

PLAN DE NEGOCIO
PARA UNA EMPRESA DE BOCADILLOS DE FRUTAS TROPICALES
EN SANTA MARTA

ENRIQUE MONTENEGRO LUNA
EDWIN S. RODRIGUEZ REYES

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
ESPECIALIZACION EN FINANZAS
SANTA MARTA D.T.C.H.

2005

PLAN DE NEGOCIO
PARA UNA EMPRESA DE BOCADILLOS DE FRUTAS TROPICALES
EN SANTA MARTA

ENRIQUE MONTENEGRO LUNA
EDWIN RODRÍGUEZ REYES

Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Finanzas

LISSY IGLESIAS
Director de tesis

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
ESPECIALIZACION EN FINANZAS
SANTA MARTA D.T.C.H.

2004

El presidente de tesis y los jurados no serán responsables de los conceptos emitidos por los autores de la investigación.

Artículo 1477 (Literal “F” del reglamento interno de la Universidad del Magdalena)

Nota de aceptación

Presidente de tesis

Jurado

Santa Marta, marzo de 2005

i

A Dios, mis padres,
Hermanos, mi esposa, mis
Hijos, familiares y amigos, que me brindaron su
Confianza, apoyo y fe para alcanzar mis metas

ENRIQUE MONTENEGRO LUNA

A Dios, mi madre,
mi esposa, mi hija, hermanos
familiares y amigos que me brindaron su
Confianza, apoyo y fe para alcanzar mis metas

EDWIN S. RODRIGUEZ REYES

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a;

Rodolfo sosa, especialista en finanzas, por su colaboración, apoyo y confianza

Lissy Iglesias, Directora del centro de Creación de Empresas de la Unimag, por su colaboración y motivación

CONTENIDO

0.	Planteamiento del problema.	10
0.1	Descripción del problema.	10
0.2	Formulación del Problema.	11
0.3	Elementos del Problema.	12
0.4	Justificación.	13
0.5	Objetivos.	14
0.6	Hipótesis.	15
0.7	Desarrollo.	16
	Plan de Negocio	18
1.	Resumen Ejecutivo.	18
1.1	Inversiones..	20
1.2	Conclusiones financieras y Evaluación de Viabilidad.	21
2	Investigación de Mercados	22
2.1	Estrategia de mercadeo.	22
2.2	Concepto del Producto.	23
2.3	Información Nutricional.	26
2.4	Fuerzas de porter.	29
2.5	Matriz Dofa.	37
2.6	Estrategias de Promoción.	38
2.7	Estrategia del producto.	39

2.8	Estrategia de Comunicación.	43
3	Análisis Técnico Operativo.	44
3.1	Reseña del proceso.	44
3.2	Materia prima.	47
3.3	Características del Bocadillo de mango.	48
3.4	Logística de la Fabrica	49
3.5	Maquinaria y equipo.	51
3.6	Mantenimiento.	53
4	Organizacional y Legal.	55
4.1	Gestiones Ante Cámara de Comercio.	57
4.2	Gestiones Ante la DIAN	58
4.3	Gestiones de Funcionamiento	58
4.4	Gestiones de Seguridad laboral.	59
5	Presupuesto Financiero	60
5.1	Presupuesto de Inversiones.	60
6	Impacto del Proyecto.	66
	Conclusiones	67
.	Bibliografía.	68

0 Planteamiento del Problema

0.1 Descripción del problema

En Colombia son pocos, por no decir ninguno, los escritos que hacen referencia a los bocadillos de frutas tropicales excluyendo el de guayaba, que hay toda una industria y productos en el medio, muy buenos y con todos los requerimientos exigidos para su fabricación.

A pesar que las operaciones para realizar el proceso, son sencillas y fáciles de llevar a cabo, no se posee un estudio profundo ni la tecnificación necesaria para desarrollar este tipo de empresa, y mucho menos un plan de negocio serio y bien fundamentado.

Hoy día se habla que tenemos que salir de la crisis en que se halla el país, y una de las alternativas es aprovechar nuestras ventajas geográficas y únicas en el mundo, para sacar nuestros productos al exterior.

Dado a que hay muchos factores que las p'ersonas al ingresar a este negocio desconocen y muchos parámetros que se exigen para poner un producto en el mercado, entre los que están: tipo de etiquetas, envases, cantidades, exigencias

sanitarias, licencias, manejo del sistema de compra por parte de los supermercados, rotación de inventarios, flujos de cajas del negocio, líneas de créditos estatales y privadas.

Se hace necesario, que se elabore un plan de negocio dirigido a este sector y afines, con el fin de hacer que los negocios que se creen se puedan implementar y ser duraderos.

0.2 Formulación del problema

Se habla mucho del apoyo a los microempresarios, se diseñan políticas para ayudar al sector, pero vemos que en la realidad se crean muchas microempresas, pero no se sabe a ciencia cierta porque no se sostienen en el tiempo.

En el renglón de la dulcería, se ve que muchas personas hacen y venden el producto de una manera artesanal y los colocan en el mercado y su producto es demandado.

A lo anterior se ve que no hay un interés de sacar el producto de las cocinas caseras y proyectarlo para venderlo en almacenes de cadena y realizar exportaciones, aprovechando la condición de ser país tropical y poseer puerto para darlo a conocer al exterior..

No se posee una cultura de investigación antes de iniciar los negocios y vemos que primero se monta el negocio y sobre la marcha se sortean los inconvenientes.

Lo que se plantea es desarrollar un plan de negocio que sirva de modelo y el microempresario que se quiera vincular en este negocio sepa para donde debe mirar y esté seguro de los pasos a seguir.

0.3 Elementos del problema

Plan de negocio

Microempresarios

Bocadillos de frutas tropicales

Fomento de empresas

Santa Marta

0.4 Justificación

Se ve en el sector que no se conocen los programas estatales de fomento, no se tiene información sobre la normatividad que beneficie al sector, no se sabe sobre la reglamentación jurídica para producir este tipo de producto, no se posee una cultura de investigación y de estar informado sobre todo aquello que acoge al sector, no se sabe sobre el manejo financiero para tener una empresa, no se realiza investigación de mercados para tener fundamento de que productos y bajo que presentaciones sacarlo y se ignoran los procesos eficientes y adelantos tecnológicos que favorezcan el negocio.

La situación puntual de nuestro país es el atraso considerable que padecemos en materia de producción y generación de empleos, y al no resolver estos escollos aumenta la desocupación y se ahonda la crisis económica; lo anterior hace necesario que se trace una directriz para el sector de los microempresarios de los bocadoillos de frutas tropicales, el cual generara en ellos conocimientos que le hagan ver la manera racional como se debe enfocar el negocio y los requerimientos legales, tecnológicos y demás que se necesitan para impulsar este tipo de actividad económica.

Con un modelo matriz, los microempresarios del sector y afines, deben estudiar los pasos a seguir y su orden, analizar los pro y los contra de establecer este tipo de negocio y así tener una panorámica que les muestre la viabilidad del mismo y su posible futuro.

Se pretende mostrar que las cosas se pueden hacer, pero de una manera estructurada, con una lógica que nos indique donde estamos, para donde vamos, que tenemos, que nos hace falta y cuales son los pasos a seguir.

0.5 Objetivos

0.5.1 Objetivo general

El presente estudio tiene por objeto la evaluación de la creación de una empresa de Bocado de Frutas Tropicales en la ciudad de Santa Marta, con el fin de satisfacer las necesidades del mercado en cuanto a la producción en forma técnica y especializada del bocado de mango; así como generar con la viabilidad del proyecto la creación de una empresa que promueva el desarrollo de la región al generar fuentes de trabajo.

0.5.2 Objetivos específicos

Elaborar estudio de mercado, para la empresa.

Elaborar la matriz DOFA para esta empresa.

Elaborar un plan financiero para esta empresa.

Elaborar un plan de mercadeo.

Elaborar un análisis técnico a la empresa.

Elaborar el marco organizacional y legal.

0.6 Hipótesis

El plan de negocio, permitirá establecer si es o no asequible el montaje de una empresa de bocadillos de frutas tropicales en la ciudad de Santa Marta.

0.7 Desarrollo

La ciudad de Santa Marta, a lo largo de su vida a desempeñados papeles importantes en la historia, como ser la primera ciudad en Colombia en ser fundada, tener una Sierra Nevada, la montaña mas cerca al mar con los picos Bolívar y Colon, tener vía férrea al interior del país y poseer un puerto natural.

Lo anterior nos coloca en el esquema, de generar desarrollo en nuestro sector, para gestar un mayor desenvolvimiento de nuestra urbe.

Hoy en día observamos para el caso que nos ocupa que en los supermercados no hay un renglón con los bocadillos de frutas tropicales, con excepción de la guayaba, que es una empresa institucional en Colombia.

A pesar de tener la zona bananera y Guachaca, no vemos en el comercio ni siquiera los bocadillos de banano.

Hay que entender que bocadillo, es pasta hecha de pulpa de frutas y almíbar y cortada en trocitos rectangulares o también se puede definir como dulce de guayaba envuelto en hojas de plátano, como lo entiende la gente del común.

Por lo anterior se nos presenta un campo fértil donde dirigirnos, y es allí donde elaboraremos un plan de negocios sobre el bocadillo de mango ya que no existe

en la ciudad empresas que fabriquen el producto, solo lo hay artesanalmente sin ningún ordenamiento, y esa es la importancia de este trabajo; como se pueden focalizar energías para sacar el sector de los productores de bocadillos de frutas tropicales adelante.

Se pretende hacer un plan de negocio a este tipo de empresa, analizar las variables que se deben tener en cuenta; etiquetas, envases, normatividad local y nacional, tipos de presentaciones, cantidad, líneas de crédito estatales, y ver las ventajas que ofrece el entorno.

PLAN DE NEGOCIO

Modulo 1: RESUMEN EJECUTIVO

Alimentos Tayrona, surge de una necesidad de colocar en el mercado un producto que inicialmente es el bocadillo de mango y después se irán introduciendo otros sabores, como el de maracuyá, banano, tomate de árbol, ya que estos se encuentran de alguna manera en el mercado informal en forma artesanal.

En el mercado nacional solo se producen 390 toneladas anuales de bocadillos de guayaba y solo 35 toneladas de otras frutas (2002) y estos productos no se encuentran en el mercado local, exceptuando el de guayaba.

Con una inversión inicial de \$ 50.748.000,00 la cual se recupera en el proyecto después de 1,30 año realizando una producción mensual de 600 cajas, dando 2,025 toneladas mensuales, con una producción total anual de 24,30 toneladas.

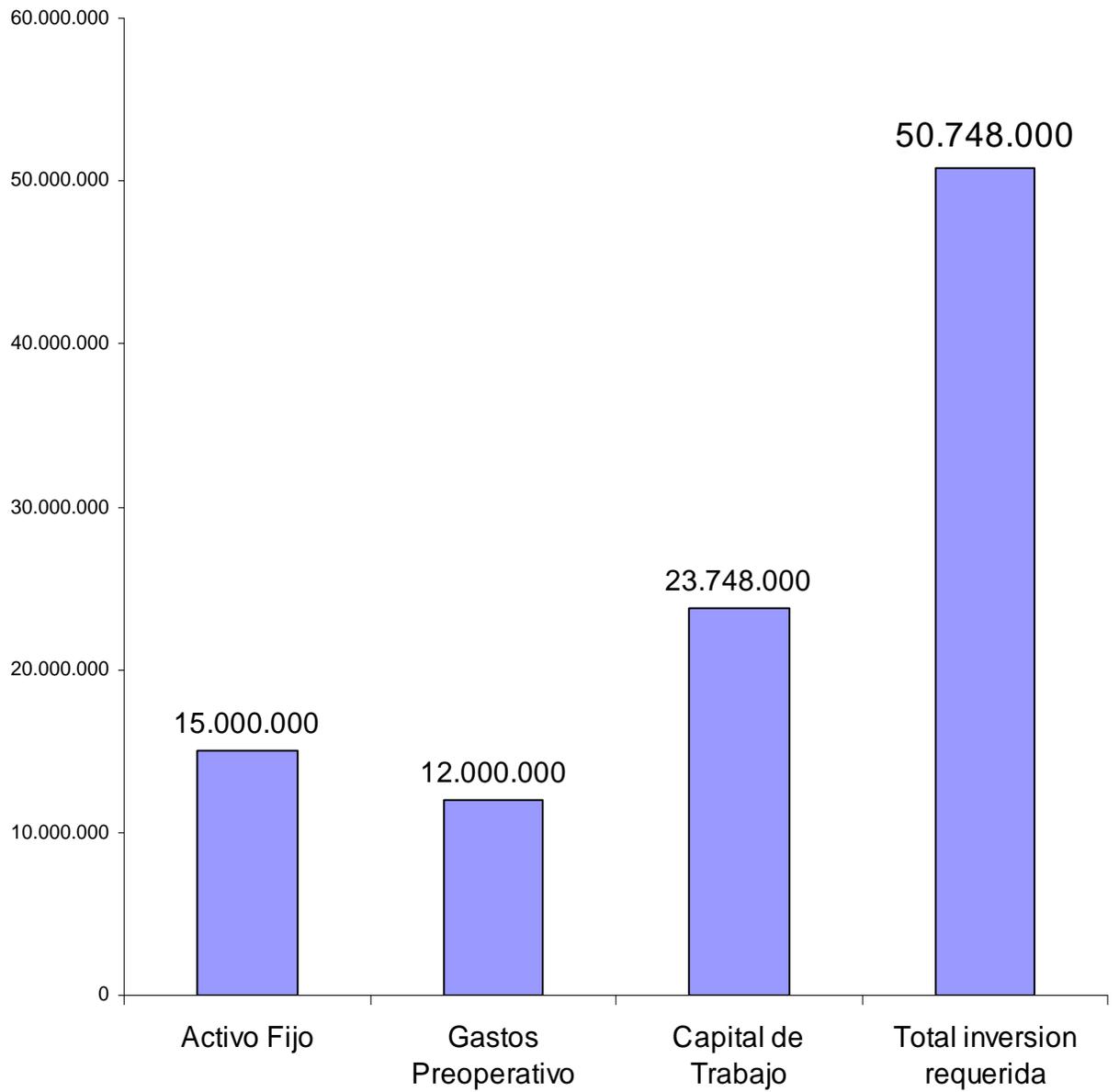
La empresa inicialmente se encuentra ubicada en la ciudad de Santa Marta, departamento del Magdalena, su dirección es transversal 5 No. 38 – 52 con un tamaño de 90 m2, el cual resulta adecuado para poner en marcha el proyecto.

Ejecutando el plan de negocios con una proyección a 5 años, una tasa de oportunidad de 36%, la TIR del proyecto da 93%, lo que demuestra que esta por encima de la tasa de oportunidad y nos da un valor presente neto de \$115.158.124,55 millones.

La fortaleza radica en que se posee experiencia del sector por más de 10 años y se están haciendo los estudios como plan de negocios en este producto (bocadillo de Mango) y después se piensa incluir otros bocadillos de frutas, dulce de leche con coco, concentrado de coco y bananos pasos en horno; cumpliendo todos los requisitos legales, técnicos y sanitarios.

1.1 INVERSIONES

El proyecto para llevarlo adelante, necesita de la siguiente inversión:



1.2 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

PERIODO	Flujo de Caja	FC, VA	FC. Acum.	FC. VF
0	-50.748.000		\$ -50.748.000,00	
1	40.317.877	\$ 29.645.497,96	\$ -21.102.502,04	\$ 74.571.945,73
2	53.821.156	\$ 29.098.808,46	\$ 7.996.306,42	\$ 73.196.772,33
3	57.283.774	\$ 22.772.719,44	\$ 30.769.025,86	\$ 57.283.773,76
4	63.437.338	\$ 18.543.397,97	\$ 49.312.423,84	\$ 205.052.491,81
5	70.243.372	\$ 15.097.700,72	\$ 64.410.124,55	\$ 269.462.616,36
Costo de K	36,00%	\$ 115.158.124,55		
TIR	93%	mayor que el costo de capital		
VPN	\$ 115.158.124,55			
Inversion Inic.	\$ -50.748.000,00			
VPN o VNA	\$ 64.410.124,55			
PRI	1,27	Años		
IR	2,27			
TIRm	60,22%			

MODULO 2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1 ESTRATEGIA DE MERCADEO

Descripción del Producto

La materia prima principal de este producto es el Mango, nombre común de un árbol y del fruto que produce. Es nativo de India, crece hasta unos 15 m de altura y forma numerosas ramas altas y abiertas. Se cultiva mucho en África y en América tropical por el fruto succulento, una drupa carnosa de forma arriñonada u oval, de 5 a 15 cms de longitud y color verdoso, amarillento o rojizo muy dulce y sabrosa; encierra un hueso o cavozo grande aplanado, rodeado de una cubierta leñosa. Los hay esféricos y aplanados, como el mango de Manila, de los más apreciados, alcanza el 20% de su contenido en azúcares. Brasil fue el primer país de América en el que se cultivó, llevado por los portugueses en el siglo XVIII. Desde allí se llevó el árbol a las Antillas y México.

Clasificación científica: el mango pertenece a la familia de las Anacardiáceas (Anacardiáceas), especie *Mangifera indica*.



Oxford Scientific Films

El Bocado de Mango posee en su estado natural gran cantidad de pectina por lo cual no es necesario invertir en ella; este es un ingrediente básico que da la consistencia sólida a este bocado, también contiene ácido cítrico.

El Bocado de Mango es un buen complemento alimenticio además de ser muy especial el placer de degustar su sabor, en la alimentación diaria.

2.2 CONCEPTO DEL PRODUCTO

La elaboración artesanal de dulces tiene un origen relativamente reciente, aunque si bien dicha elaboración se remonta a tiempos remotos. Primero fue casera,

luego comenzó a elaborarse a grandes escalas. Como resultado el día de hoy grandes empresas del mercado las fabrican y distribuyen a nivel mundial.

IncurSIONando en este último renglón, debemos observar que se han desarrollado procesos automatizados, con los cuales se obtienen grandes volúmenes de producción lo cual simplifica la demanda.

La exportación y la importación de este producto no deja de ser un segmento interesante para tener en cuenta. Todo dependiendo del volumen y expectativas que desarrollemos en el camino del progreso.

Dentro de la industria de los dulces artesanales podemos destacar sabores tradicionales; pero por que no incursionar en sabores exóticos, sabores que no se han explotado y hacer de esto un fuerte dentro de nuestro segmento; Ofreciéndole al consumidor una nueva posibilidad de sabores por la nueva gama de diferentes variedades.

Los productos y sus características básicas

Los productos, son las mermeladas de frutas existiendo las siguientes variedades a nivel comercial, pudiéndose sacar en forma de bocadillo.

Frutillas.-

Frambuesa

Ananá

Naranja

Grosellas

Durazno

Cereza

Ciruela

Damascos

Otra opción interesante para la comercialización son las combinaciones de frutas

Manzanas/Peras

Mango/Duraznos

etc

Las buenas características: de los dulces artesanales es que deberán elaborarse con frutas que contengan suficiente pectina y ácido, para que de esta manera obtengamos una consistencia sólida o semisólida.

Propiedades.- Los dulces artesanales que elaboremos deben de ser un buen complemento alimenticio, no sólo el placer de degustar un sabor, sino aportar a la alimentación diaria los siguientes compuestos:

- Un contenido de calorías adecuado a la cantidad de gramos de nuestro dulce artesanal.
- Un Sabor apropiado a razón de la fruta con la que esta elaborada.
- Una acidez media
- Consistencia y aspecto agradable
- El color adecuado a razón de la fruta con la que se ha elaborado.
- Un aroma agradable

Pastas o Bocadillo de Mango

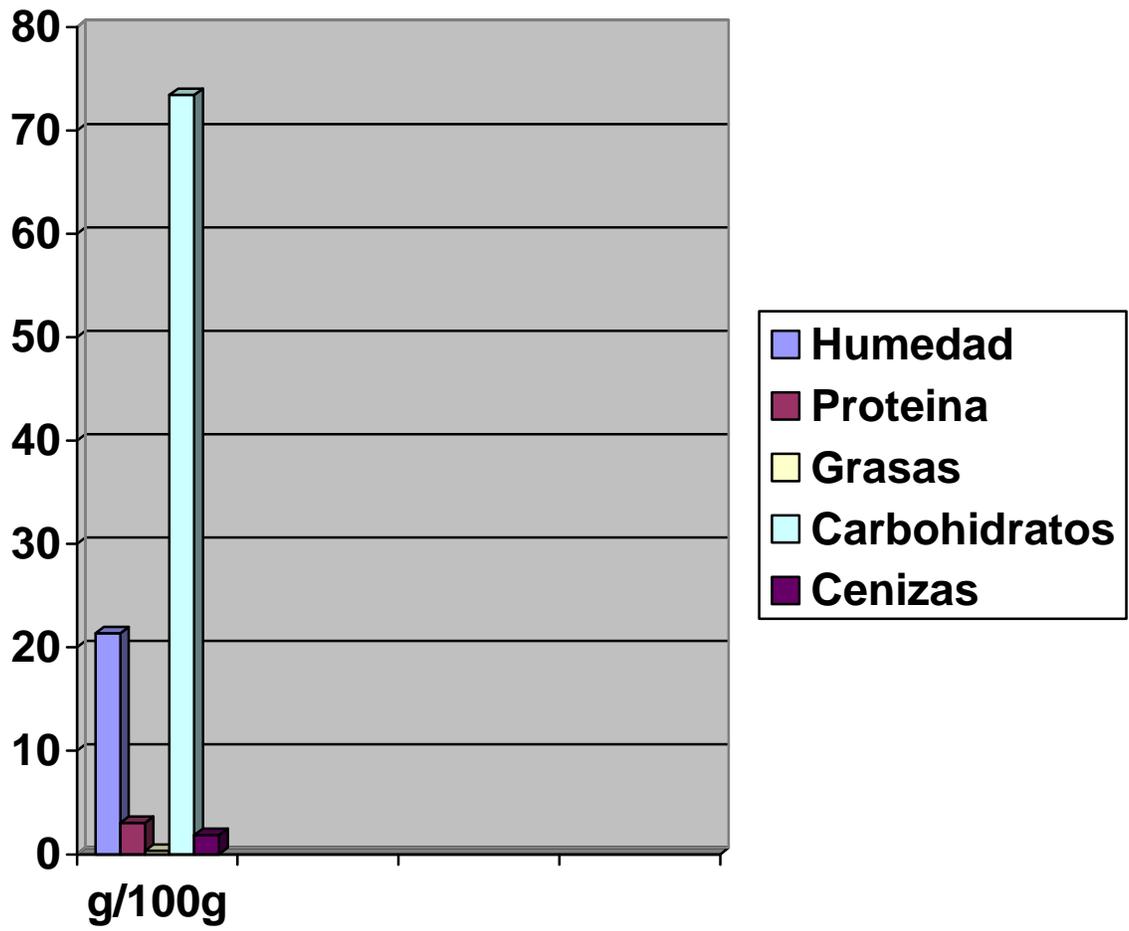
(manquitera Indical)

Definición: Mezcla de pulpa de fruta de mango con azúcar, concentrada fácil de cortar.

2.3 INFORMACIÓN NUTRICIONAL

(g/100g)

Humedad	21.37
Proteína	3.01
Grasas	0.32
Carbohidratos	73.43
Cenizas	1.87



Calorías 3.08kcal

PH: 3.8 – 4.5

Pesos Netos: 225 Grs

Vida Útil: 6 – 8 Meses

Almacenamiento: Para este producto su almacenamiento se realiza a temperatura ambiente, aunque es preferible temperatura de refrigeración.

Empaques: Polipropileno bioorientado, Cryovac, (polietileno expandido), bandejas de cartón plastificado con cloruro de polivinilo (pvc)

El Polipropileno, es un polímero de adición obtenido por la polimerización del propileno, $\text{CH}_2=\text{CH}-\text{CH}_3$, en presencia de catalizadores y en determinadas condiciones de presión y temperatura: $(-\text{CH}_2-\text{CHCH}_3-\text{CH}_2-\text{CHCH}_3-\text{CH}_2-)$.

Por su elevada resistencia mecánica e impermeabilidad resulta adecuado para una amplia gama de productos.

Las bandejas de cartón se plastifican con cloruro de polivinilo, el cual sale de un gas de fórmula $\text{H}_2\text{C}=\text{CH}-\text{Cl}$, que al polimerizarse produce cloruro de polivinilo, o plástico de vinilo.

Embalajes: cajas de cartón con 30 unidades de 225 gramos

Consumo: Niños y adultos

Usos: Consumo directo, postres, jugos, con leche, queso, etc.

2.4 FUERZAS DE PORTER

2.4.1 Poder de Negociación Con los Proveedores

En el caso específico de **ALIMENTOS TAYRONA Ltda.**, se presenta la siguiente situación, como es una empresa dedicada al procesamiento de alimentos, como los bocadillos de frutas tropicales, en ciertos insumos la fábrica tiene poder de negociación y en otros no.

En el caso de los bocadillos, estos se empaquetan en cajitas de cartón y papel celofán; las cajitas de cartón comprándolas en determinadas cantidades se logran descuentos significativos y lo mismo sucede con las etiquetas y materias primas de las frutas.

En el evento de arrancar en firme y con una proyección de materia prima a demandar, es posible obtener algún descuento para los insumos

A la hora de comprar nuestras materias primas tendremos presente los siguientes ítems, la cantidad que vamos a comprar (volúmenes), la calidad que buscamos, el precio conveniente y el tiempo de demora en la entrega (oportunidad de los materiales).

Es de suma importancia la negociación y la selección de los proveedores con los que trabajaremos; los cuales tendremos que tomar en cuenta para sincronizar la adquisición de las materias primas con el programa de producción que elijamos. Recordemos que un procedimiento de compra efectivo representa uno de los tantos factores que serán nuestros pilares para lograr la meta de permanencia dentro del mercado y crecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa.

Las principales características que debemos tener en cuenta a la hora de realizar nuestra compra de materias primas e insumos:

- 1-Calidad apropiada del producto
- 2-Precios competitivos dentro del mercado
- 3-Tiempos de entrega en fecha
- 4-Disponibilidad de mercadería programada

Con base en los volúmenes de insumos adquiridos y la puntualidad en el pago, obtendremos mejores precios de compra.

2.4.2 Poder de negociación de los compradores.

En este tipo de negocio, el poder de negociación es nulo, ya que el producto va dirigido a los supermercados y la única forma de tener en cuenta para los precios son la competencia, ya que hay que tener precios muy similares para poder estar en el mercado.

Lo que hay que analizar es que la empresa y todas las que son afines, trabajan con distribuidores con un margen de ganancia del 25% bruto y un 20% al supermercado lo cual hace que el producto salga costoso y es por eso que el mercado potencial son estratos 3, 4, 5, 6 y además que es un bien no de primera necesidad y con un IVA de 16% para todos los productos de la fabrica.

Si lo cogemos del comprador o comprador final, se ve que el producto lleva los costos de aquellos que participan del proceso y por lo tanto el precio del producto es estable y con unos incrementos anuales y a veces el precio no aumenta por la recesión que esta atravesando la economía, ya que son productos suntuarios el precio lo determinan las fuerzas del mercado y eso sucede en todos los productos de este genero.

La ventaja de estos productos es que por ser alimentos procesados no están sometidos a que se dañen rápidamente ya que pueden durar más de 8 meses y si hay poca rotación de inventario, no se presenta mayor problema.

Si tomamos el poder de negociación de los clientes éste es nulo, ya que el producto se encuentra en los supermercados y no se presenta la forma de poder pactar un precio, porque este ya esta previamente establecido.

En los productos de bocadillos de frutas tropicales (excluyendo guayaba), como son productos estacionales de cosecha, mango, tomate de árbol, banano (todo el

año), maracuyá, hace que los compradores puedan llevar un producto fuera de cosecha, ya que éste se puede consumir directamente o prepararse en jugos.

La colocación del precio, no se hace de una forma arbitraria, se hace analizando todos los costos inherentes al proceso y se sabe que si se pone demasiado alto, para ganar más, es una medida contraproducente, porque la demanda es baja o nula, y no tiene sentido hacer un producto para que no se venda. Y de allí que salga el producto con unos precios casi iguales a la competencia, ya que el bajarlos demasiado, es obtener pocas utilidades y por ello no significa de se vaya a vender altos volúmenes de producción, para establecer este tipo de estrategias.

2.4.3 Entrada Potencial de Nuevos Competidores al Mercado Real

En el caso de los productos que hace la empresa ALIMENTOS TAYRONA Ltda., y su producto el bocadillo de mango, debemos aclarar que en el momento no existe una empresa, que posea este producto en el mercado con todos los requerimientos legales y tenga una visión del mercado nacional con miras a exportar.

Se cuenta con el riesgo eventual que salga competencia, pero el mercado es tan grande que para ganar clientes, hay que vender productos de calidad y con unos canales de distribución eficiente y precios razonables.

Se ha podido observar que en el momento montar una empresa es complicado, además a la gente no le gusta llenar requisitos, hacer estudios de mercado, financieros y sé ha presentado el caso que existe el producto y no tienen visión y muchas empresas han desaparecido por no contar con todas las variables del mercado.

Frente a la crisis económica que esta afrontando el país, el plan de negocios del bocadillo de mango, sería una de las tantas formas de generar empleo, ya que Santa Marta, posee unas condiciones favorables para la implementación de este tipo de empresa.

Otro gran obstáculo para que entren empresas al mercado, es que el mercado potencial son los supermercados y se necesita capital de producción para tres meses, porque las facturas las pagan a 60 días y se compra materia prima de contado.

2.4.4 Rivalidad Entre Empresas Competidoras

En el momento la rivalidad de las empresas, esta focalizada en la forma como se presenta el producto y la calidad, pero no así en los precios, ya que no se cae en el error de la guerra de precios, porque se sabe que no conlleva a nada productivo; aunque no existe legalmente en el mercado una empresa de frutas tropicales, solo están las empresas de bocadillo de guayaba.

Hay que tener en cuenta, que la verdadera guerra consiste en dar un producto de una calidad excelente y teniendo en cuenta las sugerencias de los clientes, es allí donde no se debe descuidar y es así, que los bocadillos no sale en pasta de 360 gramos, sino en 225 gms se hacen bocadillos en cajitas de 10 porciones, envueltos en papel celofán que hace que no tengan que ensuciarse las manos o cortar la porción y esta es una forma de atraer a los clientes.

Existe una problemática y es que hay bocadillos en el mercado informal, mucho mas baratos, pero sin garantías de calidad y sanidad lo cual frena el producto.

2.4.5 Desarrollo Potencial de Productos Sustitutos

Lo que se vende es el disfrutar un bocadillo de fruta tropical en cualquier época y en cualquier parte del país sin prepararlo y listo para el consumo, y se sabe que existen infinitudes de dulces y presentado de diferentes formas y cada día saldrán nuevas formas de productos.

¿Quién es la competencia? La competencia a nivel formal y organizacional no existe en el momento, ya que las que se presentan son a nivel informal, es decir, son negocios de pequeñas familias que expenden sus productos en las calles.

Bienes Sustitutos. Lo conforman todos los demás bocadillos de guayaba que aparecen en el mercado y los demás dulces.

La investigación de mercados generó la realización de encuestas y el estudio pormenorizado de las mismas, lo anterior para poder analizar las tendencias en el consumo, poder prever así la cantidad de productos y la localización de los mercados más rentables para nuestro producto.

La investigación de mercado se llevó a cabo con cien encuestas directas sobre el terreno, sondeo que nos permitió obtener resultados que nos informan sobre la

aceptación del producto. Se aplicó un muestreo aleatorio simple, donde toda la población tiene la misma probabilidad de ser elegido.

En lo referente al sabor el 90% de los encuestados concluyo que el sabor del bocadillo es excelente, y un 10% opinó que es demasiado dulce.

En cuanto al color del producto, el 87% de los encuestados dijo que esté es bueno y su presentación es agradable a la vista, y un 13% opinó que el color le es indiferente, después que el producto sea bueno.

En lo referente al olor, el 100% de los encuestados, opinó que esté es agradable al olfato, ya que se asemeja al olor de la fruta madura en pulpa.

En el mercado local, en información obtenida de los supermercados de cadena arrojo que venden en promedio 3.096 libras mensual de bocadillo de guayaba (2003) y no hay venta de bocadillo de mango u otras frutas.

En el mercado nacional se venden 390 toneladas de bocadillo de guayaba anual y se venden 35 toneladas de bocadillos de otras frutas, anual (DANE 2002).

La empresa tiene una capacidad máxima de producción 2,025 ton mensuales con este proyecto, ya que lo que se quiere es venderlo no solo localmente, sino nacional e internacionalmente.

Se tiene una capacidad instalada de 24,30 toneladas de bocadillo anual, con la misma infraestructura y estructura de costos se pueden combinar otras frutas como tomate de árbol, banano, maracuyá, con el fin de generar mayor penetración, por ende ampliar nuestra fortaleza al obtener mas aceptación en el

mercado y así lograr ampliar o quitarle clientes al mercado de guayaba existente; además incursionar en los pequeños supermercados, cadenas de hoteles, casa de eventos sociales y capturar así estos nichos de mercado.

2.5 MATRIZ DOFA

2.5.1 Debilidades.

No existe en el momento información recopilada al respecto pero observamos que no se cuenta con la materia prima todo el año, si no en los meses de cosecha, junio , julio y agosto., tampoco existen cultivos tecnificados del mango que abaraten el costo de la materia prima. El producto sale de color amarillo, pero se va degradando con la luz., afectando en la presentación estetica, y no en el producto en sí.

2.5.2 Fortalezas.

Constitución de una empresa legal, con todos los requerimientos de un proyecto piloto, el cual colocara un producto distinto al bocadillo de guayaba, que en este caso es el de mango para iniciar y otras frutas tropicales, a la vez se va a generar empleo en la región y con una proyección nacional e internacional

2.5.3 Amenazas.

El surgimiento de nuevas empresas.

2.5.4 Oportunidades.

Ingresar al mercado con un producto novedoso, el producto al ser transformado adquiere larga vida.

2.6 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.

Como sabemos, el promocionar un producto no es más que dar a conocerlo para aumentar sus ventas y con ello asegurar que la información llegue al consumidor de una manera clara y eficaz.

Podemos involucrar dentro de una estrategia promocional diferentes ítems como la publicidad del mismo, una buena campaña de ventas, un logotipo que identifique nuestra marca, e indirectamente las etiquetas y el empaque. Teniendo sincronizado estos aspectos fundamentales lograremos hacer conocer nuestros dulces artesanales, demostrar un buen servicio como valor agregado y así incrementar en cierto punto los consumidores del producto..

Podríamos nombrar algunos medios para llegar a nuestros objetivos como son:

-Radio

-Televisión

-Periódico

-Revistas

-Anuncios exteriores

- Propaganda en los establecimientos comerciales.
- Directorios especializados de la industria de alimentos,
- Restaurantes
- Hoteles.

Tengamos presente también posibles estrategias de mercado

Podríamos tomar en consideración algunos puntos que radicarían en estrategias para captar mercado. En este punto nos detendremos en por ejemplo elaboración del producto final de la más alta calidad y al mejor precio posible

2.7 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO:

Actualmente no existe en los supermercados el Bocado de Mango, solo hay Bocado de Guayaba y otros dulces, por lo anterior, podemos decir que se tiene un mercado asegurado para dicho producto, dado su condición de bocado, por su larga vida se puede abastecer al mercado todos los meses del año, a pesar que es un producto de estación dándose su máxima producción en los meses de junio y julio.

2.7.1 **Empaque**

Se comercializa en cajas de cartón con un peso de 225 grs. y fraccionados en 10 unidades envuelto en su papel celofán, esto constituye una novedad ya que se venia dando que la venta que se realizaba en forma artesanal era en forma de pasta, lo cual constituía una dificultad cada vez que se iba a obtener una porción del producto.

2.7.2 **Precios**

El precio que el cliente esta dispuesto a pagar: El estudio de mercados arrojó los siguientes datos;

Precio al mercado \$3.000 (con IVA incluido del 16%) presentación de 225gr

Margen de utilidad del distribución 25%

Margen de utilidad del supermercado 20%

2.7.3 Costo Por Unidad

24 cajas por 25 días mes

Cantidad	Precio	Articulo	Costo
1	12,000.00	Canastilla de pulpa	12,000.00
30	100.00	Cajitas	3,000.00
30	100.00	Etiquetas	3,000.00
1	1,000.00	Caja de cartón	1,000.00
30	25.00	Plástico	750.00
16	650.00	Azúcar	10,400.00
1	1,000.00	Limón	1,000.00
1	100.00	Preservativo	100.00
			-
		Costo Variables	31,250.00
1	50.00	Agua	50.00
1	333.33	Arriendo	333.33
1	133.33	Gas	133.33
1	100.00	Luz	100.00
1	5,086.67	Mano de obra	5,086.67
1	83.33	Teléfono	83.33
1	2,543.33	parafiscales	2,543.33
			-
		Costos fijos	8,330.00
		Total	39,580.00
		cajitas	30
		costo por unidad	1,319.33

2.7.4 Condiciones de pago.

Con el fin de asegurar las ventas del producto, nos vemos en la necesidad de aceptar las políticas de los supermercados, la cual es la de dejar la mercancía a crédito de 60 días.

2.7.5 Proyección de la demanda.

1 caja = 30 unidades

Producción diaria 24 cajas x 25 días.

Volumen y frecuencia

El volumen de producción es de 600 cajas mensuales trabajando 25 días al mes.

Barreras de Entrada. Esta caracterizada por una serie de requisitos que le exigen a la empresa. Como el código de barras, registro de INVIMA, etc.

Análisis del Sistema De Comercialización. El canal de comercialización más recomendado es el de:

Productor.....Distribuidor.....Supermercados.....Cliente

La fabrica obtiene unos márgenes de ganancia y esta estructurado para que los distribuidores ganen un 25% y destinen un 5% a la promoción en los supermercados y se queden con un 20% libre de ganancia y los supermercados tienen un margen de ganancia del 20% libre..

2.8 Estrategia de Comunicación:

Sistema de publicidad y promoción. Se llevara a cabo degustación en los diferentes supermercados, así como impulsadoras del producto; publicidad radial en prensa y la creación de una página Web.

Las degustaciones fuera del supermercado las asumirá el distribuidor o la empresa en caso que este sea la que venda, los demás gastos de publicidad lo hace la empresa.

MODULO 3: ANALISIS TECNICO - OPERATIVO

3.1 Reseña de cada uno de los procesos

3.1.1 . Recepción de la materia prima:

Lo que primero se hace cuando llega la materia prima es comparar nuestra copia de pedido con la facturación enviada por nuestro proveedor, de esta manera tomaremos en consideración la característica de la fruta (si este fuera el caso) su costo, el peso y su procedencia. Si notásemos alguna variante en nuestras observaciones deberemos acudir al sector de reclamos para que inicie el reclamo pertinente a nuestro proveedor.

3.1.2 . Transporte a la mesa de selección:

Los empleados encargados de recepcionar la mercadería, serán los que las transportarán a la mesa de selección.

3.1.3 . Selección y rechazo de la materia prima:

En este punto tendremos minuciosa atención. Necesitaremos que nuestros empleados a cargo de esta área de manera visual y por tacto realicen una selección de la fruta, las características que debemos encontrar en una optima materia prima son principalmente fruta muy fresca y madura, pero firme. Aconsejamos una mezcla de fruta madura y en proceso de maduración.

Eliminaremos la fruta muy madura o pasada y aquella que no tenga apariencia agradable. Muchos productores de bocadillo seleccionan las mejores materias primas para otros menesteres, trabajando las frutas muy maduras para la elaboración de dulces. Esto sólo dará lugar a un producto de mala calidad, lo cual será de gran desventaja por lo tanto nosotros utilizaremos excelente materia prima en el proceso de fabricación, asegurando nuestra inserción en el mercado

3.1.4. Transporte de la materia prima al área de lavado:

Ya habiendo realizado el proceso de selección. La materia prima se recoge en canastos plásticos que se llevarán manualmente al sector de lavado.

3.1.5. Lavado:

En este ítem prestaremos suma atención, ya que hemos hablado anteriormente de la higiene que es primordial en este segmento ya que estaremos manipulando alimentos de consumo humano. La fruta deberá ser muy bien lavada, con el objeto de eliminar polvo y suciedad y/o insecticidas de plagas que llevan adheridos, por lo que es conveniente la utilización de agua y cepillos.

3.1.6 . Despulpado:

En el caso de la elaboración de bocadillo de mango, necesitaremos que la fruta pase por un proceso de despulpado, donde eliminaremos su semilla.

3.1.7 -Transporte al área de cocción.

El producto previamente seleccionado se transportará al área de cocción, en donde se mezclan con el resto de ingredientes para que quede una mezcla homogénea.

3.1.8 -Transporte a la mesa de solidificación.

Este proceso deberá realizarse en una mesa especial (con medidas predeterminadas), la cual debe estar desinfectada, y llevará como tiempo mínimo de solidificación 24 horas.

3.1.9 -Después de 24 horas se realizan los respectivos cortes

3.1.10 -Envoltura en papel de celofán

Estando frío el producto procedemos a envolverlo en papel celofán para asegurar su higiene y distribución.

3.1.11 Empaque en sus cajitas

El producto se empaqueta en cajitas con 10 unidades dando un peso total de 225 gramos.

3.1.12 - Empaque en sus cajas

El producto se empaca en cajas con 30 cajitas

3.1.13 Sellado de la Caja

3.1.14 Transporte del producto final terminado.

Se procederá a entregar el producto a los diferentes distribuidores para que ellos los depositen en los supermercados de la ciudad.

3.1.15 Almacenamiento del producto final envasado terminado.

Con la mercancía que sobra se procede a guardar en un lugar fresco y seco destinado para tal fin. Teniendo especial cuidado de que no le caigan hormigas al producto.

3.2 MATERIA PRIMA

Pulpa de fruta de mango.

Azúcar.

Ácido cítrico

Benzoato de sodio.

Cajitas de cartón.

Plástico.

Etiqueta.

3.3 Características del Bocadillo de Mango:

Aspecto: Sólido y sin impurezas Color: amarillo adecuado a la fruta de elección para la elaboración, Sabor: el perteneciente a la fruta de elección para la elaboración, Olor: Ligero olor típico a fruta.

Azúcar Refinada: utilizaremos el azúcar en la elaboración del Bocadillo de Mango para otorgarle dulzura y así obtener un porcentaje de sólidos solubles necesario para su consistencia.

Benzoato de sodio: este compuesto se utiliza en la elaboración del Bocadillo de Mango como inhibidor, en otras palabras para evitar la proliferación de hongos.

Ácido cítrico: el ácido cítrico se utiliza en la elaboración de Bocadillo única y exclusivamente para obtener el pH deseado para la formación del gel. El carácter

físico-químico del PH que debemos obtener para nuestros Bocado debe de ser de entre 3.9 a 4.1 con un porcentaje de sólidos solubles: 8 a 9

Las formas mediante las cuales podremos obtener el ácido cítrico son principalmente del jugo de frutas cítricas (limón común).

3.4 Logística de la Fabrica

Instalaciones y Lugar Físico

Para iniciar nuestra actividad empresarial tendremos que tener presente y en cuenta muchas inversiones como son el lugar físico donde la localizaremos, un terreno para edificar, o una vivienda ya constituida y la instalación de servicios y maquinaria que nos serán de utilidad.

Sobre el primer punto que enumeramos, para lograr la elección correcta tendremos presente:

- Extensión del Terreno o propiedad si fuera el caso.

- Su ubicación.

- Tendremos presente si la propiedad tiene posibilidades para ampliar, ya que en un futuro podemos contar con la necesidad de expandirnos.

También sería a considerar:

Contar en las cercanías con proveedores de materias primas. Lo que nos sería de beneficio a la hora de entregas, tiempos, etc. Ubicación necesaria en cuestión de vías de comunicación y/o transportistas, lo cual nos facilitará no solo la distribución de nuestros dulces artesanales sino también la recepción de nuestras materias primas. Beneficios en impuestos fiscales. Contar con mano de obra.

Servicios necesarios para la instalación de nuestra Microempresa:

Las plantas procesadoras de dulces requieren de servicios auxiliares para la operación, entre otros los más importantes son:

- Agua Potable
- Combustibles Teléfono y/o Fax
- Vías de Acceso
- Drenaje
- Seguridad
- Electricidad
- Recolección de basura
- Conexión a Internet
- Servicio de Emergencias Médicas

-El tamaño a considerar de nuestro espacio físico no debe ser mayor al que podamos sustentar, ya sea con capitales propios, de la sociedad o de préstamos. De esta manera lograremos hacer frente a gastos iniciales que redundarán en nuestro proceso inicial de elaboración de dulces artesanales. Se consideran

necesarios para montar este micro emprendimiento una superficie de entre 90 y 160 metros cuadrados para el sector de elaboración y de entre 400 y 700 aproximadamente para una empresa de mayor envergadura.

Por lo general para este tipo de emprendimientos se toma en consideración el alquiler de propiedades, lo que nos dará la oportunidad de aprovechar el capital para realizar la compra de las instalaciones con mas calma.

3.5 Maquinaria y Equipo

Ante todo deberemos preguntarnos si la maquinaria que tendremos en vista será la que se adaptará mayormente a nuestras necesidades; éstas pueden ser para manejo general y/o especializado, según se requiera.

Hoy en día el mercado nos facilita esta tarea otorgándonos amplias variedades en cuestión de maquinaria o herramientas. Si optamos por generalizadas veremos que si bien nos realizarían diferentes procesos, también notaremos que el tiempo en que procesan los diferentes objetivos es más lento que una específica, ya que esta última sólo se detendrá en un único proceso.

Podremos también tener en consideración a la hora de afrontar el gasto de la compra de nuestra maquinaria y/o herramientas la posibilidad de comprar en el

mercado las usadas, verificando también el estado de las mismas. Esto podría ocasionarnos gastos posteriores de mantenimiento, etc.

Maquinaria y equipos a considerar para comenzar nuestro emprendimiento

Este proyecto no requiere de maquinaria y equipos especializados, pero si de herramientas y equipos comunes que sirvan para la elaboración del producto como son:

Despulpadora

Estufas a gas Industrial

Calderos

Mesa de madera

Estantes forrados en anjeo

Sellador de Empaques

Guantes

Delantal

Tapaboca

Gorros.

Cepillo

Cucharones.

3.6 Mantenimiento.

Necesitaremos contar con un Departamento de Mantenimiento, que será el responsable de la manutención de las maquinarias, ya que este punto es fundamental como los otros que hemos enumerado a lo largo de nuestra propuesta, para el buen funcionamiento de nuestra planta de elaboración de dulces artesanales.

Lograremos esto por medio del mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos y accesorios.

La realización de un mantenimiento correctivo es simplemente el arreglo de las fallas causadas por accidentes mecánicos o eléctricos y que no podríamos de ninguna manera prever.

En cambio el mantenimiento preventivo consta de programar para cada máquina una revisión y cambio de piezas periódico, con el fin de tenerlas siempre bien.

Tendremos que para el buen funcionamiento de los equipos, necesitaremos adicionar a estos mantenimientos de limpieza.

Deberán ser programadas limpiezas semanales diferentes a las de usos diario, lo que no es superficial. Es importante efectuar un enjuague del equipo antes de iniciar la producción nuevamente.

En cuestiones de higiene vale hacer hincapié en que se deberán realizar programas de control de plagas con el fin de eliminar moscas, roedores, cucarachas, etc.

No olvidemos que además deberemos programar periódicamente la limpieza de las distintas áreas de la industria, tanto las cubiertas como las que están al aire libre.

-

MODULO 4 ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Razón Social: Alimentos TAYRONA LTDA

Objeto Social: La empresa tiene por objeto social la deshidratación de frutas y comercialización en Colombia y en el exterior, por cuenta propia o de terceros, de pastas de frutas y demás productos alimenticios, se gestionará en compraventa, procesamientos, distribución, importación, exportación de frutas frescas, pulpa de frutas, bocadillos de frutas, conservas, almíbares, y demás concentrado de frutas. El desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacerse bajo su propio nombre o por cuenta de terceros o en participación con ellos, toda clase de operaciones comerciales sobre bienes muebles o inmuebles.

Duración: El periodo de duración se ha fijado en 10 años.

Patrimonio Social: Se inicia con \$ 2.000.000, o dividido en 100 cuotas de \$ 20.000, con dos socios.

La empresa esta conformada de la siguiente manera:

Por un Gerente; el cual será la cabeza responsable de la empresa, estará encargado del papeleo legal y del contacto con los diferentes distribuidores a los supermercados, así como todo lo concerniente a la buena marcha de la compañía.

Jefe de producción; el cual esta encargado directamente de los procesos de producción del producto de bocadillo en todas sus etapas.

Secretaria (1); su función será llevar todos los papeles al día y estar en la oficina y estar pendiente de toda la empresa, mano derecha del gerente.

Operarios (5): Es el personal que trabaja en la preparación del bocadillo bajo la supervisión del jefe de producción.

Adentrándonos en este último punto es necesario que se deba tener en cuenta la implementación de guantes, uniformes, gafas de seguridad.

Sobre la higiene debemos prestar suma atención. Es indispensable el cuidado extremo ya que sabemos que estaremos trabajando con alimentos. Nuestros empleados deben vestir siempre uniformes limpios, guantes y cabello recogido y tapado. Quedan excluidos empleados dentro del área de elaboración que porten barba, bigote o cabello largo.

Deberemos también llevar a cabo libretas sanitarias de cada uno de los empleados de nuestra empresa. Cualquier trabajador al que se le observen cortaduras, enfermedades, erupciones cutáneas o infecciones en sus uñas no podrán incorporarse al trabajo hasta no obtener un alta médica.

Como modelo de contratación se llevará a cabo la escogencia de los trabajadores con base en la experiencia que tengan con respecto a la elaboración del bocadillo

de mango, además de implementarse un entrenamiento básico que dirigirá el jefe de producción con el fin de tener una buena capacitación en la elaboración del producto.

Este proyecto de inversión debe acatar la legislación vigente y los diferentes requisitos establecidos para la constitución de la empresa.

4.1 Gestiones ante la Cámara de Comercio:

Los siguientes son los diferentes puntos que tendremos en cuenta:

1. Reunión de las personas que conforman la sociedad limitada
2. Verificar de que no haya otra sociedad constituida con la misma razón social
3. Elaboración de la minuta de escritura pública donde constara el nombre y domicilio de los socios; su razón social, el objeto y clase de sociedad y los aportes a capital.
4. Duración y causales de disolución
5. Formas de administración, representante legal y revisor fiscal
6. Registrar la escritura ante notaria
7. Obtener matricula en el registro mercantil y el NIT
8. Obtención de certificado de existencia y representación legal

9. Registro de los libros de contabilidad: Diario, Mayor, Inventarios, balance y actas
10. Renovar anualmente la matricula mercantil

4.2 Gestiones ante la DIAN:

1. Solicitar Formulario Único Tributario (RUT)
2. Inscribir la Sociedad como responsable del IVA

4.3 Gestiones de Funcionamiento:

1. Minambiente: Licencia ambiental
2. Bomberos: Inscripción y certificado previa comprobación de existencia de extintores.
3. Centro de Salud: Concepto sanitario
4. INVIMA: para vigilancia de medicamentos y alimentos

4.4 Gestiones de Seguridad Laboral:

1. ARP o ISS: Inscripción ante la administración de riesgos profesionales
2. EPS O ISS: Afiliar al trabajador al sistema de seguridad social y pensión
3. Fondo de Cesantías: afiliar a los trabajadores al Fondo de Cesantías
4. Afiliar a los trabajadores a las Cajas de Compensación Familiar: pagar los aportes correspondientes al ICBF y SENA.
5. Inscripción ante un programa de seguridad industrial, adjuntando reglamento de trabajo ante el Ministerio, reglamento de higiene e inscripción a un programa de salud ocupacional.

MODULO. 5 PRESUPUESTO FINANCIERO

5.1 Presupuesto de Inversiones

Para llevar a cabo la proyección de ingresos y gastos y hacer una evaluación en forma correcta determinaremos previamente algunas políticas, como las siguientes:

- a) Fijar un horizonte de estudio de cinco años,
- b) El año 0 es de organización y puesta en marcha
- c) Se proyectará a precios en los cuales se reajustaran al 7% anual, ya que este es el porcentaje de inflación.
- d) Se establece como políticas de ventas a crédito de 60 días
- e) Aplicamos depreciación por el método de línea recta
- f) Determinamos la tasa de interés de oportunidad del inversionista en un 36%
- g) Se fijan las políticas salariales, tributarias, prestacionales y parafiscales las de Ley
- h) Se adoptan los criterios para la aceptación del proyecto el valor presente neto mayor que cero y la TIR mayor que la TIO.

Inversiones Fijas: Son las que se realizan para la adquisición de los bienes necesarios para la operación de la empresa, los cuales no son sujeto de comercialización, tenemos:

Maquinaria, muebles y herramientas que se deprecian a 5 años, debido a que las herramientas soportan altas temperaturas lo cual hace que se deprecien en un menor tiempo, dado a que hay mas desgaste del material.

Inversiones Diferidas: Son las que se realizan entes de iniciar las labores de producción, como los estudios técnicos y económicos, los gastos de organización, montaje y puesta en marcha.

Inversiones en Capital de Trabajo: Las cuales se realizan para atender las necesidades de gastos en activos corrientes, gastos indirectos de mano de obra, etc., desde que se inician las operaciones hasta que la empresa obtenga los ingresos por la venta de su producción.

VAN: El Valor Actual Neto surge de sumar los flujos de fondos actualizados de un proyecto de inversión Mide la riqueza que aporta el proyecto medida en moneda del momento inicial. Para actualizar los flujos de fondos, se utiliza la tasa de

descuento. • La regla de decisión es la siguiente: o Aceptar los proyectos con $VAN > 0$ o Rechazar los proyectos con $VAN < 0$ o Es indiferente aceptar o rechazar los proyectos con $VAN = 0$

Entre dos proyectos alternativos, se debe seleccionar el que tenga mayor VAN

Existe un único VAN para cada proyecto, Considera todos los flujos de fondos del proyecto. Mide la rentabilidad en términos monetarios.

TIR: Son todas aquellas tasas que hacen que el $VAN = 0$; considera todos los flujos de fondos del proyecto, considera los flujos de fondos adecuadamente descontados, la regla de decisión es la siguiente:

Aceptar los proyectos con $TIR > r$, siendo r la tasa de corte previamente definida.

Mide la rentabilidad en términos porcentuales.

PRI: Se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido, mide la rentabilidad en términos de tiempo, no considera todos los flujos de fondos del proyecto, ya que ignora aquellos que se producen con posterioridad al plazo de recuperación de la inversión.

La regla de decisión es la siguiente:

Aceptar los proyectos con $PRI < p$, siendo p el plazo máximo de corte previamente definido.

Producto bocadillo 225 gm			1,724.00	precio venta
Precio Inicial	1,724.00	Precio unidad	1,319.33	costo unitario
Precio AjxInfl7%	0%	\$ 1,724.00		Unidad
Cto Variable	79%	\$ 1,041.67		Unidad

El rendimiento esperado del inversionista es del 36% (Costo de Oportunidad)

INFORMACION PARA RECUPERACION DE LA INVERSION

a) Activos Fijos: \$15.000.000 Depreciación en Linea Recta durante vida util.

b) Gasto Preoperativo y estudio del proyecto \$12.000,000 (amortización a 2 años LR)

c) Se incrementa las ventas en 10% anual y se incrementa el capital de trabajo en 7% anual

GASTOS POR DEPRECIACION Y AMORTIZACION

Activos Fijos	15,000,000	Depreciación	Linea Recta	<u>15,000,000</u>
		Vida util del proyecto		5 años
		Gastos Preoperativos		<u>12,000,000</u>
		Vida util del proyecto		2 años

COSTOS DE OPERACIÓN:

Costos Fijos	23,748,000.00
Depreciación	3,000,000
Amortización	<u>6,000,000</u>
Total Cto.Op	<u>32,748,000</u>

PUNTO DE EQUILIBRIO	<u>CF</u>
	(PV- CV)
PUNTO DE EQUILIBRIO	<u>1,7</u>

PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$:	47,994.14	Unidad	X
PUNTO DE EQUILIBRIO EN \$:	\$ 82,741,893.50		

ESTADO DE RESULTADO EN PUNTO DE EQUILIBRIO:

Ventas	\$ 82,741,893.50	(Explicación:	47,994.14	X
menos: Costos Variables	<u>\$ 49,993,893.50</u>	(Explicación:	47,994.14	X
Margen de Contribución	\$ 32,748,000.00			
menos: Costos Fijos	\$ 23,748,000.00			
menos: Depreciación	\$ 3,000,000.00			
menos: Amortización	<u>\$ 6,000,000.00</u>			
Utilidad antes Int.e Imptos	<u>\$ 0.00</u>			

PROYECCION VENTA EN UNIDADES

Periodos	0	1	Incr.10%	Incr.10%
Cantidad		216,000	259,200	285,120
Precio Aj.x Infl. 7% c/año		\$ 1,724.00	\$ 1,844.68	2,029.59
		\$		
Ventas por año		372,384,000.00	\$ 478,141,056.00	525,955,104.00
Capital deTrab.7%		\$ 23,748,000.00	\$ 25,410,360.00	27,951,330.00
Inversión en Capital de Tr.	\$ 23,748,000.00	\$ 1,662,360.00	\$ 1,778,725.20	\$ 1,956,500.00

ESTADO DE RESULTADOS

Periodos	0	1	2	3
Ventas por año		\$ 372,384,000.00	\$ 478,141,056.00	\$ 525,955,111.00
menos: Cto Variable 75,27%		\$ 294,012,127.34	\$ 377,511,571.50	\$ 415,262,700.00
Margen de Contribución		\$ 78,371,872.66	\$ 100,629,484.50	\$ 110,692,411.00
(-) Costos Fijos AjxInf.7%		\$ 23,748,000.00	\$ 25,410,360.00	\$ 27,189,000.00
(-) Deprec.		\$ 3,000,000.00	\$ 3,000,000.00	\$ 3,000,000.00
(-) Amort.Preoperativo		\$ 6,000,000.00	\$ 6,000,000.00	\$ 6,000,000.00
Utilidad antes Int.e Imptos		\$ 45,623,872.66	\$ 66,219,124.50	\$ 80,503,311.00
Intereses		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Utilidad antes de Impuestos		\$ 45,623,872.66	\$ 66,219,124.50	\$ 80,503,311.00
(-) Impuestos 35%		\$ 15,968,355.43	\$ 23,176,693.57	\$ 28,176,611.00
Utilidad Neta		\$ 29,655,517.23	\$ 43,042,430.92	\$ 52,327,111.00

INVERSION REQUERIDA

Activos Fijos	\$ 15,000,000.00
Gastos Preoperativos	\$ 12,000,000.00
Capital de Trabajo	\$ 23,748,000.00
TOTAL INVERS. REQUERIDA	\$ 50,748,000.00

FLUJO DE CAJA

Periodos	0	1	2	3
Utilidad Neta		\$ 29,655,517.23	\$ 43,042,430.92	\$ 52,327,111.00
(+) Deprec.\$1.000.000/5 años		\$ 3,000,000.00	\$ 3,000,000.00	\$ 3,000,000.00
(+) Amort.Preop.\$4.000.000/2añ.		\$ 6,000,000.00	\$ 6,000,000.00	\$ 6,000,000.00
FLUJO DE CAJA OPERAC.		\$ 38,655,517.23	\$ 52,042,430.92	\$ 55,327,111.00
(-) Inversión	-\$ 50,748,000.00	\$ 1,662,360.00	\$ 1,778,725.20	\$ 1,956,511.00
(+) Recuperación				
FLUJO DE CAJA NETO	-\$ 50,748,000.00	\$ 40,317,877.23	\$ 53,821,156.12	\$ 57,283,773.76

PERIODO	Flujo de Caja	FC, VA	FC. Acum.	FC. VF
0	-50,748,000		\$ -50,748,000.00	
1	40,317,877	\$ 29,645,497.96	\$ -21,102,502.04	\$ 74,571,945.73
2	53,821,156	\$ 29,098,808.46	\$ 7,996,306.42	\$ 73,196,772.33
3	57,283,774	\$ 22,772,719.44	\$ 30,769,025.86	\$ 57,283,773.76
4	63,437,338	\$ 18,543,397.97	\$ 49,312,423.84	\$ 205,052,491.81
5	70,243,372	\$ 15,097,700.72	\$ 64,410,124.55	\$ 269,462,616.36
			\$	
Costo de K	36.00%	115,158,124.55		

TIR 93% mayor que el costo de capital

VPN	\$ 115,158,124.55	
Inversión Inic.	\$ -50,748,000.00	
VPN o VNA	\$ 64,410,124.55	
PRI	1.27	Años
IR	2.27	
TIRm	60.22%	

MODULO 6: IMPACTO DEL PROYECTO

Debido a la crisis económica que estamos afrontando a nivel nacional y específicamente en el Departamento del Magdalena, se hace necesario trazar directrices para que el sector de los microempresarios de los Bocadoillos de Frutas sepan como desarrollar los negocios, así como, entender los requerimientos legales y tecnológicos que se necesitan para llevar a cabo este tipo de actividad económica.

Se contratarán empleos directos en la fábrica.

Se generaran empleos directos por que la fabrica no comercializa el producto, esto lo harán distribuidores o personas que quieran poner el producto en tiendas o pequeños supermercados, dado que se trabaja dando un margen del 25% a quien lo haga y estos serian a personas en distintas ciudades del país.

Se generarán empleos indirectos representados en los proveedores de fruta porque habrá una compra continuada todo el año, así como para el que elabora el embalaje y las cajitas de cartón.

Plan exportador

Se poseen contactos con un agente aduanero de la ciudad para sacar el producto por barco a Canadá, Barcelona –España, Aruba, debido a que se pueden enviar la cantidad que pidan ya que ellos gestionan toda la carga y llenan todo el papeleo, la ventaja de tener un puerto en la ciudad.

CONCLUSIONES

Del estudio que se ha realizado podemos concluir lo siguiente:

- ★ El proyecto a desarrollar tiene una factibilidad técnica ya que se cuenta con los recursos productivos para realizarlo.

- ★ El producto goza de factibilidad económica y financiera, lo cual ha quedado demostrado en el desarrollo del mismo.

- ★ El valor presente Neto que se obtuvo con la tasa de oportunidad del Inversionista (36%) es de \$ 115.158.124,55 millones que hace al VPN mayor que 0, haciendo el proyecto notablemente recomendable.

- ★ La Tasa Interna de Retorno que hace el VPN = 0 aplicado sobre el Flujo Neto de Caja es igual a \$ 64.410.124,55 millones, dado que la TIR es mayor que la TIO, hace al proyecto muy aceptable.

- ★ El periodo de recuperación de la Inversión, se ha tabulado en 1.19 años, lo que nos muestra lo bondadoso del proyecto.

- ★ La TIR modificada nos dio un valor de 60,22%, lo cual nos muestra que el proyecto es aceptable ya que se encuentra muy por encima de la tasa de oportunidad.

Bibliografía

Polo Duran Donaldo Javier, Diseño y optimización de procesos de una planta modelo deshidratadora de frutas (bananos pasos), Santa Marta, 1997.

Villalobos Guerrero Julio Cesar, estudio de mercado para la comercialización de banano deshidratado en el mercado de Holanda, Santa Marta, 2002.

Caraballo Castro Carmenza M., Estudio de mercados para la comercialización internacional y nacional de bocadillo de banano, desde la ciudad de Santa Marta D.T.C.H., 2003.

Cámara de Comercio Santa Marta

Dane Santa Marta.

<http://proexport.com.co>

<http://microempresas.gov.co>

<http://mincomex.gov.co>

<http://fng.gov.co>

<http://mercantil.com>

<http://empresario.com>

<http://alca.gov.co>

<http://dian.gov.co>

Ley 590 / 2000