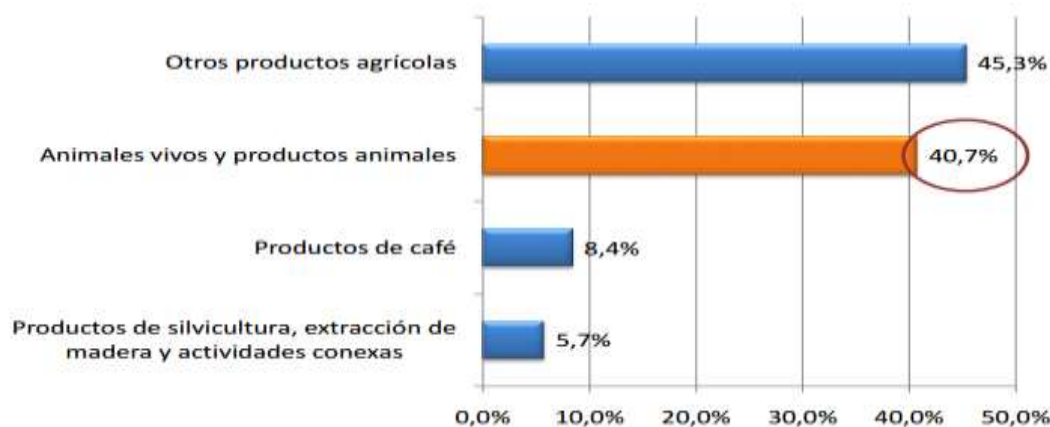
## **2.2 Sector**

Los embutidos pertenecen a la industria cárnica, es uno de los 5 primeros sectores industriales de nuestro país, tiene una importante producción local, la que se encuentra muy protegida por el Gobierno a través de los aranceles variables que presentan los productos en estudio. Sin embargo, los procesados cárnicos colombianos son de calidad inferior a los importados, y la oferta colombiana no es tan amplia como la que presentan países como Argentina, España o Italia.

la industria de la carne y el pescado con el 0,7% del PIB real nacional de 2009, según los datos de Raddar (2009) los colombianos gastan en carne un 15,89% del gasto en alimentos y el 6% del gasto total familiar.

Estadísticas del sector:

**PIB real agropecuario 2009.**  
**Participación porcentual**



*Figura 1.3 PIB real agropecuario, participación porcentual.*

*Fuente: Fenalco Antioquia, (2010). Sector cárnico.*

#### RENTABILIDAD DEL SECTOR:

- Colombia cuenta con la cuarta producción más grande de carne bovina en América latina, un consumo per cápita en aumento (2% CAGR en los últimos 6 años) y una importante inserción en los mercados internacionales en productos cárnicos bovinos. El país se postula como un destino de Inversión extranjera directa atractivo para este sector.(Procolombia (s/f) Inversión en el sector Cárnico en Colombia.)

El producto más importado por Colombia es el tocino con más de 5.000 toneladas, seguido por los jamones y embutidos, con 1.200 y 811 toneladas respectivamente.

El tocino fue el producto más barato comparativamente, mientras que los embutidos y los jamones importados fueron de los productos más caros en comparación con el resto. Destaca también las importaciones mínimas de paletas o trozos de paleta durante el año corrido 2.005.

El principal país exportador de fiambres, embutidos y patés a Colombia es Chile, con una cuota superior al 45% en volumen, seguido de Canadá con un 33% y Estados Unidos con 16%. Sin embargo, analizando la cuota de mercado, vemos que estos 3 países con mayores exportaciones en volumen tienen una importante caída de la cuota de mercado, hecho que nos indica que los productos que exportan son de menor precio (y probablemente de menor calidad) que los productos exportados por países como Ecuador con 1.7%, España con 2.5%, o Italia con 0.4%, que incrementan considerablemente su cuota de mercado cuando consideramos ésta en valor en lugar de en volumen.

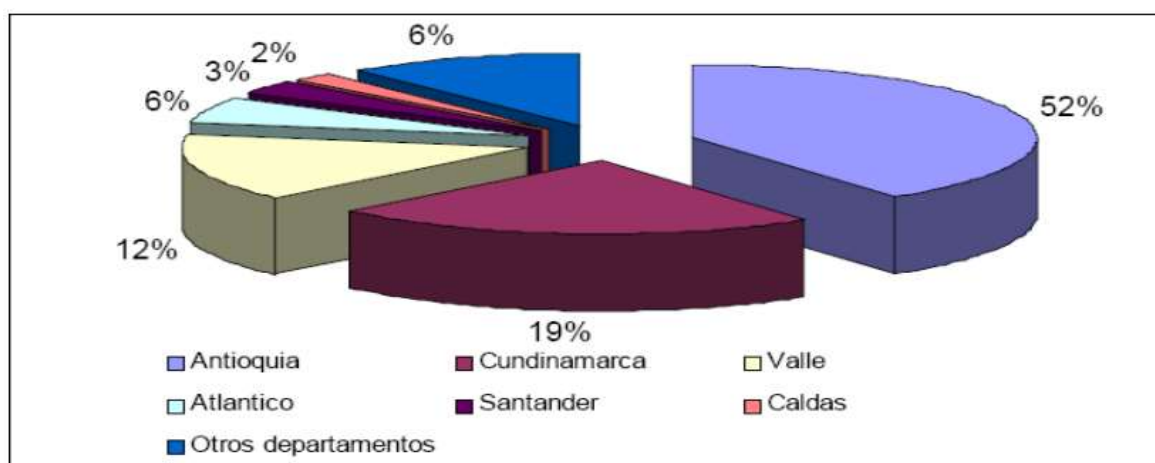
Un obstáculo comercial que se aprecia en el mercado de los procesados cárnicos importados es que su distribución se realiza casi exclusivamente en las grandes cadenas de distribución: supermercados e hipermercados. Estos formatos comerciales están controlados por 5 grandes compañías: CARREFOUR, CARULLA-VIVERO, ALKOSTO, ÉXITO y OLÍMPICA, por lo que se trata de un sector muy concentrado y en manos de pocas empresas. Esta gran concentración del sector de la distribución colombiano hace que estas empresas tengan un gran poder de negociación frente a sus proveedores.

- A la hora de producir procesados cárnicos en Colombia, y de cara a una posible inversión en el país, un obstáculo a tener en cuenta es la **alta variabilidad de los precios** de la materia prima principal, la carne, que representa el 84% del total de los costos de los procesados cárnicos. Esto hace que los precios y los márgenes estén sujetos a las variaciones de unos pocos insumos, creando incertidumbre en la planificación a largo plazo de las empresas. Además, podríamos afirmar que en general no existen frigoríficos adecuados para la matanza de ganado, los comercializadores de carne por lo general no tienen en cuenta aspectos de higiene y transporte básicos y en los mataderos se siente un ambiente de comercio más que de producción.(finas carnes, (2008) Estudio de mercado.)
- Como productos sustitutos podemos encontrar los embutidos con otro tipo de carnes como la vacuna, cerdo el pollo del mismo modo se convierte muchas veces como sustituto las salchichas el salchichón el jamón y la mortadela, debido al gusto y la economía que se maneja.

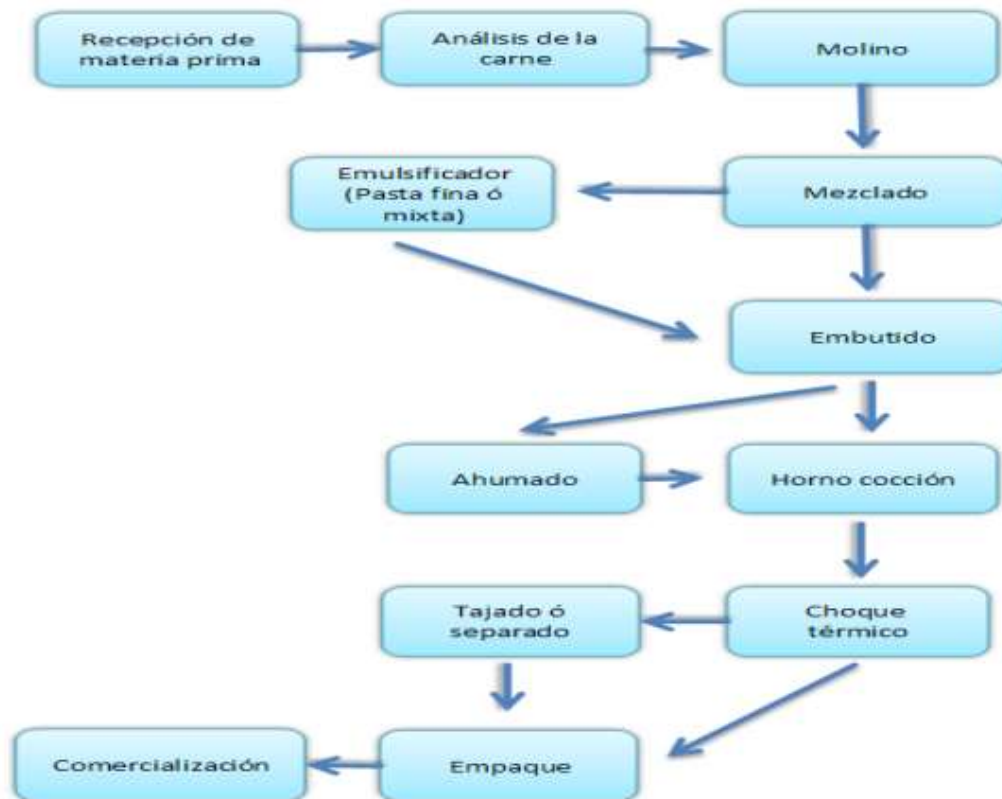


- La balanza comercial colombiana registro US\$17 millones, en las exportaciones yUS\$58 millones, en las importaciones de la cadena de cárnicos, presentando un déficit entre 2001 y 2003. La mayor tasa de apertura exportadora (18.80%), la presentó los productos de la carne de ganado vacuno en el 2001, incidiendo positivamente en las exportaciones totales de la cadena (52.5%). Venezuela, Antillas Holandesas y Perú, son los principales destinos de las exportaciones.(DNP, 2004: 129)7.

Antioquia es el departamento donde se concentra la mayor parte de la producción nacional de carnes frías con un 52%, seguida de Cundinamarca con un 19% y el Valle con un 12% 11 , como puede apreciarse en el siguiente gráfico.



*Figura 2.4 Porcentaje de la distribución en la producción nacional de embutidos*  
Fuente: Secretaría de Agricultura y desarrollo Rural .



*Figura 2.5 Proceso productivo general de las carnes frías en Antioquia.*

*Fuente: Liliana, A. y Sandra R. (2006) Monografía como requisito para optar al título de Economista.*

Principales competidores:

ZENU

COLANTA

RICA

CARNELLY

SUIZO

Y muchas PYMES que no se rigen por los estándares de calidad exigidos.

## **CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **3.1 Objetivos de Mercadeo**

#### **OBJETIVOS A LARGO PLAZO.**

- Ser en el 2022 a nivel latinoamericano una de las empresas más reconocidas no solo por sus productos, sino también por sus altos estándares de calidad, variedad y sabores en chorizos innovadores y saludables.
- Tener en el 2020 sedes en algunas ciudades del país como lo son: Bogotá, Cali, Cartagena, Pereira, Valle de Cauca.

#### **OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO.**

- Analizar en el 2017 el mercado internacional para incursionar en ellos teniendo un muy buen porcentaje en las exportaciones Colombianas.
- En el 2016 ser una empresa calificada y certificada bajo las normas establecidas para la industria cárnica.

#### **OBJETIVOS A CORTO PLAZO.**

- Tener una amplia variedad de chorizos saludables tales como, vegetarianos y bajos en grasa, chorizos butirosos como los de chicharrón.
- Ampliar el mercado a los diferentes municipios de Antioquia como lo son: Bello, Itagüí y La Estrella.

### 3.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Tabla 3.1 Ficha técnica del producto

<p><b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO TERMINADO.</b></p> <p><b>CHORIZO DE PESCADO</b></p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:</b></p>	<p>Es un producto cárnico crudo preparado con pescado y embutido con tripa natural con un diámetro de 28 a 32 mm y de 10 a 12 cms de longitud.</p> <p>Son ideales para todas las personas, especialmente para los más pequeños o jóvenes que se encuentren en <u>época escolar</u>, ya que el pescado les aportará una cantidad interesante de fósforo, y sobre todo de calcio, un mineral importante que favorece un correcto crecimiento.</p> <p>Además es tan beneficioso, que muchos expertos nutricionistas aconsejan tomar entre tres y cuatro raciones de pescado a la semana, dada las importantes virtudes que éstos tienen.</p>

<b>EMPAQUE</b>	Empaque al vacío 250 gramos Empaque al vacío 500 gramos.																																
<b>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL.</b>	<p data-bbox="893 427 1125 459">Aporte por ración</p> <table data-bbox="893 506 1425 1825"> <tr> <td data-bbox="893 506 1087 538">Energía [Kcal]</td> <td data-bbox="1141 506 1235 538">356,00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 587 1047 619">Proteína [g]</td> <td data-bbox="1141 587 1219 619">21,18</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 666 1146 757">Hidratos carbono [g]</td> <td data-bbox="1141 693 1202 725">1,90</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 800 1009 832">Fibra [g]</td> <td data-bbox="1141 800 1202 832">0,00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 878 1080 910">Grasa total [g]</td> <td data-bbox="1141 878 1219 910">29,30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 957 1004 989">AGS [g]</td> <td data-bbox="1141 957 1219 989">12,36</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1036 1014 1068">AGM [g]</td> <td data-bbox="1141 1036 1219 1068">13,10</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1115 1004 1146">AGP [g]</td> <td data-bbox="1141 1115 1202 1146">2,50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1193 1042 1225">AGP /AGS</td> <td data-bbox="1141 1193 1202 1225">0,20</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1272 1146 1347">(AGP + AGM) / AGS</td> <td data-bbox="1141 1289 1202 1321">1,26</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1393 1096 1425">Colesterol [mg]</td> <td data-bbox="1141 1393 1219 1425">72,60</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1472 1042 1504">Alcohol [g]</td> <td data-bbox="1141 1472 1202 1504">0,00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1551 1009 1583">Agua [g]</td> <td data-bbox="1141 1551 1219 1583">43,68</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="893 1630 1025 1661"><b>Minerales</b></td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1708 1047 1740">Calcio [mg]</td> <td data-bbox="1080 1708 1158 1740">18,40</td> </tr> <tr> <td data-bbox="893 1787 1047 1819">Hierro [mg]</td> <td data-bbox="1080 1787 1141 1819">2,10</td> </tr> </table>	Energía [Kcal]	356,00	Proteína [g]	21,18	Hidratos carbono [g]	1,90	Fibra [g]	0,00	Grasa total [g]	29,30	AGS [g]	12,36	AGM [g]	13,10	AGP [g]	2,50	AGP /AGS	0,20	(AGP + AGM) / AGS	1,26	Colesterol [mg]	72,60	Alcohol [g]	0,00	Agua [g]	43,68	<b>Minerales</b>		Calcio [mg]	18,40	Hierro [mg]	2,10
Energía [Kcal]	356,00																																
Proteína [g]	21,18																																
Hidratos carbono [g]	1,90																																
Fibra [g]	0,00																																
Grasa total [g]	29,30																																
AGS [g]	12,36																																
AGM [g]	13,10																																
AGP [g]	2,50																																
AGP /AGS	0,20																																
(AGP + AGM) / AGS	1,26																																
Colesterol [mg]	72,60																																
Alcohol [g]	0,00																																
Agua [g]	43,68																																
<b>Minerales</b>																																	
Calcio [mg]	18,40																																
Hierro [mg]	2,10																																

Yodo [mg]	10,90
Magnesio [mg]	10,30
Zinc [mg]	1,20
Selenio [μg]	21,10
Sodio [mg]	2.300,00
Potasio [mg]	180,00
Fósforo [mg]	0,00
<b>Vitaminas</b>	
Vit. B1 Tiamina [mg]	0,33
Vit. B2 Riboflavina [mg]	0,15
Eq. niacina [mg]	11,47
Vit. B6 Piridoxina [mg]	0,14
Ac. Fólico [μg]	0,90
Vit. B12 Cianocobalamina [μg]	0,90
Vit. C Ac. ascórbico [mg]	0,00
Retinol [μg]	1,00
Carotenoides (Eq. β carotenos) [μg]	0,00
Vit. A Eq. Retinol [μg]	1,00
Vit. D [μg]	1,00

<http://www.dietas.net/tablas-y->

	<p>calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos/carnes-y-derivados/embutidos/chorizo.html</p>
<p><b>INGREDIENTES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 400 g de pescado Sierra en trozos</li> <li>• 100 g de lardo o papada de cerdo congelado, cortado en trozos pequeños ***</li> <li>• 3/4 cucharadita de sal de mesa</li> <li>• 1/4 cucharadita de sal de humo</li> <li>• 1/2 cucharadita de pimienta</li> <li>• 1/4 cucharadita de cebolla en polvo</li> <li>• 1/2 cucharadita de ajo en polvo</li> <li>• 1/2 cucharadita de azúcar</li> <li>• 1 pastilla de vitamina C de 500 mg hecha polvo (ácido ascórbico) *</li> <li>• la punta de una cucharadita de nitrito de sodio</li> <li>• 2 cucharadas de vinagre de vino blanco</li> <li>• 2 cucharadas de pimentón ó paprika</li> <li>• ¼ de cucharadita de semillas de anís molido</li> <li>• 1.5 m de tripa natural para embutir</li> <li>• 1 taza de vinagre blanco</li> </ul>

<b>TIPO DE CONSERVACIÓN</b>	Congelación: temperatura de 10° y 20°C
<b>ALMACENAMIENTO</b>	Se debe almacenar en refrigeración, dentro de un recipiente hermético.
<b>VIDA ÚTIL</b>	El chorizo tiene una vida útil de 3 semanas.
<b>INSTRUCCIONES DE CONSUMO</b>	Una vez abierto el empaque consumir lo más pronto posible, dejándolo en condiciones de congelación debidamente sellado.
<b>RECOMENDACIONES</b>	<p>NUNCA DEBE EXCEDERSE EN LA CANTIDAD RECOMENDADA YA QUE ES UN PRODUCTO TÓXICO.</p> <p>Siempre cueza el chorizo antes de consumirlo. Si nota la aparición de moho en la superficie de la tripa, deséchelo.</p> <p>Aunque se agrega vinagre y ácido ascórbico para inhibir el crecimiento bacteriano, no es recomendable dejarlo colgado a temperatura ambiente en climas calurosos.</p>

*Fuente: Elaboración propia.*



### 3.3 Costos Productos

Tabla 3.2 Costos unitarios del producto final.

<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidades</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Pescado Sierra en trozos	\$ 12,00	400,00	GRAMOS	\$ 4.800,00
Lardo o papada de cerdo	\$ 10,00	200,00	GRAMOS	\$ 2.000,00
Sal mesa	\$ 2,00	10,00	GRAMOS	\$ 20,00
Sal humo	\$ 3,00	10,00	GRAMOS	\$ 30,00
Pimienta	\$ 2,00	10,00	GRAMOS	\$ 20,00
Cebolla	\$ 3,00	10,00	GRAMOS	\$ 30,00
Ajo	\$ 1,00	10,00	GRAMOS	\$ 10,00
Azúcar	\$ 4,00	10,00	GRAMOS	\$ 40,00
Ácido ascórbico	\$ 7,00	10,00	GRAMOS	\$ 70,00
Vinagre blanco	\$ 100,00	10,00	GRAMOS	\$ 1.000,00
Pimentón	\$ 50,00	20,00	GRAMOS	\$ 1.000,00
Anís	\$ 100,00	10,00	GRAMOS	\$ 1.000,00
Tripa natural	\$ 5,72	350,00	CENTIMETROS	\$ 2.002,00
Empaque	\$ 170,00	1,00	UND	\$ 170,00
Sticker	\$ 50,00	1,00	UND	\$ 50,00
<b>Total Costos Variable Unitario del Producto</b>				<b>\$ 12.242,00</b>

Fuente: Elaboración propia.

Todos los precios fueron investigados en supermercados de la mayorista de Medellín y el empaque salió de mercado libre, y el sticker lo averiguamos en impresos múltiples dando un valor muy económico por tener contrato de publicidad, tarjetas y demás.

#### IMPORTACIONES.

Para la elaboración de los chorizos se requiere de unas máquinas especiales para poder culminar con producto, las maquinas se van a traer de España marca Cato y son dos embutidoras de carne al vacío EB2/EB2MM Hidráulicas con un valor DDP de 891,16 €, cotizado así por el proveedor. (Cotización adjunta).

### 3.4 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.

El mercado meta es Medellín

Según investigaciones realizadas los criterios para escoger dicho mercado fueron:

-Inversiones extranjeras:

Este es el último resultado que muestra la Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana (ACI) al cierre del 2013, un año en el que a través de ella, según su director, Juan David Valderrama, se captaron 10,7 millones de dólares en cooperación internacional.

También, la ACI gestionó que 18 empresas de otros países se asentaran en la región –16 en Medellín–, con una inversión de 227 millones de dólares y 3.500 empleos formales creados.

Valderrama añadió que fueron visitados por 209 periodistas y 816 altos funcionarios de otros países, lo cual ayuda a posicionar la ciudad como destino de turistas e industrias.

(Portafolio, A (2015) Medellín atrajo más de 227 millones de dólares del extranjero)

- El turismo e impacto económico:

El buen momento que está viviendo Medellín y que la ubica entre las ciudades latinoamericanas más atractivas para invertir es el resultado de una estrategia de internacionalización que en gran medida se enfoca en el tema de turismo de negocios, ferias y eventos.

Datos del Dane muestran que el 29% del Producto Interno Bruto de Medellín corresponde al renglón de comercio, hoteles y turismo; el segundo lugar están los servicios personales (industrias creativas, artistas, freelance, generación de contenidos) con 22%; y el tercer lugar, con el 20%, lo ocupa la industria.

Para Gabriel Jaime Rico, gerente general de Plaza Mayor Medellín, el proceso de internacionalización que vive la ciudad es un sinónimo de empleo. Según el Dane, para el mes de abril de 2014 la tasa de desocupación de la ciudad se ubicó en 10,4%.

“En los últimos 20 meses ha ido bajando el nivel desempleo y esto tiene correlación con la expansión internacional de la ciudad. El impacto económico se manifiesta en la creación de puestos de trabajo, y el principal renglón de generación de mano de obra en Medellín es comercio, hoteles y turismo”.

La llegada de visitantes a la ciudad representa ocupación hotelera, empleo para los taxistas, ingresos para los restaurantes y comercios. “Cuando un turista o visitante llega a la ciudad gasta entre \$500.000 y un millón de pesos al día y esto se ve reflejado inmediatamente en los resultados económicos de Medellín”, afirma el directivo.

Uno de los eventos más importantes que ha tenido la ciudad y que se llevó a cabo en Plaza Mayor fue el Foro Urbano Mundial, organizado por ONU Hábitat. Al evento asistieron cerca de 60.000 personas, entre ellos 11.000 visitantes internacionales representantes de 156 países, 80 ministros y 500 alcaldes. Los cálculos señalan que dejó para la ciudad más de US\$50.000 millones.

(Dinero, A. (2015) A la economía de Medellín la mueve el turismo de eventos)

- Por salud:

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), cada persona debería comer a la semana 400 gramos de pescado, es decir, dos porciones equivalentes al tamaño de la mano. De esta forma, se obtendrían beneficios como la reducción de los triglicéridos y un mayor desarrollo cognitivo.

Julián Esteban Londoño Gallo, nutricionista del proceso En Familia, explicó que el pescado, considerado carne blanca junto al pollo y el cerdo (más recientemente), es bajo en grasa. “La poca que tiene es muy buena y entre esa grasa están los famosos omega 3, que son ácidos grasos poliinsaturados, que son esenciales aunque nuestro cuerpo no los produce”.

Los beneficios del omega 3 se extienden no solo a la salud del cerebro y el corazón, sino también hasta el embarazo. Londoño dice que la reducción de los triglicéridos del cuerpo, que a su vez reducen la **arterioesclerosis**, así como un mayor desarrollo cognitivo, están entre los más importantes. También son vasodilatadores, lo que permite evitar o controlar la hipertensión, y tienen propiedades antiinflamatorias.

(Fredy, Z. A, (s/f) Coma pescado más que por tradición religiosa.)

- Por consumo:

Colombia presenta 4 ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla) que se identifican como mercados nacionales y donde se concentra el 28 por ciento de la población colombiana como centros de urbanismo y polos de desarrollo. Se les identifica como focos de consumo de productos de la pesca y la acuicultura, además de los procesados o enlatados (INPA - ICA, 1999). Según el estudio citado, en general el 91 por ciento de los hogares y el 90 por ciento de las personas que conforman los hogares investigados consumen productos pesqueros. (Departamento de Pesca y Acuicultura, A (1999) Mercado y comercio).

### 3.5 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

*Tabla 3.3 Perfil del consumidor.*

<b>PAÍS</b>	Colombia
<b>CIUDAD</b>	Medellín
<b>TIPO DE CONSUMIDOR</b>	- Final - Distribuidores minoristas
<b>CRITERIOS DE COMPRA</b>	- Alimentación balanceada - Curiosidad en el

	<p>sabor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un producto de precio asequible</li> <li>- Suplir la carne</li> <li>- Facilidad para adquirirlo</li> <li>- Necesidades básicas</li> </ul>
<u>POBLACIÓN META</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hombres Mujeres y niños de los 5 años hasta los 80 años de edad.</li> <li>- Supermercados</li> <li>- Tiendas</li> </ul>
<u>ESTRATO</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Del 1 al 5</li> </ul>
<u>PODER ADQUISITIVO</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desde un salario mínimo en adelante.</li> </ul>
<u>VENTAJA</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto que hace parte de la canasta familiar.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia.*



Figura 2.6 Geografía de Medellín.  
Fuente: Google.(2012) Geografía.

### 3.6 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios.

Tabla 3.4 Cuantificación de los clientes.

CUANTITATIVO	CIFRAS	PORCENTAJES	FUENTE
Población Medellín	2.464.322	100%	Medellincomovamos, A.(2015) La ciudad.
Edad mayores de 5 años	2.318.217	94%	Medellin.gov.co, A.(2015)
Consumidores	2.086.395,3	84%	Departamento de Pesca y Acuicultura,A (1999)
Competidores como: Zenú, Rica, Colanta y Carnelly,	1.356.156,75	55%	Semana.com, A.(2013) La competencia de las marcas.
Estrato 2,3,4,5	2.069.431	83%	Dane 2011 (ver figura)



*Fuente: Elaboración propia.*

Según estadísticas e investigaciones podemos incursionar en un 35% del mercado, La competencia es fuerte ya que abarca un 55% y aparte encontramos a nivel regional más de 450 compañías dedicadas al mercado cárnico y de embutidos.

(NULLVALUE, A.(2002) . Rica a manos de su competidor)

De igual manera más adelante tenemos pensado expandirnos, ya que a pesar que la competencia es fuerte y grande realmente es competencia de productos sustitutos y/o similares, mas no del pescado de chorizo como tal, por este motivo el mercado de nosotros puede ser mucho mayor.

## PLAN DE VENTAS:

*Tabla 3.5 Plan de ventas.*

MES	CANTIDADES	VALOR TOTAL
Enero	20.000	\$36.000.000
Febrero	20.000	\$36.000.000
Marzo	40.000	\$72.000.000
Abril	60.000	\$108.000.000
Mayo	40.000	\$72.000.000
Junio	60.000	\$108.000.000
Julio	60.000	\$108.000.000
Agosto	40.000	\$72.000.000
Septiembre	40.000	\$72.000.000
Octubre	40.000	\$72.000.000
Noviembre	40.000	\$72.000.000
Diciembre	20.000	\$36.000.000

*Fuente: Elaboración propia.*

La variación en los meses de la tabla 3.5 se debe a los siguientes:

Los meses Enero y Febrero se empieza a incursionar en el mercado lo que quiere decir que mientras se expanden las ventas y el consumidor va conociendo el producto las ventas van a estar bajas.

En el mes de marzo mayo agosto septiembre octubre y noviembre no hay variedad en las cantidades porque no hay novedades de temporada.

El mes de Abril se disparan las ventas ya que estamos en época de semana santa, donde el consumidor tiene creencias religiosas y prefieren no comer carne y aumentar el consumo de pescado.

En el mes de Junio y julio es por la época de vacaciones donde la mayoría de consumidores entre los 5 años y los 18 están en casa y se les hace mucho más fácil preparar un embutido de pescado que consumir la carne, es como cuestión de optimización del tiempo de los padres que trabajan.

En el mes de diciembre las ventas pueden bajar significativamente por cuestión de navidad donde la carne de cerdo y demás son de consumo masivo, el consumo del pescado es demasiado reducido.



## PROYECCIÓN A 5 AÑOS

*Tabla 3.6 Proyección en ventas.*

MES	CANTIDADES
Enero	60.000
Febrero	60.000
Marzo	60.000
Abril	90.000
Mayo	60.000
Junio	80.000
Julio	80.000
Agosto	60.000
Septiembre	60.000
Octubre	60.000
Noviembre	60.000
Diciembre	40.000

*Fuente: elaboración propia.*

La proyección a 5 años tabla 3.6 se aumenta ya que se espera que expandamos más nuestro negocio a estratos más altos, por ser un producto bajo en grasa que ayuda a la salud esto puede aumentar el volumen de consumidores, también se piensa en vender por catálogo entonces las cifras van aumentando considerablemente.

### **3.7 Gastos Pre operativos de Análisis del Mercado.**

Gasto de Internet: Durante 2 semanas \$15.000

Gasto telefonía: Durante 1 día \$ 3.000

Para un total de: \$18.000

### **3.8 Mercado Competidor:**

**Zenú** el competidor más fuerte:

Productos: Mortadelas, chorizos, jamón, Practi carne, medallones, tocineta, albondigones, Salchichón entre otros.

Participación en el mercado: Tiene un 33,5% en el país. (NULLVALUE, (2002))

Margen de utilidad: \$ 57.645.000 (gruponutresa.com, A.(2011) estados financieros).

Certificación: ISO 9901 Versión 2000

Marcas: Pietrán, ranchera, Sofía, Zenú.

**Colanta:**

Productos: Chorizos, Salchichas, Salchichón, Jamón, mortadela, morcilla, butifarra, Tocineta, hamburguesa, cábano.

Crecimiento de las Ventas un 10,3 % en el 2007 (portafolio.com, A.(2007)).

Certificación: ISO 9001 Versión 2008, INVIMA

Marcas: Colanta

**Rica:**

Productos: salchichas, salchichón, mortadela, jamón, chorizos, Costillas, este hace parte del grupo Nutresa.

**Carnelly:**

Productos: Jamones, mortadelas, chorizos, salchichas, salchichón.

Nota: la información de los competidores no es muy abierta.

### 3. 9 Mercado Distribuidor

La empresa fish's Inlay decide realizar sus ventas directas, sin utilizar a terceros para su distribución.

#### 3.9.1 Distribución Directa

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

La distribución será de la siguiente manera:

**Punto de venta:** En la misma empresa estará ubicado la planta de producción, se contará con la sede administrativa y con un punto de venta al detal o al por mayor, este estrá ubicado en el centro de Medellín, para tener un mayor cubrimiento y tiempo de entrega extra rapido.

**Puerta a puerta:** Lo que se pretende es posecionarse en las tiendas de barrios, minimercados y supermercados del área, también se pretende llegar a la minoristas, mayoristas y demás puntos de comercialización, por sectores se va tener impulsadoras las cuales inicialmente van a estar en cada tienda de barrio, supermercado o centro comercial aproximadamente durante 2 horas lo que quiere decir que diario visita 4 lugares donde en la semana sería 20 y al mes 80, donde cada una tiene una meta de 750 unidades por mes. La cifra es muy considerada y realmente certera ya que por cada lugar sería 10 unidades. Esto es muy factible por que en un solo bbarrio de comuna pueden existir entre 20 a 30 tiendas.

##### 3.9.1.2 Fuerza de ventas:

*Tabla: 3.7 Personal de ventas con sus competencias y salarios.*

PERSONAL	CANTIDAD	COMPETENCIAS	SALARIO
Impulsadoras	4	Deben ser técnicos en	\$781.000

		mercadeo o área a fines, con mínimo un año de experiencia en ventas.	
<b>TRABAJADOR</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>CESANTIAS- 8,33%</b>	<b>INTERESES A LA CESANTIAS-1,00%</b>
Impulsadoras (4)	781.000	65.057,3	7.810
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD – 4,00 %</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
65.057,3	32.567,7	31.240	124.960
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
31.240	0	0	8.153,64
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO TRANSPORTE</b>
Indefinido	10	12.500	74.000
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Técnicos.		1.233.485	
Vendedores Punto de Venta	2	Debe ser tecnólogo en administración o áreas afines, con mínimo un año de experiencia.	\$1.038.175,43
<b>TRABAJADOR</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>CESANTIAS- 8,33%</b>	<b>INTERESES A LA CESANTIAS-1,00%</b>
Vendedores (2)	1.038.175,43	86.480,01	10.381,75
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD – 4,00 %</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
86.480,01	43.291,91	41.527,01	166.108,06
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
41.527,01	0	0	10.838,55
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO TRANSPORTE</b>
Indefinido	8	12500	74.000
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Tecnólogo		1.611.309,74	
		Debe ser profesional en	

Coordinador de ventas	1	mercadeo o áreas afines, tener 2 años de experiencia	\$1.855.882,18
<b>TRABAJADOR</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>CESANTIAS- 8,33%</b>	<b>INTERESES A L CESANTIAS-1,00%</b>
Director de área y Contador	1.855.882,18	154.594,98	18.558,82
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD - 4%</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
154.594,98	77.390,28	74.235,28	296.941,14
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
74.235,28	0	0	19.375,40
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO TRANSPORTE</b>
Indefinido	4	0	0
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Profesional.		2.725.808,34	

*Fuente: Elaboración propia.*

Los salarios se escogieron según escala mínima remuneración 2014. (Enlace profesional. A, (2014) escala salarial).

### 3.9.1.3 Manejo de Inventarios

-La empresa no puede mantener unos inventarios muy elevados ni durante mucho tiempo debido a que nuestro producto es perecedero.

-El abastecimiento de la Materia prima e insumos para producción tiene facilidad para ser adquiridos prontamente de nuestros proveedores, sin embargo mantenemos cierta dependencia del proveedor de los pescados, ya que la venden de acuerdo a capacidades y volúmenes propios y no por pedido.

-Se mantendrá un stock de 8 a 15 días como máximo

-Con un respaldo económico de \$1'000.000 y con posibilidad de manejar inventarios proporcionales al crecimiento de la demanda.

- Para temporada de febrero a abril por ser pascua y semana santa se tendrá un mayor abastecimiento por ser época alta de mayor consumo por la tradición de no comer carne si no pescado.

### **3.9.2 Distribución a través de terceros (No aplicable a este proyecto).**

## **3.10 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación.**

### **3.10.1 Comunicación**

**-LOGO:**



**-SLOGAN:**

FHIS'S INLAY LA MEJOR EXPERIENCIA DEL SABOR.

**-NOMBRE COMERCIAL:**

CHORIFHIS.

**-ESPECIFICACIONES DEL EMPAQUE:**

Empaque al vacío, con el logo pegado en el centro, cada contiene 5 unidades.

**-COSTO:**

El precio final de chorizo será 1800.

*Tabla 3.8 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos*

Factor	Competencia(precios)	Calidad del producto	Valor agregado	Costos
descripción	La competencia es pieza fundamental en la colocación del precio, sin embargo se ha dificultado puesto que a pesar de ser chorizo es un producto con características muy diferentes a las de su competencia.	Consideramos al producto como de calidad pero tenemos en cuenta que este no puede ser un factor apoyo para incrementar los precios dado también que no contamos aun con una tecnología que lo respalde.	Es factor que podría permitirnos sumarle a su precio pero decidimos implementar un precio equivalente a nuestros costos y a la competencia.	Basamos nuestro precio estimando los costos de producción

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.10.2 Actividades de promoción y divulgación**

Por motivos de presupuesto, nos inclinamos a pautas publicitarias en internet, con la utilización acertada de las redes sociales. Se pensó en la utilización de vallas publicitarias pero el costo oscilaba entre los \$4'000.000 y no se ajustaba a nuestro presupuesto como empresa naciente y re direccionamos la promoción hacia actividades de degustación del producto inicialmente.

Se contratará impulsadoras encargada de las degustaciones en las zonas destinadas para ello en centros comerciales, tiendas y/o supermercados. Se le asignará en un principio 5 empaques de nuestro producto por semana para que ella distribuya en pequeñas unidades y desde el primer fin de semana sabremos con exactitud la cantidad que se destinará en los próximos días de degustación, los costos iniciales serán los siguientes:

Son 4 impulsadoras, a cada una por mes se le dará 20 paquetes de chorizos lo que equivale a un valor de \$1.440.000 estos gastos solo serán por el primer mes para dar a conocer el

producto, adicionalmente se les ayudará con un subsidio de transporte por mes para cada una de \$50.000.

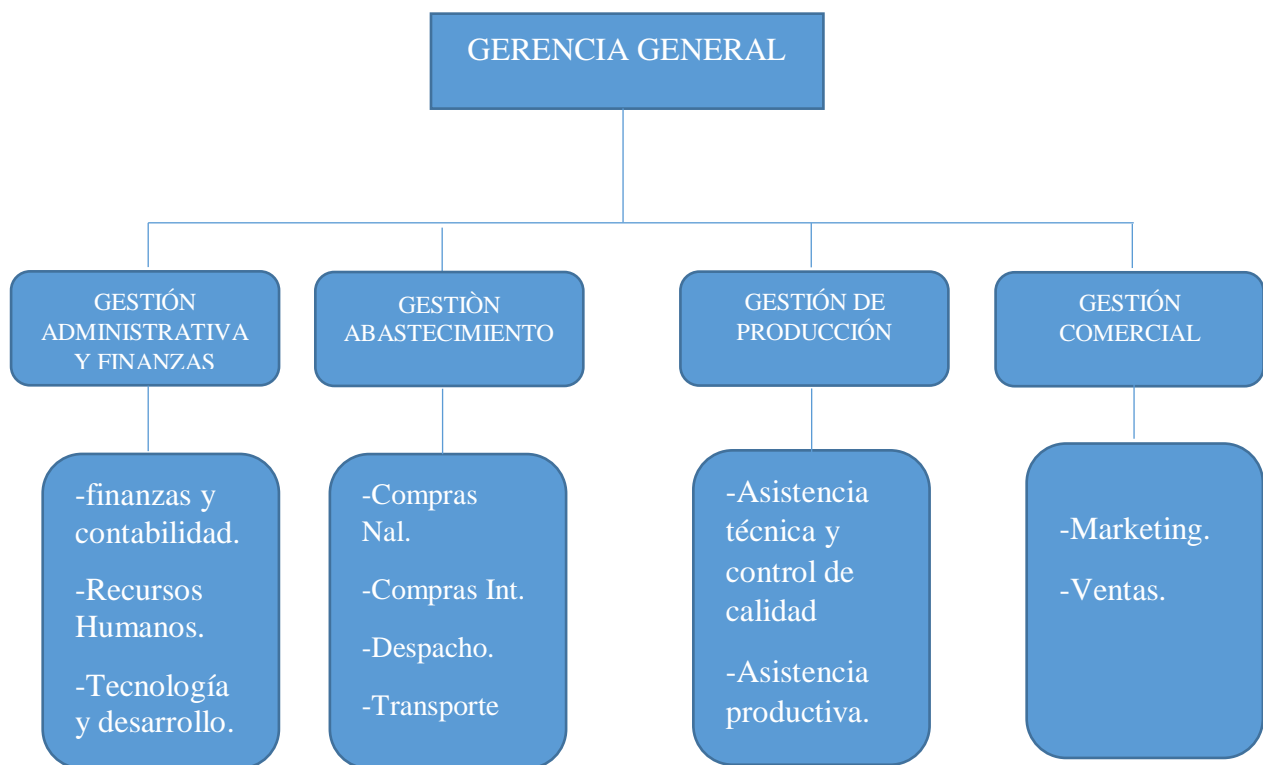
Costo total incluyendo subsidio de transporte par las 4 impulsadoras mensual es de \$1.640.000.



## CAPITULO IV. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

### 4.1 Estructura Organizacional del Negocio

#### 4.1.1 Organigrama Estructura Organizacional



*Figura 4.7 Organigrama de la Empresa.*

*Fuente: Elaboración propia.*

Tabla 4.9 Procesos administrativos con sus respectivas funciones y responsabilidades.

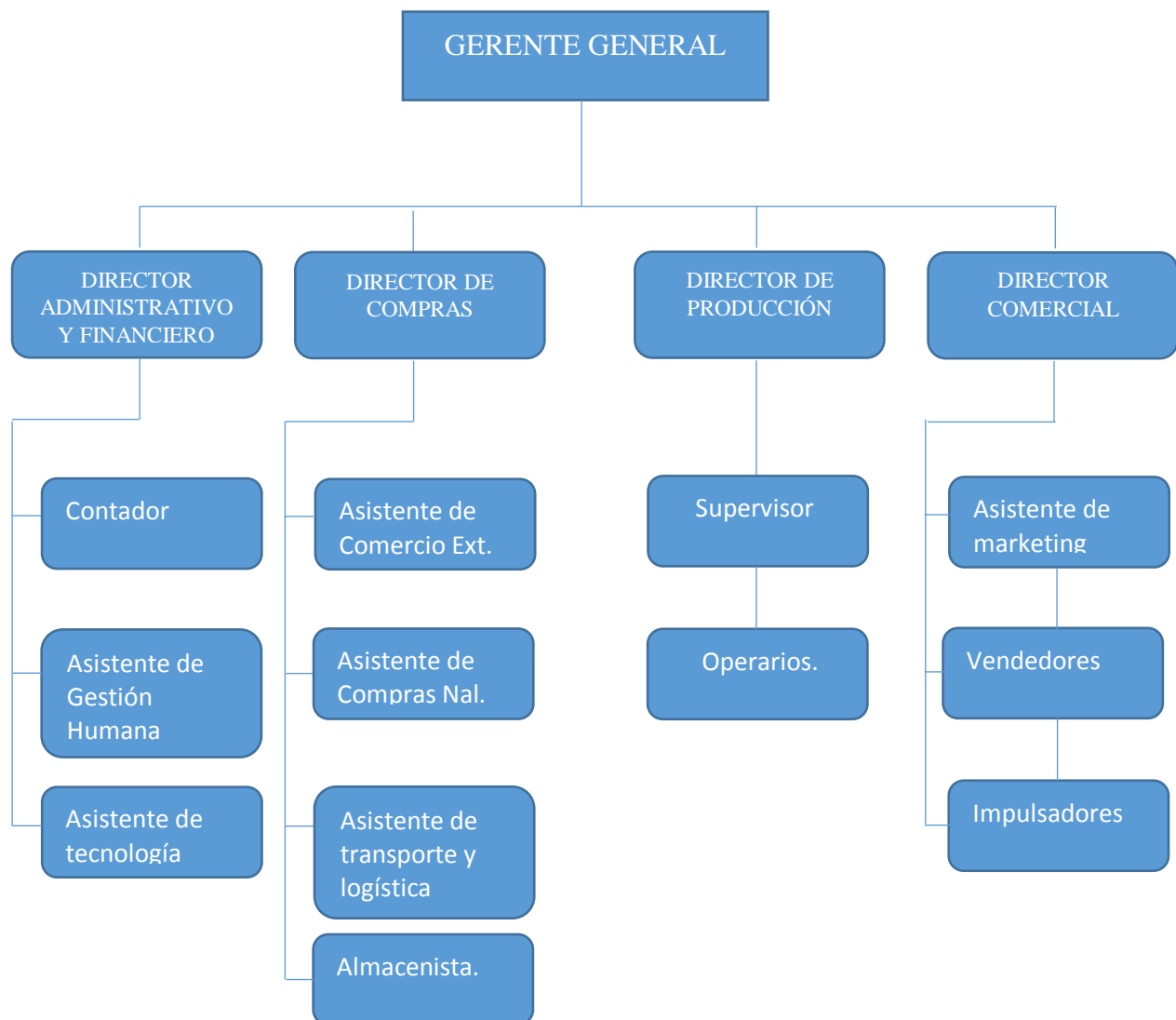
<b>PROCESOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>FUNCIONES.</b>	<b>RESPONSABILIDADES.</b>
<b>GERENCIA GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.</li> <li>-Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</li> <li>- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>-Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.</li> <li>-Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es la imagen de la empresa en el ámbito externo e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, tanto de forma local como a nivel internacional.</li> <li>- Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.</li> <li>- Es responsable, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa.</li> <li>- Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios.</li> </ul>
<b>GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANZAS.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Relizar la eficaz y eficiente administración de los recursos financieros y físicos utilizados para el cumplimiento de las metas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Por la planeación financiera de la empresa.</li> <li>-Por el tipo de decisión financiera que se tome.</li> <li>-por el oportuno</li> </ul>

	<p>de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Controlar y evaluar las actividades de compras, suministros, presupuestos, costeos pago de obligaciones, registro contable que se realizan para el logro de los objetivos de la empresa</li> </ul>	<p>cumplimiento de los compromisos con proveedores, y entidades financieras.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Por la seguridad de los recursos físicos y financieros de la empresa.</li> <li>-Por la confidencialidad de la información.</li> <li>-Por el manejo del personal , su seguridad y bienestar.</li> </ul> <p>Por el suministro de recursos para todas las actividades de la empresa.</p>
<b>GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizar las entregas a tiempo.</li> <li>-Comprar cada una de sus materias primas e insumos conformes con la especificaciones dadas.</li> <li>-Entregar con la mejor calidad el producto final.</li> <li>-Conseguir proveedores cumplidos, con calidad y los mejores precios.</li> <li>-Tener suficiente material para cumplir con todos los pedidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregas a tiempo.</li> <li>-Satisfacción del cliente.</li> <li>-Responder y reaccionar de manera inmediata ante los inconvenientes que pueda retrasar el pedido.</li> <li>-Conseguir proveedores a nivel internacional y nacional.</li> <li>-Negociaciones exitosas.</li> </ul>
<b>GESTIÓN DE PRODUCCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Transformación de insumos y materia prima para la entrega del producto final.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Analizar y controlar lo que fabricamos.</li> <li>-Medición del trabajo.</li> <li>-Forma de trabajar.</li> <li>-Higiene y seguridad industrial.</li> <li>-Control de la producción y los inventarios.</li> <li>-Control de la calidad.</li> </ul>
<b>GESTIÓN COMERCIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación y control.</li> <li>-Estudios de mercado.</li> <li>-Promoción y publicidad del producto.</li> <li>-Las ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear, definir e implementar junto con la Dirección General, la estrategia comercial de la compañía.</li> <li>• Elaborar argumentarias de venta, rutas/zonas comerciales, política de</li> </ul>

		<p>incentivos, política de precios...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión, control, supervisión y motivación del equipo bajo su responsabilidad.</li> <li>• Supervisión y acción directa sobre los principales clientes de la compañía.</li> <li>• Gestión y optimización del presupuesto asignado.</li> <li>• Analizar y conocer el mercado y la competencia existente o potencial, definiendo acciones que permitan aumentar la cuota de mercado y el posicionamiento de la compañía.</li> <li>• Analizar e interpretar, junto con el equipo comercial, las fuentes externas e internas de información.</li> </ul>
--	--	---

*Fuente: Elaboración propia.*

### 4.1.2 Organigrama Estructura Personal .



*Figura 4.8 Organigrama Estructura Personal.  
Fuente: Elaboración propia.*

*Tabla 4.10 Procesos administrativos con sus respectivas funciones y responsabilidades.*

<b>PERSONAL</b>	<b>FUNCIONES</b>	<b>RESPONSABILIDADES</b>	<b>ACTIVIDADES.</b>
Gerente General	<p>-Debe ejecutar la planeación y ejecución financiera de la compañía, en términos de la atención eficiente a su capital de trabajo en el corto plazo y de la adecuada estructura de financiación en el largo plazo.- Diseñar el presupuesto global anual de la empresa, esto es Ventas, Costos y Gastos.</p> <p>-Diseñar y controlar los programas de seguros que han de proteger a la compañía en diferentes eventualidades.</p>	<p>- Es responsable de liderar y asegurar la formulación, ejecución, revisión y cumplimiento de las estrategias que permitan crear valor a la empresa y cumplir los requisitos de los clientes y de las partes interesadas.</p> <p>-Asegurar el mejor desempeño de todos los procesos de la organización fundamentados en el trabajo de un equipo humano comprometido y capaz y de una buena comunicación a través de toda la organización.</p> <p>-Debe velar por mantener y afianzar las relaciones con los clientes, enfocado en relaciones de largo plazo.</p> <p>-Tener una visión del negocio que permita orientarlo estratégica y competitivamente en el largo plazo.</p> <p>- Velar por el adecuado cumplimiento de todas las disposiciones legales que Involucren a la compañía.</p>	<p>-Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.</p> <p>-Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado.</p> <p>Se encarga de la contratación y despido de personal.</p> <p>-Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto.</p> <p>-Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. Deben contar con su aprobación.</p>
Director administrativo y financiero	<p>-Dirigir la ejecución de los programas y actividades relacionados con los asuntos financieros,</p>	<p>- Orientar la estrategia financiera para garantizar la disponibilidad de fuentes de financiación y proporcionar el debido registro de las operaciones como herramientas de</p>	<p>-Revisa el trabajo y aprueba documentos importantes.</p> <p>-Presenta ante la gerencia indicadores y</p>

	<p>servicios administrativos y gestión documental.</p> <p>-Responder por la elaboración de los estados financieros.</p> <p>-Coordinar y supervisar la ejecución de las actividades administrativas delegadas a la dependencia bajo su cargo, para garantizar el adecuado desarrollos de los procedimientos administrativos del área.</p> <p>-Detectar situaciones y problemas causados o previsibles en el área a cargo y solucionarlas.</p>	<p>control de la gestión de la empresa.</p> <p>-Toma de decisiones en lo que compete a la parte administrativa y financiera de la empresa.</p> <p>- Tiene la responsabilidad de que todo su equipo de trabajo sea productivo y eficiente.</p>	<p>procedimiento de su área.</p>
Director de compras	<p>-Realizar el control de garantías.</p> <p>-Reunir a las demás áreas e informar tiempos de llegada de la mercancía.</p> <p>- Coordinar y supervisar la ejecución de las actividades administrativas delegadas a la dependencia bajo su cargo, para garantizar el</p>	<p>-programar, coordinar, ejecutar y controlar la adquisición de materiales y materia prima que necesita la empresa para su funcionamiento velando por que dichas adquisiciones se redicen en el momento justo, en las cantidades necesarias, con la calidad adecuada y al precio más conveniente.</p> <p>-Responder por que su equipo de trabajo sea eficiente y proactivo.</p>	<p>-Firmar y aprobar órdenes de compra.</p> <p>-Presentar indicadores y evaluación de proveedores.</p>

	<p>adecuado desarrollos de los procedimientos administrativos del área.</p> <p>Estudiar la situación en el mercado precios, flujo y calidad de los productos a adquirir.</p> <p>-Visitar proveedores.</p>		
Director de producción	<p>-Coordinar y revisar la elaboración, actualización y cumplimiento de los procedimientos básicos de operación y técnica de fabricación.</p> <p>-Aprobar los procedimientos relacionado con las operaciones de fabricación, incluyendo los controles en proceso y asegurar su estricto cumplimiento.</p>	<p>-Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar y retroalimentar, las operaciones del área productiva garantizando el cumplimiento de los planes de producción con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.</p> <p>-Responsable del clima laboral en su área.</p> <p>Responsable de analizar, planear y ejecutar planes que impliquen nuevos proyectos de producción.</p> <p>-Responsable de la calidad del producto final.</p>	<p>-Presentar ante la gerencia los indicadores de cómo esta los tiempos de producción.</p> <p>-Autorizar la salida del producto final.</p>
Director comercial	<p>-Dirigir su equipo de trabajo, velando por que su trabajo sea óptimo.</p> <p>-Revisar que las zonas si estén siendo abastecidas correctamente.</p> <p>-Crear innovación al producto y al servicio.</p>	<p>- Responsable de que las ventas superen el tope establecido.</p> <p>- Responsable de conseguir más clientes para la organización.</p> <p>-Estudiar el entorno.</p> <p>-Responsable del buen servicio.</p> <p>-Los contratos e ventas sean claros y</p>	<p>-Presentar ante la gerencia los indicadores de como van las ventas.</p> <p>-firmas contratos de venta</p>



		transparentes.	
Contador	<p>-Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.</p> <p>-Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.</p> <p>-Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener</p>	<p>-La responsabilidad de tener transparencia en todo los documentos legales de la compañía.</p>	<p>-Pagos a los proveedores.</p> <p>-Tener la cartera al día.</p>

	<p>actualizadas las cuentas por pagar.</p> <p>-Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.</p> <p>-Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.</p> <p>-Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.</p>		
Asistente de gestión Humana	<p>-Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables</p>	<p>- Responsable del bienestar y motivación del personal.</p> <p>- Responsable del clima organizacional.</p> <p>-Responsable del orden de la organización en cuanto, llegadas tardes, vestuario,</p>	<p>-Repostarle a gerencia todas las anomalías de los trabajadores.</p> <p>-Realizar inducción y capacitaciones</p>

	<p>generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.</p> <p>-Controlar los procesos de servicios en la administración de personal, a objeto de dar cumplimiento a los planes y programas sobre los beneficios establecidos por la empresa.</p> <p>-Llevar registro de los pasivos laborales del personal activo (vacaciones, anticipos de prestaciones sociales, fideicomiso, etc.) y liquidaciones de prestaciones sociales, a objeto de cumplir con las procedimientos establecidos en la Empresa.</p> <p>-Elaborar y controlar los procesos de nómina a fin de garantizar el depósito oportuno de los empleados y asignados de la empresa.</p> <p>-Tramitar las diferentes solvencias ante los</p>	<p>comportamientos y demás.</p>	
--	---	---------------------------------	--

	<p>Seguros Sociales, Ministerio del Trabajo y otras necesarias para la empresa.</p> <p>-Mantener actualizado el departamento de Recursos Humanos en lo referente a la calidad de la empresa y las nuevas tendencias de la Gestión del Talento Humano.</p> <p>-Apoyar a la Gerencia de RRHH en los procesos de Captación y Selección del Talento Humano para la empresa.</p> <p>-Elaborar y mantener actualizado el manual de descripción de cargo.</p> <p>-Coordinar, controlar y revisar las acciones para la Detención de Necesidades de Formación del personal.</p> <p>-Elaborar y controlar la ejecución del Plan de Formación del personal de la empresa, a fin de asegurar la mejora continua de las competencias</p>		
Asistente de	- Revisar los	-Es responsable de la	-Capacitar al

Tecnología	<p>computadores cada que lo requieran.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Prestar servicio técnico a todo momento.</li> <li>-Realizar backup de la empresa.</li> <li>-Reportar equipos en mal estado.</li> <li>-Tener actualización e la última tecnología utilizada en los últimos tiempos.</li> </ul>	vigilancia y seguridad de los documentos y privacidad de la empresa.	personal para evitar virus y perdidas de información.
Asistente de Comercio exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar las cotizaciones de todas las compras de acuerdo a las políticas de la empresa.</li> <li>• Analiza las cotizaciones para tomar la mejor decisión para compras teniendo en cuenta: precios, calidad, servicio y entregas oportunas.</li> <li>• Hacer seguimiento de todas las importaciones (si hubiere lugar), para verificar que el proveedor entregue el material solicitado con los documentos requeridos, manteniendo un estricto contacto con la Agencia de Aduanas correspondiente,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Es responsable que la mercancía llegue a tiempo.</li> <li>-Responsable que el proveedor envíe lo que es.</li> <li>-Responsable de solicitar garantía de la mercancía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaborar órdenes de compra.</li> <li>-Revisar facturación que coincida con la orden de compra.</li> <li>-Realizar cotizaciones.</li> <li>-Enviar órdenes de compra.</li> <li>-Visitar proveedores.</li> </ul>

	<p>con el transportador y demás involucrados en la importación para que el material llegue y se pueda liquidar oportunamente.</p> <p>Verificar el recibo y archivo de todos los documentos legales, contables y demás, para tener constancias disponibles para la legalización ante Banrepublica.</p> <p>Supervisar y controlar todos los asuntos relacionados con la logística y distribución internacional (transporte, nacionalización, seguros internacionales) de las mercancías importadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender, controlar, supervisar a los proveedores de mercancías, Agentes de Carga internacional, Sociedades de intermediación Aduanera, Almacenadoras, y efectuar los reclamos a éstos cuando sea</li> </ul>		
--	--	--	--

		<p>pertinente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar consultas por Internet sobre productos y proveedores según a las necesidades o requerimientos que lleguen al área de Comercio Exterior del Departamento Comercial y/o necesidades del área de producción.</li> </ul>		
Asistente de compras Nacionales	de	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solicitar las cotizaciones de todas las compras de acuerdo a las políticas de la empresa.</li> <li>Analiza las cotizaciones para tomar la mejor decisión para compras teniendo en cuenta: precios, calidad, servicio y entregas oportunas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Es responsable que la mercancía llegue a tiempo.</li> <li>-Responsable que el proveedor envíe lo que es.</li> <li>-Responsable de solicitar garantía de la mercancía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaborar órdenes de compra.</li> <li>-Revisar facturación que coincida con la orden de compra.</li> <li>-Realizar cotizaciones.</li> <li>-Enviar órdenes de compra.</li> <li>-Visitar proveedores.</li> </ul>
Asistente de Transporte y logística	de y	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Despachar la mercancía.</li> <li>-Revisar el empaque.</li> <li>-Programar transportes.</li> <li>-Llevar registro de gastos de combustibles, gastos de los vehículos en general.</li> </ul>	Entregar a tiempo los pedidos.	-llenar planilla de entrada y salida de vehículos.
Almacenista		-Velar por que los		

	<p>pedidos salgan correctamente.</p> <p>-Empacar y marcar los productos según sea el cliente.</p> <p>Remisionar la mercancía.</p> <p>-Encargarse de que el stock este correcto.</p> <p>-Suministrar al área de producción todo lo que requiera.</p> <p>Recibir y despachar mercancía.</p>		
Supervisor	<p>Empoderar, empujar las decisiones hacia abajo, aumentando la flexibilidad y rapidez de toda la cadena productiva</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elimina los obstáculos que limitan del desempeño o el desarrollo de las personas a su cargo.</li> <li>• Desarrollar, hacer que cada persona crezca como ser humano y como trabajador.</li> <li>• Estar al pendiente del el plan de producción, con cantidades y referencias</li> <li>• Supervisar el nivel de</li> </ul>	-Responsabilidad de que la cadena de producción salga como se planeó.	-Llevar registros. -Presentar indicadores a la gerencia.



	<p>cumplimiento al plan y el cumplimiento proyectado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar lo que está haciendo cada máquina o línea, y con qué debe seguir para cumplir el plan</li> <li>• Chequear la capacidad de equipos y personas y la disponibilidad de otros recursos. Saber el porqué de los procesos que maneja</li> <li>• Conocer el impacto potencial de las desviaciones</li> <li>• Conocer y anticiparse las razones para desviarse</li> <li>• Retar el proceso y enriquecerlo de manera ordenada y documentada.</li> </ul>		
Operarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el área de trabajo limpia y en orden</li> <li>• Operar la maquinaria de producción</li> <li>• Realizar sus actividades con base en la filosofía de la empresa</li> <li>• Colaborar mediante su labor con la consecución de los objetivos de producción</li> <li>• Respetar y</li> </ul>	- Fabricar a satisfacción y con la mejor calidad el producto final.	-Empacar, transformar, producir, el producto final.

	<p>mantener un buen trato con sus compañeros y directivos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener un buen trabajo en equipo y con la interrelación entre departamentos</li> <li>• Comprometerse con la excelencia de su trabajo y la optimización de los recursos.</li> <li>• Conocer acerca del tratamiento requerido de alimentos y no solo de maquinaria.</li> <li>• Ser puntual con sus turnos de trabajo.</li> <li>• Asistir a las capacitaciones impartidas en la empresa</li> <li>• Comunicar acerca de aspectos que no permitan el desarrollo de la actividad productiva</li> <li>• Tener disposición para las actividades relacionadas y complementarias a su labor.</li> <li>• Mantener una disposición al cambio y al aprendizaje</li> <li>• Realizar cuando se le asigne, el respectivo mantenimiento a la</li> </ul>		
--	---	--	--

	<p>maquinaria</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocupar la última media hora de su turno laboral en el aseo y organización de la bodega</li> </ul>		
Vendedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseguir en su respectiva zona clientes.</li> <li>-Conocer sus clientes objetivos.</li> <li>-Tomar pedidos.</li> <li>-Prestar el mejor servicio al cliente.</li> <li>-Llevar registro de visitas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Sobrepasar el tope de ventas.</li> <li>-Vender lo que se ha propuesto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dirigirse diariamente a la zona indicada y ofrecer el producto.</li> </ul>
Impulsadoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestar el mejor servicio al cliente.</li> <li>-Promocionar el producto.</li> <li>-Conocer el producto y transmitir el conocimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Convencer al cliente que el producto es lo mejor.</li> <li>-Conseguir clientes nuevos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estar en tiendas y supermercados ofreciendo muestras y degustaciones.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados.

Tabla 4.11 Costos del personal.

<b>TRABAJADOR</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>CESANTIAS- 8,33%</b>	<b>INTERESES A LAS CESANTIAS-1,00%</b>
Gerente General	3.718.919,25	309.785,97	37.189,19
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD - 4%</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
309.785,97	155.078,93	148.756,77	595.027,08
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
148.756,77	0	0	38,825.51
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>
Indefinido	1	0	0
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Especializado en alta gerencia con énfasis en calidad, egresado de la universidad de Antioquia		5.462.125,44	
<b>TRABAJADOR</b>	<b>SALARIO BASE</b>	<b>CESANTIAS- 8,33%</b>	<b>INTERESES A LAS CESANTIAS-1,00%</b>
Director de área y Contador	1.855.882,18	154.594,98	18.558,82
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD - 4%</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
154.594,98	77.390,28	74.235,28	296.941,14
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
74.235,28	0	0	19.375,40
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>
Indefinido	4	0	0
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Profesional.		2.725.808,34	

TRABAJADOR	SALARIO BASE	CESANTIAS- 8,33%	INTERESES A LAS CESANTIAS-1,00%
Almacenista (1) Operarios (4) Impulsadoras (4) Secretaria (1)	781.000	65.057,3	7.810
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD – 4,00 %</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
65.057,3	32.567,7	31.240	124.960
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
31.240	0	0	8.153,64
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>
Indefinido	10	12.500	74.000
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Técnicos.		1.233.485	

TRABAJADOR	SALARIO BASE	CESANTIAS- 8,33%	INTERESES A LAS CESANTIAS-1,00%
Asistentes (6) supervisores (1) y Vendedores (2)	1.038.175,43	86.480,01	10.381,75
<b>PRIMA- 8,33%</b>	<b>VACACIONES- 4,17%</b>	<b>SALUD – 4,00 %</b>	<b>PENSIÓN - 16%</b>
86.480,01	43.291,91	41.527,01	166.108,06
<b>CAJA DE COMPENSACIÓN- 4,00%</b>	<b>SENA- 2%</b>	<b>ICBF -3%</b>	<b>RIESGOS PROFESIONALES RIESGO II 1.044%</b>
41.527,01	0	0	10.838,55
<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DOTACIÓN</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>
Indefinido	8	12500	74.000
<b>PERFIL DEL TRABAJADOR</b>		<b>VALOR TOTAL. 46.87</b>	
Tecnólogo		1.611.309,74	

*Fuente: Elaboración propia.*

Nomina total por pagar mensual: \$41,590,684.92

## 4.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.

### 4.2.1 Locaciones Empresa

Área necesaria:209 MT2

Anexo: Dibujo de la planta de la empresa.

El local va ser arrendado con un valor mensual de \$2.300.000

### 4.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.

*Tabla N 4.12 Precios y requerimientos de enseres y demás.*

-GERENCIA GENERAL:

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODO DE INVERSIÓN
Portátil X360 Core M S HEWLETT PACKARD	1	ÉXITO	1.499.000	Inversión inicial
Tv Led 80cms hd CHALLENGER	1	ÉXITO	599.000	Inversión inicial
Escritorio Línea Soho Wengue MODUART	1	ÉXITO	442.500	Inversión inicial
Silla Escritorio C Brazos En P IMPORTADO	1	ÉXITO	239.900	Inversión inicial
Archivador 3 Cajones INVAL	1	ÉXITO	244.900	Inversión inicial
Mesa de juntas- sala de reuniones, con 6 sillas	1	MERCADO LIBRE	1.500.000	Inversión inicial
Teléfono inalámbrico PANASONIC	1	HOME CENTER	139.900	Inversión inicial

Portalápices	1	MERCADO LIBRE	38.900	Inversión inicial
Descansa pies	1	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
<b>TOTAL</b>			<b>\$4.746,110</b>	

- ÁREA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA.

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	4	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	4	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	4	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	4	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	4	HOME CENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	4	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Biblio Una Puerta Euro Wengue MODUART	1	ÉXITO	469.900	Inversión inicial

TOTAL			\$4.643,500	
-------	--	--	-------------	--

- ÁREA DE COMPRAS

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	4	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	4	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	4	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	4	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	4	HOMECENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	4	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Biblio Una Puerta Euro Wengue	1	ÉXITO	469.900	Inversión inicial



MODUART				
			4.643.500	

- ÁREA DE PRODUCCIÓN.

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	1	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	1	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	1	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	1	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	1	HOME CENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	1	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.043.400</b>	

## - ÁREA COMERCIAL

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	5	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	5	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	5	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	5	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	5	HOMECENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	5	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Biblio Una Puerta Euro Wengue MODUART	1	ÉXITO	469.900	Inversión inicial
Impresora Mult. 4645+2cart662xl	1	ÉXITO	239.200	Inversión inicial

HEWLETT PACKARD				
--------------------	--	--	--	--

5.926.100

- PUNTO DE VENTA.

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	1	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	1	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	1	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	1	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	1	HOMECENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	1	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Caja Registradora Casio Pcr T-280 Alfanumérica	1	MERCADO LIBRE	370000	Inversión inicial
Refrigerador	4	MERCADO	300.000	Inversión inicial

nevera horizontal		LIBRE		
-------------------	--	-------	--	--

2.613.400

## - PLANTA DE PRODUCCIÓN

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	1	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	1	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	1	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	1	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	2	HOMECENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	1	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Refrigerador nevera horizontal	1	MERCADO LIBRE	300.000	Inversión inicial
Comedor Extensible De Seis Puestos	1	MERCADO LIBRE	1.000.000	Inversión inicial

Selladora De Bolsas Al Vacío	2	MERCADO LIBRE	285.000	Inversión inicial
Empacadoras Vacío Dz 300 Selladora De Alimentos	1	MERCADO LIBRE	2.500.000	Inversión inicial
Embutidoras	2	CATO	2.300.000	Inversión inicial
Cajas Y Canastas Plásticas Plegables Y Apilables Multiusos	10	MERCADO LIBRE	29.000	Inversión inicial
TOTAL			\$10.343.200	

- ALMACÉN

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E LENOVO	1	ÉXITO	629.000	Inversión inicial
Escritorio Barcelona Wengue INVAL	1	ÉXITO	289.900	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	1	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de	1	MERCADO	7.700	Inversión inicial

escritorio		LIBRE		
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	1	HEMECENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	1	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Biblio Una Puerta Euro Wengue MODUART	1	ÉXITO	469.900	Inversión inicial
Impresora Mult. 4645+2cart662xl HEWLETT PACKARD	1	ÉXITO	239.200	Inversión inicial
Refrigerador nevera horizontal	2	MERCADO LIBRE	300.000	Inversión inicial
Estantería metálica liviana 5 niveles 160 x 80 x 30 cm	2	HEMECENTER	99.900	Inversión inicial
TOTALES			\$2.552.500	

- RECEPCIÓN

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Comp Portatil G40-45 Bing E	1	ÉXITO	629.000	Inversión inicial

LENOVO				
Recepcion – Modulo De Atencion	1	MERCADO LIBRE	1.500.000	Inversión inicial
Silla De Oficina Sin Brazos FINLANDEK	1	ÉXITO	59.900	Inversión inicial
Portalápices de escritorio	1	MERCADO LIBRE	7.700	Inversión inicial
DAIKU Teléfono alámbrico escritorio	1	HOMECENTER	14.900	Inversión inicial
Descansa pies	1	MERCADO LIBRE	42.000	Inversión inicial
Industrias Cruz Silla 67ándem 4 puestos risma espaldar plástico asiento tapizad...	1	HOMECENTER	499.900	Inversión inicial
TOTAL			2.753.400	

EN GENERAL:

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Impresora Láser Jet Hp 9500	1	MERCADO LIBRE	1.200.000	Inversión inicial
Bóxer CT 100	1	AUTECO	2.870.000	Inversión inicial
Chevrolet	1	MERCADO	47.000.000	Inversión inicial

Furgón furgon dos toneladas carga seca		LIBRE		
Refrig 195 Lts Plateado Frost ELECTROLUX	1	EXITO	599.900	Inversión inicial
Horno Microondas 0.7 Pc Metali SIMPLY	2	EXITO	107.255	Inversión inicial
Estuche 6 Ptos Cafe De Colombi CORONA	1	EXITO	42.900	Inversión inicial
Set x 6 vasos cristal Ideal 380 ml	1	EXITO	30.000	Inversión inicial
Incametal Bandeja española asa 38 x 27 cm acero inoxidable	3	HOMECENTER	54.900	Inversión inicial
TOTAL			\$51.904.955	

*Fuente: Elaboración propia.*



#### 4.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por Area.

La siguiente tabla especifica cada uno de los insumos que requiere la empresa en total, no se realiza por áreas porque son los mismos inicialmente, ya cada área realizará sus solicitudes cada mes, dependiendo de lo que requieran.

*Tabla 4.13 Costos de materiales e insumos*

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Lapiceros	20 Und	PAPYSER	214	Mensual
Portaminas	20 Und	PAPYSER	2.248	Inversión inicial
Borradores	20 Und	PAPYSER	300	Trimestral
Sacapuntas	20 Und	PAPYSER	500	Inversión inicial
Minas	20 Und	PAPYSER	1.250	Trimestral
Resma de papel	20 Und	PAPYSER	7.200	Mensual
Liquid paper	20 Und	PAPYSER	2.627	Trimestral
Resaltadores	40 Und	PAPYSER	700	Trimestral
Grapadoras	20 Cajas	PAPYSER	8.911	Inversión inicial
Perforadoras	20 Und	PAPYSER	8.500	Inversión inicial
Clips	20 Cajas	PAPYSER	355	Trimestral
Saca grapas	20 Und	PAPYSER	9.226	Inversión inicial
Posit	20 Und	PAPYSER	1.235	Trimestral
Tijeras	20 Und	PAPYSER	2.196	Inversión inicial
Pegastic	20 Und	PAPYSER	3.938	Trimestral
Regla	20 Und	PAPYSER	246	Inversión inicial
AZ	15 Und	PAPYSER	3.250	Mensual
Ganchos legajadores	20 Cajas	PAPYSER	2.345	Trimestral
Cartulinas de colores	20 Paq	PAPYSER	5.535	Trimestral
Calculadora digital	20 Und	PAPYSER	14.022	Inversión inicial
Puntos ecológicos	3 Und	HOMECENTER	370.900	Inversión inicial

*Fuente: Elaboración propia.*

La inversión total en papelería e insumos es de 2.606.410, este valor varia cada mes según sea el requerimiento de los empleados.

Tabla 4.14 Costo de Cafetería.

DESCRIPCIÓN BREVE	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	PERIODO DE INVERSIÓN
Aromática limoncillo	4 Cajas	PAPYSER	1.793	Mensual
Azúcar por 5 libras	12 Und	PAPYSER	5.658	Mensual
Café por 5 Libras	4 Paq	PAPYSER	36.780	Mensual
Jabón en pasta Rey	4 Und	PAPYSER	1.384	Mensual
Jabón líquido manos x 3800	3 Und	PAPYSER	27.738	Mensual
Papel higiénico Familia grande	20 Und	PAPYSER	1.416	Mensual
Servilletas	10 Paq	PAPYSER	1.254	Mensual
Acción x 1000 gramos	1 Und	PAPYSER	5780	Mensual
Trapeadoras	3 Und	PAPYSER	7.500	Trimestral
Escobas	3 Und	PAPYSER	5.260	Trimestral
Recogedor	2 Und	PAPYSER	5470	Trimestral
Ariel	5 Kl	PAPYSER	12.456	Mensual
Bolsas para basura	15 Paq	PAPYSER	2.468	Mensual
Toallas secado de mano	6 Paq	PAPYSER	13.560	Mensual
Dulce abrigo Blanco	5 Und	PAPYSER	2.760	Trimestral
Esponjas	4 Und	PAPYSER	870	Mensual

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.4 Requerimientos de Servicios en general.

*Tabla 4.15 Servicios generales.*

<b>DESCRIPCIÓN BREVE</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PERIODO DE INVERSIÓN</b>
Servicios públicos de la empresa (energía, agua)	UNE	1.800.000	Mensual
Internet y telecomunicaciones	UNE	500.000	Mensual
Vigilancia.	GAS	1.100.000	Mensual
Seguros	SURA	600.000	Mensual

*Fuente: Elaboración propia.*

## CAPITULO V. ANÁLISIS LEGAL

### 5.1. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

*Tabla 5.16 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas*

<b>Certificado</b>	<b>Entidad que lo emite</b>	<b>observación</b>
registro de escritura pública	Notaría Pública	
RUT	DIAN	
NIT	DIAN	
Registro como contribuyente de industria y comercio	secretaría de hacienda área administrativa	
Visita para emitir concepto sobre microempresas que fabriquen alimentos	INVIMA	Código 4051, tiene costos de (\$) 107.392
Inscripción de establecimientos de alimentos	INVIMA	No tiene costo.
certificado de seguridad	cuerpo de bomberos	el precio se designa luego de la visita y dependiendo de la actividad de la empresa
certificado de viabilidad de uso del suelo	secretaria de planeación e infraestructura	No tiene costo
Permiso Sanitario para fabricación y venta de alimentos elaborados por	INVIMA	Se obtiene en 15 Día(s) – hábil. Obtener la autorización para fabricar y comercializar productos alimenticios con destino al consumo humano contemplados en el Decreto 4444 del 2005 o normas que lo modifiquen o sustituyan; NO ES RENOVABLE, tiene una vigencia de tres (3) años por un valor de \$494,002.00
Certificado de Calidad	Buro veritas	\$12.000.000

*Fuente: Elaboración propia.*

## CAPITULO V. ANÁLISIS FINANCIERO

### 6.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

#### •Tasa de Rentabilidad de su Industria:

La tasa de rentabilidad se tomó básicamente la de la competencia más fuerte que es el grupo Nutresa, donde se enfoca a la industria cárnica con una participación en el 2012 del 71,6% en Colombia (Grupo Nutresa. A (2012),Tasa de rentabilidad.)

#### •Tasas Libre de Riesgo



#### Información básica

#### Tasas

##### CDT Capitalizable Tasa Fija

Tasas Vigentes a partir del 2 de Febrero 2015

		CDT Bancolombia							
Monto		30 días	60 días	90 días	120 días	180 días	240 días	360 días	540 días
\$ 1,000,000	\$ 9,999,999	0,10%	0,15%	2,85%	3,05%	3,15%	3,35%	3,50%	3,55%
\$ 10,000,000	\$ 49,999,999	0,10%	0,15%	3,40%	3,65%	3,75%	3,85%	4,00%	4,05%
\$ 50,000,000	\$ 199,999,999	0,10%	0,15%	3,70%	4,00%	4,10%	4,15%	4,25%	4,30%
\$ 200,000,000	\$ 499,999,999	0,10%	0,15%	3,85%	4,10%	4,20%	4,25%	4,35%	4,40%
\$ 500,000,000	\$ 5,000,000,000	0,10%	0,15%	3,95%	4,25%	4,35%	4,40%	4,50%	4,55%

\* Plazo de 30 días cerrado para aperturas, la tasa vigente solo aplica para renovaciones  
Las tasas anteriores están expresadas en términos efectivos anuales.  
Para montos superiores a \$ 5.000.000.000 La tasa de interés se negocia en la Mesa de Dinero

*Figura 6.9 CDT*

*Fuente: Bancolombia. A. (2015) tasa de CDT. Se toma como referencia el monto de \$10.000.000 a \$49.999.999 con una tasa del 4% anual.*

**•Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista.**

Tasa de rentabilidad esperada como inversionista en el negocio es de 25% máxima, 18% mínima, la tasa media sería del 20% anual,

**•Impuesto sobre la Renta y el CREE**

El impuesto sobre la renta es del 25% y el impuesto del CREE es del 9% anual.

**•% de Margen de Contribución**

$$Q(PVU - CVU) - CFT = 0$$

$$Q(PVU - CVU) = CFT$$

$$Q = CFT/PVU - CVU$$

$$PVU - CVU = MCU$$

$$4000(1.800-1242,20)=2231,20$$

$$4000= 2231,20/1800-1242,20=1240,96$$

$$1800-1242,20=557,8$$

## **6.2. Aportes de Capital de los Socios**

*Tabla 6.17 Aporte de los socios.*

<b>NOMBRE DE LOS SOCIOS</b>	<b>MONTO DEL CAPITAL APORTADO</b>
<b>Anyi Yuliana Muñoz</b>	\$33.271.510
<b>Luz Adriana García Puerta</b>	\$16.635755
<b>Luis Hernando Muñoz Palacio</b>	\$16.635755

*Fuente: Elaboración propia.*

Estos aportes serán invertidos en vehículos, muebles y enseres.

### 6.3 Créditos y Préstamos Bancarios

A continuación el cuadro con la información sobre crédito bancario y seguidamente el cuadro de amortización.

*Tabla 6.18 Información sobre crédito bancario.*

<b>Nombre de la entidad financiera</b>	<i>Bancolombia</i>
<b>Fecha de desembolso</b>	<i>01/07/2015</i>
<b>Monto total:</b>	<b>\$ 147.241.240</b>
<b>Destinación</b>	<i>Libre inversión</i>
<b>Intereses (efectivo Mensual):</b>	<i>2,28%</i>
<b>Plazo (meses):</b>	<i>60 meses ( 5 años )</i>
<b>Modalidad de préstamo</b>	<i>Cuota fija</i>

*Fuente: Elaboración propia*

*Tabla 6.19 Cuadro de amortización de crédito bancario, El siguiente cuadro arroja el valor de la cuota mensual, los intereses a pagar y el saldo en lo que queda el crédito.*

**Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)**

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 147.241.240
1	\$ 4.527.795	\$ 3.357.100	\$ 1.170.694	\$ 146.070.546
2	\$ 4.527.795	\$ 3.330.408	\$ 1.197.386	\$ 144.873.160
3	\$ 4.527.795	\$ 3.303.108	\$ 1.224.687	\$ 143.648.473
4	\$ 4.527.795	\$ 3.275.185	\$ 1.252.610	\$ 142.395.863
5	\$ 4.527.795	\$ 3.246.626	\$ 1.281.169	\$ 141.114.694
6	\$ 4.527.795	\$ 3.217.415	\$ 1.310.380	\$ 139.804.314
7	\$ 4.527.795	\$ 3.187.538	\$ 1.340.256	\$ 138.464.058
8	\$ 4.527.795	\$ 3.156.981	\$ 1.370.814	\$ 137.093.244
9	\$ 4.527.795	\$ 3.125.726	\$ 1.402.069	\$ 135.691.175

10	\$ 4.527.795	\$ 3.093.759	\$ 1.434.036	\$ 134.257.139
11	\$ 4.527.795	\$ 3.061.063	\$ 1.466.732	\$ 132.790.407
12	\$ 4.527.795	\$ 3.027.621	\$ 1.500.173	\$ 131.290.234
13	\$ 4.527.795	\$ 2.993.417	\$ 1.534.377	\$ 129.755.856
14	\$ 4.527.795	\$ 2.958.434	\$ 1.569.361	\$ 128.186.495
15	\$ 4.527.795	\$ 2.922.652	\$ 1.605.143	\$ 126.581.352
16	\$ 4.527.795	\$ 2.886.055	\$ 1.641.740	\$ 124.939.612
17	\$ 4.527.795	\$ 2.848.623	\$ 1.679.172	\$ 123.260.441
18	\$ 4.527.795	\$ 2.810.338	\$ 1.717.457	\$ 121.542.984
19	\$ 4.527.795	\$ 2.771.180	\$ 1.756.615	\$ 119.786.369
20	\$ 4.527.795	\$ 2.731.129	\$ 1.796.666	\$ 117.989.704
21	\$ 4.527.795	\$ 2.690.165	\$ 1.837.630	\$ 116.152.074
22	\$ 4.527.795	\$ 2.648.267	\$ 1.879.527	\$ 114.272.547
23	\$ 4.527.795	\$ 2.605.414	\$ 1.922.381	\$ 112.350.166
24	\$ 4.527.795	\$ 2.561.584	\$ 1.966.211	\$ 110.383.955
25	\$ 4.527.795	\$ 2.516.754	\$ 2.011.041	\$ 108.372.914
26	\$ 4.527.795	\$ 2.470.902	\$ 2.056.892	\$ 106.316.022
27	\$ 4.527.795	\$ 2.424.005	\$ 2.103.789	\$ 104.212.233
28	\$ 4.527.795	\$ 2.376.039	\$ 2.151.756	\$ 102.060.477
29	\$ 4.527.795	\$ 2.326.979	\$ 2.200.816	\$ 99.859.661
30	\$ 4.527.795	\$ 2.276.800	\$ 2.250.994	\$ 97.608.666
31	\$ 4.527.795	\$ 2.225.478	\$ 2.302.317	\$ 95.306.349
32	\$ 4.527.795	\$ 2.172.985	\$ 2.354.810	\$ 92.951.539
33	\$ 4.527.795	\$ 2.119.295	\$ 2.408.500	\$ 90.543.040
34	\$ 4.527.795	\$ 2.064.381	\$ 2.463.413	\$ 88.079.626
35	\$ 4.527.795	\$ 2.008.215	\$ 2.519.579	\$ 85.560.047
36	\$ 4.527.795	\$ 1.950.769	\$ 2.577.026	\$ 82.983.021
37	\$ 4.527.795	\$ 1.892.013	\$ 2.635.782	\$ 80.347.239
38	\$ 4.527.795	\$ 1.831.917	\$ 2.695.878	\$ 77.651.362
39	\$ 4.527.795	\$ 1.770.451	\$ 2.757.344	\$ 74.894.018
40	\$ 4.527.795	\$ 1.707.584	\$ 2.820.211	\$ 72.073.807
41	\$ 4.527.795	\$ 1.643.283	\$ 2.884.512	\$ 69.189.295
42	\$ 4.527.795	\$ 1.577.516	\$ 2.950.279	\$ 66.239.016
43	\$ 4.527.795	\$ 1.510.250	\$ 3.017.545	\$ 63.221.471
44	\$ 4.527.795	\$ 1.441.450	\$ 3.086.345	\$ 60.135.125
45	\$ 4.527.795	\$ 1.371.081	\$ 3.156.714	\$ 56.978.411
46	\$ 4.527.795	\$ 1.299.108	\$ 3.228.687	\$ 53.749.725
47	\$ 4.527.795	\$ 1.225.494	\$ 3.302.301	\$ 50.447.423
48	\$ 4.527.795	\$ 1.150.201	\$ 3.377.594	\$ 47.069.830
49	\$ 4.527.795	\$ 1.073.192	\$ 3.454.603	\$ 43.615.227



50	\$ 4.527.795	\$ 994.427	\$ 3.533.368	\$ 40.081.860
51	\$ 4.527.795	\$ 913.866	\$ 3.613.928	\$ 36.467.931
52	\$ 4.527.795	\$ 831.469	\$ 3.696.326	\$ 32.771.605
53	\$ 4.527.795	\$ 747.193	\$ 3.780.602	\$ 28.991.003
54	\$ 4.527.795	\$ 660.995	\$ 3.866.800	\$ 25.124.203
55	\$ 4.527.795	\$ 572.832	\$ 3.954.963	\$ 21.169.240
56	\$ 4.527.795	\$ 482.659	\$ 4.045.136	\$ 17.124.104
57	\$ 4.527.795	\$ 390.430	\$ 4.137.365	\$ 12.986.739
58	\$ 4.527.795	\$ 296.098	\$ 4.231.697	\$ 8.755.042
59	\$ 4.527.795	\$ 199.615	\$ 4.328.180	\$ 4.426.862
60	\$ 4.527.795	\$ 100.932	\$ 4.426.862	\$ 0

*Fuente: Elaboración propia*

## 6.4 Precios de los Productos

El precio del producto es de \$1.800

### 6.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Los factores que influyeron en la determinación del precio son los siguientes:

- El cálculo de los costos fijos y costos variables.
- Es un producto innovador y bueno para la salud
- Calidad del producto
- El precio de la competencia.

### 6.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

*Tabla 6.20 Costos Fijos.*

DESCRIPCIÓN	VALOR
<b>Costos Fijos de Producción</b>	<b>\$ 10.534.542</b>
<b>Costos Fijos de Administración</b>	<b>\$ 35.696.454</b>
<b>Costos fijos de Comercialización</b>	<b>\$ 14.213.675</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

*Tabla 6.21 Costos Variables.*

COMPONENTE	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	UNIDADES	VALOR TOTAL POR COMPONENTE
Pescado Sierra en trozos	\$ 12,00	40,00	GRAMOS	\$ 480,00
Lardo o papada de cerdo	\$ 10,00	20,00	GRAMOS	\$ 200,00
Sal mesa	\$ 2,00	1,00	GRAMOS	\$ 2,00
Sal humo	\$ 3,00	1,00	GRAMOS	\$ 3,00
Pimienta	\$ 2,00	1,00	GRAMOS	\$ 2,00
Cebolla	\$ 3,00	1,00	GRAMOS	\$ 3,00
Ajo	\$ 1,00	1,00	GRAMOS	\$ 1,00
Azúcar	\$ 4,00	1,00	GRAMOS	\$ 4,00
Ácido abscórbico	\$ 7,00	1,00	GRAMOS	\$ 7,00
Vinagre blanco	\$ 100,00	1,00	GRAMOS	\$ 100,00
Pimentón	\$ 50,00	2,00	GRAMOS	\$ 100,00
Anís	\$ 100,00	1,00	GRAMOS	\$ 100,00
Tripa natural	\$ 5,72	35,00	CENTIMETROS	\$ 200,20
Empaque	\$ 21,00	1,00	UND	\$ 21,00
Etiquetas	\$ 19,00	1,00	UND	\$ 19,00
<b>Total Costos Variable Unitario del Producto</b>				<b>\$ 1.242,20</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

Sumando el total de los costos fijos y variables y dividiéndolo por el número de cantidades que se van a vender mensualmente, ósea de \$40.000 es igual a \$2.753.31 la unidad y se le suma el 1,6% de rentabilidad que se espera tener mensual el valor es de \$2,797.36

## 6.5 Ingresos y Egresos

### 6.5.1 Ingresos

#### 6.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

En el siguiente cuadro de evidencia el valor de las ventas promedio por mes manejando el precio de \$2,797.36 la unidad y vendiendo en promedio 40.000 unidades.

*Tabla 6.22 Ingresos propios del negocio.*

Producto	Precio unitario	Escenarios			Promedio	Ingreso mensual
		Optimista	Medio	Pesimista		
Chorizos de Pescado	\$2,797.36	60.000	40.000	20.000	40.000	\$111,894,40

*Fuente: Elaboración propia.*

### 6.5.2 Egresos

#### 6.5.2.1 Inversiones

A continuación se relaciona las inversiones necesarias en cuanto a activos fijos (maquinaria, equipos, muebles y enseres), gastos pre-operativos exigibles y capital de trabajo; lo que nos dará la Inversión Total Exigible para el proyecto.

*Tabla 6.23 Activos Fijos de la Empresa.*

<b>ACTIVOS FIJOS EXIGIBLES (VIDA ÚTIL)</b>	<b>VALOR</b>	<b>DEPRECIACIÓN MENSUAL</b>
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 15.282.200,0	\$ 424.505,6
Maquinaria (5años)	\$ 10.299.900,0	\$ 171.665,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 16.673.020,0	\$ 138.941,8

Vehículos (5 años)	\$ 49.870.000,0	\$ 831.166,7
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 92.125.120,0	
Total Depreciación Mensual		\$ 1.566.279,0

*Fuete: Elaboración propia*

*Tabla 6.24 Inversiones de la empresa.*

<b>GASTOS PREOPERATIVOS EXIGIBLES</b>	<b>VALOR</b>
Constitución y registro	\$ 2.456.700,0
Investigación y estudios	\$ 18.000,0
Salarios	\$ 41.590.684,9
Costos financieros	\$ 12.601.394,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 56.666.778,9

<b>Total Capital de trabajo</b>	<b>\$ 64.992.361</b>
<b>INVERSION TOTAL EXIGIBLE</b>	<b>\$ 213.784.260</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

### 6.5.2.2 Costos

*Tabla 6.25 Costos Variables del producto.*

<b>COMPONENTE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR TOTAL POR COMPONENTE</b>
Pescado Sierra en trozos	\$ 12,00	40,00	GRAMOS	\$ 480,00
Lardo o papada de cerdo	\$ 10,00	20,00	GRAMOS	\$ 200,00
Sal mesa	\$ 2,00	1,00	GRAMOS	\$ 2,00
Sal humo	\$ 3,00	1,00	GRAMOS	\$ 3,00
Pimienta	\$ 2,00	1,00	GRAMOS	\$ 2,00
Cebolla	\$ 3,00	1,00	GRAMOS	\$ 3,00

Ajo	\$ 1,00	1,00	GRAMOS	\$ 1,00
Azucar	\$ 4,00	1,00	GRAMOS	\$ 4,00
Acido abscórbico	\$ 7,00	1,00	GRAMOS	\$ 7,00
Vinagre blanco	\$ 100,00	1,00	GRAMOS	\$ 100,00
Pimenton	\$ 50,00	2,00	GRAMOS	\$ 100,00
Anís	\$ 100,00	1,00	GRAMOS	\$ 100,00
Tripa natural	\$ 5,72	35,00	CENTIMETROS	\$ 200,20
Empaque	\$ 21,00	1,00	UND	\$ 21,00
Etiquetas	\$ 19,00	1,00	UND	\$ 19,00
<b>Total Costos Variable Unitario del Producto</b>				<b>\$ 1.242,20</b>

*Fuente: Elaboración Propia.*

*Tabla 6.26 Costos Fijos del producto.*

<b>COSTOS FIJOS</b>	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$10.534.542
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$35.696.454
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$14.213.675
<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)</b>	<b>\$60.444.671</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

### 6.5.3 Estados Financieros.

#### 6.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias.

*Tabla 6.27 Estado de resultados con un valor de 1800 que es el valor que se tomó inicialmente sin contar con los costos totales.*

	<b>CUENTAS</b>	<b>Mes 1</b>
<b>+</b>	Ingresos por concepto de Ventas	72.000.000

-	Costo Variables	49.688.000
-	Costos Fijos Producción	10.534.542
-	Gastos Depreciación	1.566.279
=	Utilidad Bruta en Ventas	10.211.179
-	Costos fijos de Administración	35.696.454
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	14.213.675
-	Amortización de diferidos	0
=	Utilidad Operativa	-39.698.951
+	Otros Ingresos	0
-	Otros egresos	0
-	Costos de Financiación	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	-39.698.951
-	Impuestos	-13.497.643
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-26.201.307</b>
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0
=	Utilidades no Repartidas	-26.201.307
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	-26.201.307

*Fuente: Elaboración propia.*

Según los resultados de la tabla 6,27 el negocio no está siendo rentable ya que la utilidad es – 26.201.307 lo que quiere decir que los egresos son mayores que los ingresos , esto significa que hay que crear estrategias para aumentar las ventas o aumentar el precio final del producto para que la ganancia sea mucho mayor.

A continuación relaciono otro escenario con el valor que realmente se debe tener según el resultado que se obtuvo de los precios totales de los costos fijos y los costos variables. El costo es de: \$2,797.36.

Tabla 6.27 Estado de resultados con un valor de 2797,36 que es el valor que se tomó contando con los costos totales.

**ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES**

CUENTAS		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+	Ingresos por concepto de Ventas	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000	111.880.000
-	Costo Variables	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000	49.688.000
-	Costos Fijos Producción	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542	10.534.542
-	Gastos Depreciación	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279	1.566.279
=	Utilidad Bruta en Ventas	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179	50.091.179
-	Costos fijos de Administración	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454	35.696.454
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675	14.213.675
-	Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Operativa	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049	181.049
-	Impuestos	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262	45.262
=	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>	<b>135.787</b>
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787	135.787
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	135.787	271.574	407.361	543.148	678.936	814.723	950.510	1.086.297	1.222.084	1.357.871	1.493.658	1.629.445

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6.27 se evidencia que así el valor unitario suba la utilidad anual no es alta, lo que quiere decir que se debe tomar estrategias de aumento de cantidades, sin embargo por los estudios realizados las cantidades planteadas son acorde a todos los resultados obtenidos del estudio de mercado de igual manera el costo es demasiado alto para un producto como el chorizo, lo que determinó que el negocio en este momento como está planteado no es viable.





Recuperación Capital de trabajo										\$ 64.992.361	64.992.361
Valor de Salvamento										\$ 129.996.550	129.996.550
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 213.784.260	\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.252.610	\$ 1.281.169	\$ 1.370.814	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173	15.951.007
Activos Fijos	\$ 92.125.120										-
Pago Credito (Capital)		\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.252.610	\$ 1.281.169	\$ 1.370.814	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173	15.951.007
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 56.666.779										-
Capital de Trabajo	\$ 64.992.361										-
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.543.020</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>-\$ 2.780.466</b>	<b>\$ 192.208.446</b>	<b>161.623.317</b>

Tasa Esperada	1,60%
Valor Presente Neto	64.487.547
Tasa Interna de Retorno	6,76%

En el flujo de caja se evidencia que el valor presente neto anual es positivo y la tasa de retorno está por encima de lo que se espera mensual según el análisis de estas dos variables el proyecto es viable, sin embargo se observa que los flujos de caja son negativos, esto lo que deduce es que por las variables de Recuperación del capital de trabajo y el valor del salvamento es que al final se da el flujo positivo, pero esto diera rentabilidad si se fuera a liquidar el negocio cada año, de lo contrario si estos valores no se toman en cuenta el valor va seguir siendo negativo con 0 flujo de caja y sin tasa de retorno lo que quiere decir que el negocio no es viable



Recuperación Capital de trabajo											\$ 64.992.361
Valor de Salvamento											\$ 129.996.550
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 213.784.260	\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.252.610	\$ 1.281.169	\$ 1.310.380	\$ 1.340.256	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173
Activos Fijos	\$ 92.125.120										
Pago Credito (Capital)		\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.252.610	\$ 1.281.169	\$ 1.310.380	\$ 1.340.256	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 56.666.779										
Capital de Trabajo	\$ 64.992.361										
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.543.020</b>	<b>\$ 6.404.546</b>	<b>\$ 6.397.873</b>	<b>\$ 6.384.068</b>	<b>\$ 6.376.928</b>	<b>\$ 6.369.625</b>	<b>\$ 6.362.156</b>	<b>\$ 6.346.703</b>	<b>\$ 6.338.711</b>	<b>\$ 6.330.537</b>	<b>\$ 201.311.089</b>

Cambio Porcentual en el Precio	10,00%
Tasa de Retorno	1,60%
Valor Presente Neto	163.637.499
Tasa Interna de Retorno	15,89%

En este cuadro de sensibilidad se puede observar que si el precio aumenta en un 10% el flujo de caja va ser positivo en todos los meses, la TIR es mayor a lo esperado lo que quiere decir que si se aumenta el precio si es viable el proyecto, pero si nos vamos desde el punto de vista analítico nos damos cuenta que el valor unitario debe ser demasiado alto para tener estas cifras tan altas, y según investigaciones realizadas en cuestión del consumidor final y la competencia es este sector es muy difícil que alguien compre un chorizo tan costoso y si lo hacen lo pueden hacer más o menos 1 de 30 personas por esta razón a mi criterio sigue siendo No viable.



Recuperación Capital de trabajo												\$ 76.586.228
Valor de Salvamento												\$ 129.996.550
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 225.378.127	\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.224.687	\$ 1.281.169	\$ 1.310.380	\$ 1.340.256	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173	
Activos Fijos	\$ 92.125.120											
Pago Credito (Capital)		\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.224.687	\$ 1.281.169	\$ 1.310.380	\$ 1.340.256	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173	
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 56.666.779											
Capital de Trabajo	\$ 76.586.228											
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 78.136.887</b>	<b>\$ 7.342.346</b>	<b>\$ 7.335.673</b>	<b>\$ 7.328.848</b>	<b>\$ 7.314.728</b>	<b>\$ 7.307.425</b>	<b>\$ 7.299.956</b>	<b>\$ 7.284.503</b>	<b>\$ 7.276.511</b>	<b>\$ 7.268.337</b>	<b>\$ 213.842.755</b>	

Cambio Porcentual en las Ventas	20,00%
Tasa de Retorno	1,60%
Valor Presente Neto	171.792.311
Tasa Interna de Retorno	15,02%

Se observa que igual que la tabla anterior al aumentar las ventas un 20% sigue siendo positivo este escenario ya que el VPN es muy alto y la TIR es mucho más alta que la tasa esperada.

## Tabla cambio en un 5% en costos

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000	\$ 111.880.000
- Costos variables		\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400	\$ 52.172.400
- Costos fijos	\$ 0	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671	\$ 60.444.671
Costos fijos de Producción		\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542	\$ 10.534.542
Costos fijos de Administración		\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454	\$ 35.696.454
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675	\$ 14.213.675
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 3.357.100	\$ 3.330.408	\$ 3.303.108	\$ 3.275.185	\$ 3.246.626	\$ 3.217.415	\$ 3.187.538	\$ 3.156.981	\$ 3.125.726	\$ 3.093.759	\$ 3.061.063	\$ 3.027.621
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 5.660.451	-\$ 5.633.759	-\$ 5.606.459	-\$ 5.578.536	-\$ 5.549.976	-\$ 5.520.766	-\$ 5.490.889	-\$ 5.460.331	-\$ 5.429.076	-\$ 5.397.109	-\$ 5.364.413	-\$ 5.330.972
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 5.660.451	-\$ 5.633.759	-\$ 5.606.459	-\$ 5.578.536	-\$ 5.549.976	-\$ 5.520.766	-\$ 5.490.889	-\$ 5.460.331	-\$ 5.429.076	-\$ 5.397.109	-\$ 5.364.413	-\$ 5.330.972
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279	\$ 1.566.279
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 147.241.240	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 197.887.379
Prestamos	\$ 147.241.240												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 67.890.828
Valor de Salvamento													\$ 129.996.550
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 216.682.727	\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.224.687	\$ 1.252.610	\$ 1.281.169	\$ 1.310.380	\$ 1.340.256	\$ 1.370.814	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173
Activos Fijos	\$ 92.125.120												
Pago Credito (Capital)		\$ 1.170.694	\$ 1.197.386	\$ 1.224.687	\$ 1.252.610	\$ 1.281.169	\$ 1.310.380	\$ 1.340.256	\$ 1.370.814	\$ 1.402.069	\$ 1.434.036	\$ 1.466.732	\$ 1.500.173
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 56.666.779												
Capital de Trabajo	\$ 67.890.828												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 69.441.487</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>-\$ 5.264.866</b>	<b>\$ 192.622.512</b>

Cambio Porcentual Costos Variables	5,00%
Tasa de Retorno	1,60%
Valor Presente Neto	37.054.278
Tasa Interna de Retorno	4,43%

[Volver al Menú Inicial](#)

En este escenario podemos observar que el aumento en un 5% los costos variables aun siendo la TIR más alta de lo esperada y el VPN se alto el flujo de caja durante el año es negativo lo que quiere decir que ese proyecto no es viable aumentando los costos.



## 6.6 Evaluación Financiera

## 6.6.1 VPN, TIR, PAYBACK DESCONTADO

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

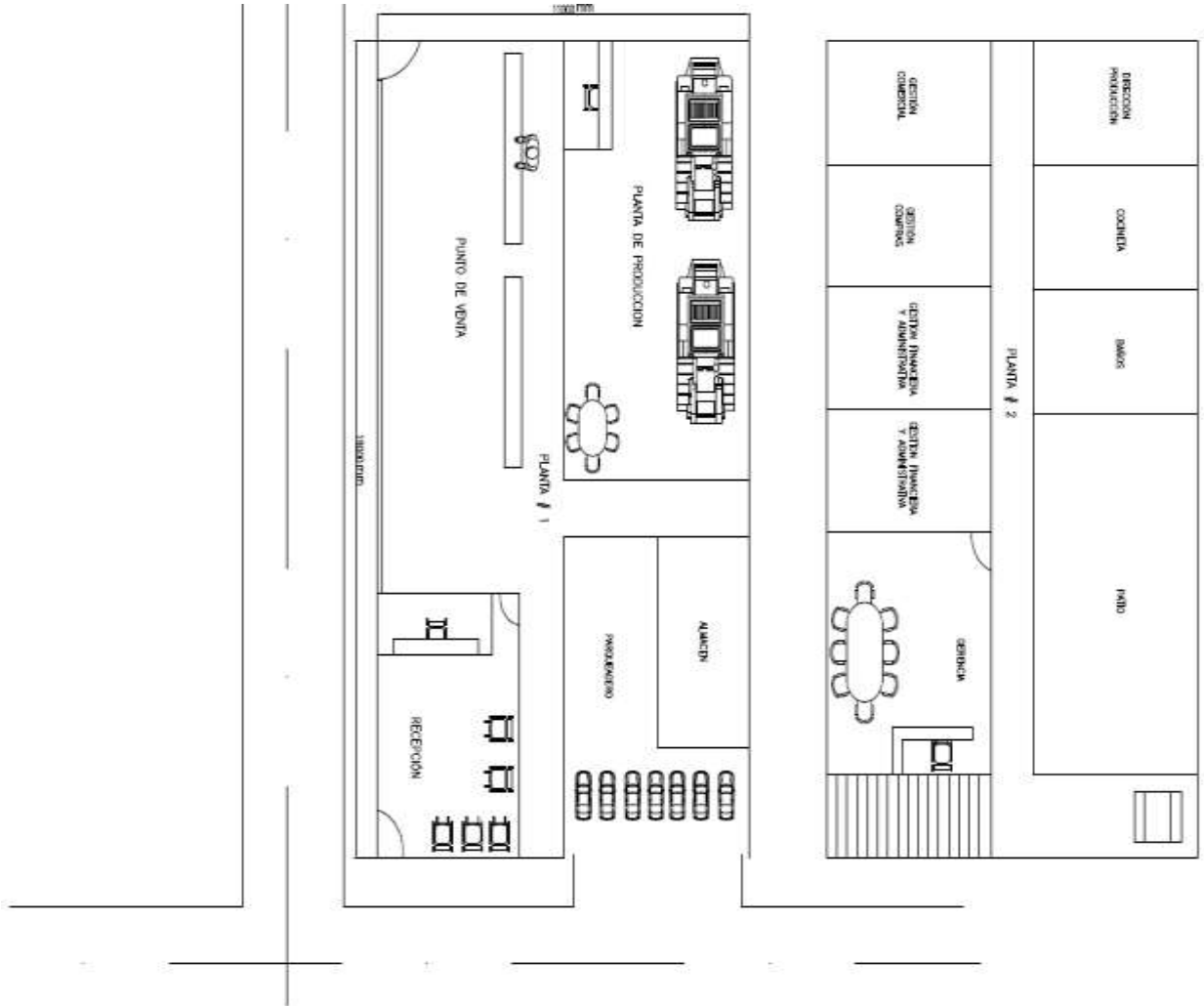
Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.342.560.000	\$ 1.772.179.200	\$ 2.339.276.544	\$ 3.087.845.038	\$ 4.075.955.450
- Costos variables		\$ 596.256.000	\$ 626.068.800	\$ 657.372.240	\$ 690.240.852	\$ 724.752.895
- Costos fijos		\$ 725.336.058	\$ 761.602.861	\$ 799.683.004	\$ 839.667.154	\$ 881.650.512
Costos fijos de Producción		\$ 126.414.506	\$ 132.735.231	\$ 139.371.993	\$ 146.340.593	\$ 153.657.622
Costos fijos de Administración		\$ 428.357.452	\$ 449.775.324	\$ 472.264.090	\$ 495.877.295	\$ 520.671.160
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 170.564.100	\$ 179.092.305	\$ 188.046.920	\$ 197.449.266	\$ 207.321.730
- No Desembolsables	\$ 0	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!
- Intereses Credito		\$ 55.728.822	\$ 48.534.105	\$ 39.104.307	\$ 26.745.089	\$ 10.546.409
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!
- Impuestos	\$ 0	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 147.241.240	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	#¡VALOR!
Préstamos	\$ 147.241.240					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 78.998.622
Valor de Salvamento						#¡VALOR!
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 213.784.260	\$ 3.249.618	\$ 3.412.099	\$ 3.582.704	\$ 3.761.839	\$ 0
Activos Fijos	\$ 92.125.120					
Pago Credito (Capital)		\$ 23.159.776	\$ 30.354.494	\$ 39.784.291	\$ 52.143.509	\$ 68.342.190
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 56.666.779					
Capital de Trabajo	\$ 64.992.361	\$ 3.249.618	\$ 3.412.099	\$ 3.582.704	\$ 3.761.839	
FLUJO DE CAJA	-\$ 66.543.020	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!	#¡VALOR!

Tasa Interna de Retorno	20,98%
Valor Presente Neto	#¡VALOR!
Tasa Interna de Retorno	#¡VALOR!

[Volver al Menú Principal](#)

Se evidencia que el VPN y la TIR salen con error lo que termina por corroborar que no es un negocio viable

**ANEXO 1: Esquema de la planta (empresa).**



## ANEXO 2: Cotización internacional



Maquinas para la industria carnica  
Maquinas para la produccion de embutidos



Colombia, Medellín 6 de marzo de 2015

SEÑORA: Anyi Yuliana Muñoz.

# Cotización

Embutidoras de carne al vacío EB2/EB2MM Hidráulicas

### CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO:



- Sólida y robusta, con todos los componentes del grupo de impulsión (cuerpo, rotor y paletas) contruidos en acero aleado endurecido de muy alta resistencia al desgaste y a la corrosión.
  - Velocidad de embutición variable a voluntad
  - Accionamiento mediante rodillera ajustable y orientable.
- Opcional Dosificador y Retorcedor con mano mecánica automática, apto para tripa natural, colágeno o celulósica, que permite la fabricación de piezas o porciones con un peso predefinido o bien, ristras de embutidos retorcidos, en un proceso controlado por micro-procesador y totalmente programable
- Producción en salida libre de 2.250 kg/h
- Equipo opcional: Elevador de columna para carga automática mediante carros estandarizados de 120 y 200 l.
- Con pre-instalación para ser conectada a cualquier modelo de clipadora.

- Máquina muy fácil de utilizar y sencilla de limpiar.
- Totalmente construida en acero inoxidable y según normativa CE.

Cantidad: 2 und

Incoterms: DDP

Lugar de entrega: fabrica del cliente

Costo Unitario: 891,16 €

Precio de La Tasa: 2.805,32(6 de marzo de 2015).

El pago debe ser anticipo del 70% y el 30% restante es contra entrega.

Tiempo de entrega: 7 días después de la Orden de compra.

## Dimensiones y especificaciones técnicas

MODELOS MODELS	Dimensiones - Dimensions (cm)														
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
EB	226	200	167	105	100	68	150	99	76	-	-	-	-	-	-
EB2	226	200	167	105	100	68	150	99	76	-	-	-	-	-	-
EB2MM	226	202	176	105	101	68	176	108	76	48	-	-	210	-	-
EB1	296	255	189	107	102	85	201	135	104	-	147	302	-	214	-
EB1H	294	264	198	107	102	97	209	137	104	-	146	310	-	210	-
EB1MM	294	264	198	107	102	97	209	137	104	48	146	310	250	210	270
EBA	294	264	198	105	102	95	206	140	104	-	151	310	-	206	-
EBAMM	294	264	198	105	102	95	206	140	104	60	151	310	251	206	251

Vigencia de la oferta: Hasta el 10 de marzo de 2015 si no se requiere antes de dicho tiempo Los precios y existencia pueden variar.

Cordialmente,

Jose maria llorenss.

Pol Ind. Can Roqueta - Can Camps, 1  
08202 Sabadell, Barcelona, España

Tel: +34 937 274 225

Fax: +34 937 273 763

Email [cato@cato.es](mailto:cato@cato.es)

## CONCLUSIONES.

- El proyecto de chorizos de pescado es un negocio que según investigaciones y estadísticas no es viable como está planteado inicialmente.
- Según resultados obtenidos el valor mínimo por el cual se debe vender la unidad del producto es muy alto y más aún teniendo en cuenta los estratos bajos a los cuales se va a ofrecer el chorizo.
- En comparación con la competencia sigue siendo muy costoso el valor del chorizo ya que se sube aproximadamente un 60% mostrando nuevamente que no es muy factible inclinarse en solo vender este tipo de chorizos.
- Una estrategia sería incluir más variedad del producto que sean novedosos, saludables y aceptados por los consumidores finales.

## **BIBLIOGRAFIA.**

-Cámara de comercio, (s/f).Consultado 14 de febrero de 2015. Consulta de nombre comercial: [http://www.rues.org.co/RUES\\_Web/](http://www.rues.org.co/RUES_Web/).

-Superintendencia Industria y Comercio,(2013).Consultado el 14 de febrero de 2015. Consulta de marca:

<http://serviciospub.sic.gov.co/Sic/ConsultaEnLinea/2013/index.php>

-Finanzas personales,(s/f).Consultado el 14 de febrero de 2015. El modelo S.A.S en Colombia:

[www.finanzaspersonales.com.co/la-cifra/articulo/el-modelo-sas-en-colombia/37918](http://www.finanzaspersonales.com.co/la-cifra/articulo/el-modelo-sas-en-colombia/37918).

-Gestión Legal Colombia, A (2014), Consultado el 15 de febrero de 2015, cuanto me cuesta crear una empresa en Colombia:

<http://mprende.co/gesti%C3%B3n/%C2%BFcu%C3%A1nto-me-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia>

-I alimentos, A (2013). Consultado 21 de febrero de 2015. La responsabilidad de los mercados embutidos:

<http://www.revistaialimentos.com.co/ediciones/ediciones-2013/edicion-34/sector-destacado-12/la-responsabilidad-del-mercado-de-los-embutidos.htm>

-Fenalco Antioquia, (2010). Consultado 21 de febrero de 2015. Sector cárnico:

[http://www.fenalcoantioquia.com/res/itemsTexto/recursos/sector\\_carnico\\_direccion\\_economia\\_oct-2010.pdf](http://www.fenalcoantioquia.com/res/itemsTexto/recursos/sector_carnico_direccion_economia_oct-2010.pdf)

-Procolombia (s/f). Consultando el 21 de febrero de 2015.Inversión en el sector Cárnico en Colombia:

<http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria/carnico.html>.

-Finas carnes, A (2008). Consultado el 22 de febrero de 2015. Estudio de mercado:

<http://finascarnes.blogspot.com/2008/06/estudio-de-mercado.html>.

-Liliana, A. y Sandra R. (2006). Consultado 28 de febrero de 2015. Monografía como requisito para optar al título de Economista:

[http://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/546/Liliana\\_ArmelBotero\\_2006.pdf;jsessionid=C5D62F01148662B78C26F5BFB71E1A5C?sequence=1](http://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/546/Liliana_ArmelBotero_2006.pdf;jsessionid=C5D62F01148662B78C26F5BFB71E1A5C?sequence=1)

-Portafolio, A (2015, marzo 2015). Consultado 28 de febrero de 2015. Medellín atrajo más de 227 millones de dólares del extranjero: <http://www.portafolio.co/economia/inversion-extranjera-medellin>.

-Dinero, A. (2015, 6/4/2014 7:00:00 AM) A la economía de Medellín la mueve el turismo de eventos: <http://www.dinero.com/pais/articulo/turismo-negocios-medellin/196948>.

-Fredy, Z. A, (s/f). Consultado el 3 de marzo de 2015. Coma pescado más que por tradición religiosa:

<http://www.udea.edu.co/portal/page/portal/BibliotecaProgramas/ProgramaSalud/Secciones/buenProvecho/Nutricion/Coma%20pescado%20m%C3%A1s%20que%20por%20tradic%C3%B3n%20religiosa>

-Departamento de Pesca y Acuicultura, (s/f). Consultado 3 de marzo de 2015 Mercado y comercio: [http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso\\_colombia/es](http://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_colombia/es)

-Google. A (2012), Consultado 3 marzo de 2015 . Geografía: [google.com.co/search?q=99eografía+de+medellin&espv](http://google.com.co/search?q=99eografía+de+medellin&espv).

-NULLVALUE, A.(2002), Consultado 5 de marzo de 2015 . Rica a manos de su competidor:

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1309798>

-Enlace profesional. A, (2014), Consultado 14 de marzo de 2015. Escala salarial:

<http://www.eafit.edu.co/egresados/bolsa-empleo-eafit/Documents/escala-salarial-rep-2014.pdf>.

-Grupo Nutresa. A (2012), Consultado 2 de mayo de 2015. Tasa de rentabilidad:

[http://www.gruponutresa.com/es/webfm\\_send/275\\_pag\\_28](http://www.gruponutresa.com/es/webfm_send/275_pag_28).

-Bancolombia. A (2015), Consultado 2 de mayo de 2015. Tasa de CDT:

[http://www.grupobancolombia.com/personal/necesidades/inviertedinero/cdtPesos/cdtNoCapitalizable/tas\\_noCapitalizable.asp?opcion=op1](http://www.grupobancolombia.com/personal/necesidades/inviertedinero/cdtPesos/cdtNoCapitalizable/tas_noCapitalizable.asp?opcion=op1)