



PROCESADORA DE FRUTOS DEL MAGDALENA

KEDUIN RAFAEL FERNÁNDEZ MONTENEGRO

MARÍA DE JESÚS PEDROZO SURMAY

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTA MARTA, MAGDALENA

ABRIL 2018



PROCESADORA DE FRUTOS DEL MAGDALENA

KEDUIN RAFAEL FERNÁNDEZ MONTENEGRO

MARÍA DE JESÚS PEDROZO SURMAY

**Proyecto de grado para optar por el título de
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTA MARTA, MAGDALENA

ABRIL 2018



Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Santa Marta D.T.C.H, Abril del 2018



DEDICATORIA

Keduin Fernández Montenegro.

Primeramente quiero dedicarle a Dios, a mis padres Janic y Dionisio, a mi abuelo Pedro, y a Carolina Curieux.

María De Jesús Pedrozo

Este trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, a mis padres Josefina Surmay y Meraldo Pedrozo y a mis hermanos, en especial a Luis Carlos Pedrozo.



AGRADECIMIENTO

De manera muy especial queremos agradecer a nuestra Directora de tesis la docente Blanca Gonzales, por estar apoyándonos de manera incondicional en cada etapa de este proyecto y creer en él, también queremos agradecer al ingeniero Eduardo Cabrera por ser guía en el proceso de nuestro producto, y ser una persona paciente y un gran ejemplo a seguir para muchos profesionales, de igual manera le damos gracias al docente Luis Alberto Anaya por su guía incondicional y enseñarnos que a pesar de las dificultades todos tenemos grandes sueños por alcanzar.

De igual modo agradecer al Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad del Magdalena, por el acompañamiento brindado durante el proceso de las prácticas de emprendimiento.

Finalmente a la Universidad del Magdalena y particularmente al programa de Administración de empresas, por su apoyo.



TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN DEL PROYECTO.....	10
2. INTRODUCCIÓN.....	12
3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	13
3.1 Antecedentes.....	13
3.2 Descripción del Problema.....	15
4. OBJETIVOS.....	17
4.1 Objetivo general.....	17
4.2 Objetivos específicos.....	17
5. JUSTIFICACIÓN.....	18
6. MARCO CONCEPTUAL.....	20
6.1 Elemento de los recursos Humanos.....	20
6.2 Elementos de materiales.....	21
6.3 Recursos Técnicos.....	22
6.4 Elementos Financieros.....	23
7. ANALISIS DEL SECTOR.....	24
7.1 Tendencias de crecimiento del mercado en que se encuentra el negocio.....	26
7.2 Mercado objetivo.....	26
7.3 Validación de la aceptación del mercado (metodología y resultados).....	26
7.4 Estimación del mercado potencial.....	27
7.5 Perfil del consumidor.....	27
7.6 Productos sustitutos.....	28
7.7 Productos complementarios.....	28
7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	29
8.1 principales competencia.....	30



9. CONCEPTO DE PRODUCTO O SERVICIO.....	31
9.1 Alternativa de Penetración	31
9.2 Canales de Distribución	32
10. ESTRATEGIA DE PRECIOS.	33
11. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.	33
12. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	36
13. ESTRATEGIAS DE SERVICIOS.....	37
13.1 Canales de comercialización:.....	37
13.2 Locales y puntos de ventas.....	38
13.3 Descripción de la (s) zona(s).....	38
13.4 Marketing Mix.....	39
14. ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO	40
14.1 Alternativa de solución	40
15. PROYECCIÓN EN VENTAS.....	41
15.1 Política de cartera.	42
15.2 FICHA TECNICA	43
16. DIAGRAMA DE FLUJO.....	45
17. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	46
17.1 Maquinaria y equipo.....	46
17.2 Muebles y enseres.....	46
17.3 Equipos de oficina.....	47
17.4 Recurso Humano	48
17.5 Materias e insumos para bocadillo de Mango	49
17.6 Plan de producción Anual	50
17.7 Plano de la empresa	51



18. MODELO CANVAS.....	52
19. ORGANIZACIÓN	54
19.1 Dofa	54
19.2 Estructura organizacional.....	57
19.3 Perfiles.....	57
20. CONSTITUCIÓN LEGAL	59
20.1 Cámara de comercio.....	59
20.2 Costos de la creación de la empresa.	59
20.3 Requisitos tributarios.....	68
20.4 Requisitos de funcionamiento.	73
21. FINANCIERA	74
22. COSTOS	76
23. CONCLUSIONES	78
24. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
25. ANEXOS.....	84

Listas de Tablas.

Tabla 1. Valores de Implementación Marketing Mix	39
Tabla 2. Estrategia de Aprovisionamiento.....	40
Tabla 3. Proyección En Ventas.....	41
Tabla 4. Ficha Técnica del Producto.....	43
Tabla 5. Maquinaria y Equipo	46
Tabla 6. Muebles y Enseres.....	46
Tabla 7. Equipos de Oficina.....	47
Tabla 8. Recurso Humano	48
Tabla 9. Insumos Requeridos para elaboración de bocadillo de Mango.....	49
Tabla 10. Plan de Producción Anual.....	50
Tabla 11. Modelo Canvas	52
Tabla 12. DOFA.....	54



Tabla 13. Costo de creación de empresa	67
Tabla 14. Requisitos Tributarios	68
Tabla 15. Requisitos de Funcionamiento	73
Tabla 16. Proyección IPC	74
Tabla 17. Inversión Inicial	74
Tabla 18. Costos en Pesos	76

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Estrato socioeconómico	27
Ilustración 2. Canales de Distribución	32
Ilustración 3 Audio De Publicidad	34
Ilustración 4: Volantes de publicidad.	35
Ilustración 5: Afiche publicitario en tiendas	36
Ilustración 6: Fotografía de tienda	38
Ilustración 7. Diagrama de Flujo	45
Ilustración 8. Plano de la Empresa	51
Ilustración 9. Organigrama Provisional	57

Lista de Anexos

Anexos 1. Datos Arrojadados de encuestas	84
Anexos 2. Fotos De Investigaciones de mercado.	88
Anexos 3. Modelo de Encuesta Aplicado.....	90



1. RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto busca el aprovechamiento de las frutas de la región, principalmente el mango, para darle una transformación y generar un valor agregado, en este caso su transformación sería a bocadillos de mango, esta iniciativa surgió debido a que en el Municipio de Guamal (Magdalena) en épocas de cosechas de mangos, es tanto su abastecimiento que hace que este importante fruto no se logre consumir en su totalidad, tendiendo así a perderse por no tener un estado de conservación adecuado. Debido a esta problemática es que surge la idea de montar el presente proyecto.

Actualmente la idea principal es elaborar y comercializar bocadillos hecho a base de mango, pero de igual modo se desea implementar diferentes productos tales como mermelada, jaleas etc. Para poder generar una diversificación del producto, dicha diversificación se lograría a un mediano plazo después de haber constituido la empresa. No solo se quiere trabajar con esta sola fruta (Mango) si no obtener un portafolio de servicio con diferentes frutas tales como Maracuyá, Fresa, Guanábana, Banano etc.

A través del manejo del proyecto, se ha realizado encuestas con pruebas de producción piloto del bocadillo a base de mango logrando aceptación por parte de los consumidores. De igual forma se realizaron otras, una prueba de ventas dentro de la Universidad del Magdalena en la semana cultural los cual arrojó resultados muy favorables.

De igual modo se realizó la selección de 12 tiendas ubicadas en diferentes estratos socioeconómicos en la ciudad de Santa Marta, para vender el producto y conocer cómo era la aceptación tanto de los tenderos como de la comunidad.



Por otro lado se han realizado investigaciones de campo donde hemos detectado cuales son las empresas que nos generan una competencia y que locales venden productos a base de bocadillos.

Para la creación de la empresa se ha realizado cotizaciones de máquinas, también la elaboración de un plano (3D) de la que podría ser la empresa y la cotización de un terreno.

De igual modo actualmente se cuenta con un logo para cada fruta con la que se desea trabajar. Las pequeñas producciones de bocadillos de mangos que se han realizado es gracias a la planta piloto de la Universidad del Magdalena, debido a que por ser estudiantes tenemos acceso a ella, y por lo tanto se desea implementar un acuerdo con la respectiva universidad para realizar el proceso temporal de los bocadillos.



2. INTRODUCCIÓN

El proyecto de evaluación para el montaje de una planta procesadora de fruta “Procesadora de frutos del Magdalena”, se propone con la finalidad de contribuir con el aprovechamiento de la producción frutícola que en la actualidad se desperdicia en el área de influencia del Municipio de Guamal.

Inicia con unas generalidades acerca de los productos en estudio (frutas) en donde se describe el comportamiento que este tiene en algunos sectores del departamento del Magdalena, particularmente el municipio de Guamal, luego se realiza una explicación más profunda para el desarrollo de este proyecto, que concierne al estudio de mercado, los consumidores, el organigrama de la empresa, entre otros.

Sumado a esto, se efectuó una serie de encuestas ligadas al análisis del sector para encontrar tendencias de gustos, sabores y texturas, en cuanto al bocadillo y los posibles productos que pueden reemplazarlo.

Además se realizó un cálculo de la proyección en ventas y el precio durante 5 años, también la viabilidad misma, para conocer las opciones determinantes que dan pie al montaje de la procesadora. Por tanto, se adelantaron los estudios de mercados con el fin de identificar la demanda de los productos finales provenientes de esta planta.

Por último, se realizó una serie de trámites para la constitución y la legalización de una empresa, en lo relacionado a la Cámara de Comercio y la Dian. De modo que, permita a su vez, gestionar las posibles fuentes de financiación con el fin de garantizar una sostenibilidad económica del proyecto, examinando todos los factores que tengan que ver con los costos e inversiones.



3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

3.1 Antecedentes

Cuando se decide iniciar un proyecto de este tipo se debe tener en cuenta aspectos como estudio de mercado; el cual es un sistema total de actividades de negocios que posibilita planear, establecer precios, así como promocionar y distribuir los productos que satisfacen las necesidades de los mercados objetivos para lograr las metas de las organizaciones (Kottler, 1992). Por otro lado, también se describe como un sistema de actividades mercantiles, dirigido a planear, precisar precios, así como a promover y distribuir, tanto productos como servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores potenciales (Lovelock, 1997).

Ahora bien, al momento de hacer una investigación más profunda se debe buscar un gran apoyo con base a proyectos realizados por estudiantes de otras Universidades del país, donde se encontró una amplia información a nivel nacional sobre el tema, entre los que se destacan el trabajo de Torres Gloria para obtener su título con el proyecto llamado “La pre-factibilidad para el montaje de una planta procesadora de frutas Amazónicas en el Departamento del Putumayo”, en el año 2007, el cual mediante estudios realizados muestra que al llevar a cabo el proyecto este generaría una disminución en el desempleo.

Siguiendo con el proyecto llevado a cabo por los estudiantes. Agudelo, Botero y Arango en el año 2014, en Tolima-Colombia donde estos estudiantes realizaron este proyecto para analizar como es el proceso para montar una planta procesadora en Lérída- Tolima, cuyo nombre es “Procesadora Aba”, en este proyecto se puede ver claramente que a nivel del país según los autores falta más empresas dedicadas a la transformación de las frutas.



Con respecto al proyecto de la ingeniera agroindustrial Muñoz Castro Johanna, creado en Mayo del año 2012 que sirvió de guía para nuestro proyecto, en donde se encontró temas a tratar desde los diseños de la planta hasta el presupuesto, la principal misión del proyecto fue la implementación de una planta procesadora de frutas en el Municipio de Pures. El cual ayudó para tener una idea de cómo realizar una evaluación financiera, en qué costo se iban a incurrir principalmente y así mismo los gastos que se generarían, etc.

De igual modo, se encontró un proyecto que fue fundamental al momento de comenzar a desarrollar la presente evaluación de proyecto. Los autores fueron Pineda, Peñaranda, Manjarrez, y Ariza (2013), trabajo que llevó el título de "Montaje de una planta procesadora de pulpa de mango en la ciudad de Valledupar" Debido a que es una planta que va muy orientada a la nuestra, tomamos de ese trabajo parte de lo relacionado al tema de producción, distribución y consumo. Por otro lado, nos llamó mucho la atención que hacían referencias al tratado de los consumidores informales, es decir, aquellas personas del común (niños, amas de casa, estudiantes) que pueden también consumir el producto final. Esto en lo general es provechoso para la empresa porque al no tener convenios con empresas extranjeras, se tendría un soporte económico por parte del consumo nacional.

Por último se encontró el proyecto del estudiante Zambrano (2007), llamado Estudio de factibilidad para el montaje de una planta despulpadora de lulo, tomate de árbol y mango en el municipio del molino (la guajira), de acuerdo con el autor la pulpa de mango es muy apetecida, es decir tiene una demanda considerable.

Con respecto a lo antes mencionado, se puede decir que a nivel de Colombia muchos estudiantes han tomado el riesgo o la decisión de elaborar proyectos que ayuden al progreso del país y que sean de gran aporte al sostenimiento económico



de muchos hogares, por tal razón a nivel del Departamento del Magdalena es importante que los estudiantes universitarios también puedan tener la oportunidad de realizar proyectos de este estilo, generando aportes a la Región Caribe.

3.2 Descripción del Problema

Colombia, gracias a su ubicación geográfica, es poseedora de suelos aptos para la agricultura, lo cual permite que en la mayoría de sus departamentos se destaque la oportunidad para cultivar diversas líneas de productos. Por tal razón sería satisfactorio que en el país existan empresas que puedan aprovechar de manera eficiente estos suelos, pero es lamentable argumentar que según el Departamento nacional de planeación a nivel de nuestro país se desperdicia un gran porcentaje de frutas y verduras, es decir que por cada 10.434.327 toneladas disponibles al año, se pierden o desperdician 6.081.134 toneladas, lo que equivale al cincuenta y ocho por ciento (58%) de frutas y verduras desperdiciadas. Afirma el DNP (2016).

Siguiendo con lo descrito es necesario comentar que la segunda región donde más se desperdician frutas y verduras es: la región **Caribe (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, San Andrés y Sucre)**. En esta región se pierden **1.131.099 toneladas**. Es decir un 18,2% según DNP (2016).

De acuerdo con lo que muestra el departamento nacional de planeación; el Magdalena se encuentra entre los departamentos en donde existe mayor desperdicio de frutas y verduras, siendo esto un punto negativo para el PIB del departamento. De acuerdo con lo mencionado, se observa que en municipios, en este caso particular el Municipio de Guamal se encuentra un gran volumen de producción de frutales, particularmente, el Mango, que al no contar con una conservación adecuada se genera un alto desperdicio de este bien.



Con respecto a lo anterior, al no existir empresas o microempresas en el Municipio o cercanas a este dedicadas al procesamiento de frutas, gran cantidad de la cosecha de frutales no es aprovechada adecuadamente.

Aunque existen empresas no locales que aprovechan esta alta producción del mango, como CEA (Compañía Envasadora Del Atlántico) ubicada en Barranquilla la cual suele llevarse un 60% de la producción que dan las tierras, pero al momento de su traslado alrededor de un 15% a 20% tienden a desperdiciarse, puesto que no cuentan con un lugar para la conservación en las fincas donde se producen, ni con un transporte adecuado. Según el señor **Exifredo Palomino Florián**, comercializador de frutas de la región.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que Guamal es un municipio que puede ser explotado por el sector de la agroindustria, de manera favorable, convirtiéndose en una de las principales actividades para el desarrollo económico del municipio.



4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general.

- Evaluar la viabilidad del montaje de la planta Procesadora de frutos del Magdalena.

4.2 Objetivos específicos

- Elaborar una investigación de mercado (clientes, competidores y proveedores).
- Realizar un análisis técnico y operativo del proyecto.
- Desarrollar estudios de los elementos administrativos, organizacionales y legales del proyecto.
- Analizar las ventajas financieras, económicas, sociales, y ambientales del proyecto.
- Identificar los recursos y factores que permitan el desarrollo y la sostenibilidad del proyecto.



5. JUSTIFICACIÓN

Con el proyecto se busca en primer lugar un máximo aprovechamiento de la producción frutícola desperdiciada principalmente en el Municipio de Guamal, y el resto del departamento del Magdalena como lo afirma el Departamento Nacional de Planeación (2016), para que esta sea utilizada por el sector agroindustrial en su transformación, generando una oferta de productos como el bocadillo de Mango y otros. En segundo lugar incentivar el cultivo de frutas tropicales a nivel local y en las comunidades aledañas, y en tercer lugar ayuda a promover el bienestar social y económico del pueblo.

El presente proyecto se enmarca en las apuestas productivas seleccionadas por parte de la gobernación para el departamento del Magdalena, como lo es la agroindustria. Actualmente el Gobierno nacional ha empezado a incentivar a la comunidad Colombiana en la parte de la siembra, para que estos colaboren al desarrollo del país, esto beneficia a la empresa, puesto que la población de la región estaría motivada.

De igual modo, este apoyo otorgado por la Gobernación del departamento genera un aumento en la posibilidad de exportación debido a que el Magdalena cuenta con una ciudad turística y con un puerto internacional, el cual tiene la oportunidad de ser visitado por varios inversionistas extranjeros, así mismo, ayuda a que se pueda lograr un reconocimiento del producto y una buena distribución de manera internacional. Lo anterior le daría a Colombia la oportunidad de participar en los mercados internacionales.

Ahora bien, en la actualidad se viven muchos tratados de libre comercio con países de Sudamérica tales como Chile, que representa un alto índice de consumo de



frutas, según las encuestas realizadas por la Entidad Nacional de Salud de ese país, además este país tiene gran atracción por las frutas nacionales, arrojo un gran porcentaje de consumo de frutas, por las distintas ciudades. Igualmente se tienen tratados con otros países los cuales carecen de suelos fértiles, tales como EE.UU o China, estos se abastecen de grandes productos colombianos. De forma similar se encuentran tratados con los países Europeos.

La importancia que este proyecto representa para nosotros como equipo, es el poder desarrollar los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria, de igual modo, generar una mejor calidad de vida para las personas que participan en el proyecto, y poder llevar a cabo estrategias como administradores, las cuales se puedan proyectar a futuro para una eficiente sostenibilidad de la empresa.



6. MARCO CONCEPTUAL

Proceso para la creación de una organización

Ricardo Romero define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela". Las empresas se basan en tratar de satisfacer las necesidades de una población, obteniendo una ganancia económica.

Para que se pueda llevar acabo la realización de empresa se requiere de varios elementos los cuales son fundamentales para lograr el objetivo. Tales como:

6.1 Elemento de los recursos Humanos

Recursos Humanos: Según Chiavenato (2001) "Ideas, imaginación, creatividad, habilidades." Dentro de la empresa contar con la colaboración de los trabajadores es de mucha importancia, porque ayudan a determinar su progreso.

Según Herrera (2011) "Las personas son consideradas recursos a partir de que aparecen en la empresa como elementos de trabajo, donde utilizan y transforman otros recursos. Dentro de una entidad existen varios tipos de recursos: los administrativos, financieros, materiales, de mercadotecnia, entre otros; pero los Recursos Humanos se convierten en los más complejos e importantes porque todos los demás exigen obligatoriamente la presencia de este para su procesamiento".

El Área de los recursos humanos se puede dividir conforme a su estructura tal como es:

Ejecutivo: Según Chester Barnard "son los encargados de formular y de hacer cumplir los propósitos y los objetivos transados, además de esforzarse por mantener una comunicación organizacional". Los ejecutivos son las personas donde más



recae la responsabilidad de la empresa, de ellos depende la evolución de sí misma y el logro de las metas ya transadas.

Empleados: “Es la persona que se desempeña en un cargo determinado realizando tareas sobresalientes, desarrolladas en una oficina con cualidades intelectuales y la cual recibe un salario a cambio.”

Obreros: “es un trabajador manual asalariado, conocido también como operario.”

Supervisores: Según la Real Academia “ejercer la inspección superior en trabajos realizados por otros”.

6.2 Elementos de materiales

Materia Prima: Según Horngren, “toda aquella materia prima que físicamente puede ser observada como formando parte íntegramente del producto terminado y que su cantidad en el producto puede ser determinada mediante una forma que sea factible económicamente”. La materia prima es fundamental en toda empresa, es con la que se puede fabricar el producto, por medio de esta se le da su debida transformación para después sacarla al mercado y lograr su venta.

Maquinaria: “Misma que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano.”

Edificios e instalaciones: “Lugares donde se realiza la labor productiva.”

Equipos: “Son todos aquellos instrumentos o herramientas que complementan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria.”

Mano de Obra: Según González, C y Serpa, H. (2015), se define “como el esfuerzo físico o mental gastado en la fabricación de un producto o servicio. Su costo se puede dividir en mano de obra directa y mano de obra indirecta”. La mano de obra



en toda empresa es fundamental, porque es la base de poder construir el producto que se desea vender y por ende es de suma importancia, debido a que si no el producto no habrá ganancias. También existe la mano de obra Directa: Charles Hongren “a mano de obra directa se define como la mano de obra que está directamente involucrada en la producción de un artículo terminado, la cual puede ser fácilmente rastreada en el producto y representa un costo de mano de obra importante en su producción”. Tal como lo dice el señor Hongren, son las que afectan de forma espontánea la fabricación del producto, las personas que participan en esta mano de obra son los principales beneficiados, ya que estas personas son las que obtienen mejores ganancias.

6.3 Recursos Técnicos.

Comprenden todos los procedimientos, métodos, organigramas, fórmulas, patentes, etc., es decir, todo aquello que permitirá al recurso humano desarrollar en forma adecuada sus funciones.

Procedimiento: Según Melinkoff (1990), "Los procedimientos consisten en describir detalladamente cada una de las actividades a seguir en un proceso laboral, por medio del cual se garantiza la disminución de errores".

Método: Según Lardent, A. R., Gomez Echarren, M. A., & Loro, A. (1993). “Método es el ordenamiento sistemático (armónico, equilibrado, organizado) de una tarea”. Los métodos que se apliquen dentro de una empresa son de sutil importancia, porque de ella dependen como se apliquen los procesos para lograr la máxima eficiencia y eficacia.

Organigrama: Thompson, (2007) “representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación”. El organigrama facilita al entendimiento por parte del trabajador cuáles son sus líneas de autoridad, como



está conformada dicha empresa y a quien es que debe rendir cuentas o solicitar ayudas en caso de que lo requiera.

6.4 Elementos Financieros

Representado por el dinero y otros bienes que conforman el capital de una empresa, como son valores, acciones, obligaciones, etc.

Acciones: "Título que representa los derechos de un socio en alguna sociedad". Por medio de las acciones se puede saber cómo es la conformación del número de socios, que se debe tener en cuenta el límite que se debe manejar según el tipo de sociedad que se desee realizar, en esto se debe tener en cuenta el Código de Comercio.

Dinero: Según el autor Toro (2014) "por dinero se entiende cualquier bien que sea amplio y comúnmente aceptado como medida de valor y como medio de pago en contraprestación por bienes y servicios recibidos o presentados." Esto es uno de los elementos primordiales, debido a que con él es que se puede garantizar el funcionamiento de toda la organización.



7. ANALISIS DEL SECTOR.

Colombia es un país tropical con variedad de ecosistemas en donde se siembran más de 95 tipos de frutales, entre los que se encuentran especies nativas, así como otras traídas de zonas ecuatoriales de otros continentes. Las características organolépticas, principalmente de color, sabor, aroma, mayor contenido de sólidos solubles y grados Brix, hace que las frutas, comparadas con otros países del subtrópico, sean de mejor calidad. PROCOLOMBIA. (2013)

Colombia es el tercer país de América Latina en número de hectáreas destinadas a la producción de frutas con una participación de 10,9% equivalente a 759.231 hectáreas, siendo además el tercer productor de la región con 7,6% equivalente a 9,5 millones de toneladas. FAO-Cifras Colombia, Min Agricultura. (2016)

Durante la última década, las exportaciones colombianas de frutales se duplicaron, alcanzando los US\$ 918 millones y más de 1,83 millones de toneladas. PROCOLOMBIA. (2016)

Colombia tiene dos de los Centros de Investigación Internacional de Agricultura más acreditados CIAT Y CORPICA. PROCOLOMBIA. (2016)

Partiendo de lo anterior las oportunidades de inversión en el país se encuentran visibles en muchas áreas del sector frutícola como, nuevas áreas sembradas y mejoramiento de las existentes, las exportaciones de frutas frescas, bajo tratados de libre comercio a Estados Unidos, la Unión Europea y Corea del Sur, son vistas como un gran reto y oportunidad. El mercado asiático también representa una gran oportunidad. Gracias a los TLC vigentes, Colombia tiene acceso preferencial a los



10 mercados de importación de frutas más importantes, los cuales concentran casi el 60% de las compras globales.

De igual forma, la inversión en este sector puede estar enfocada a diversos campos como, Montaje de plantas productoras de alimentos preservados, mermeladas, salsas y otros productos derivados de frutas y vegetales. Hoy en día muchas empresas deben importar sus bienes finales lo que incrementa los costos de producción. El Montaje de plantas de procesamiento que elaboran productos como oferta a otras empresas. Así mismo, Los productos orgánicos y sostenibles representan una gran oportunidad debido a las nuevas tendencias internacionales de alimentación. Muchos de estos productos pueden crecer en el país.

Por otro lado, existen aproximadamente 30 empresas de procesamiento de frutas y vegetales. Las empresas de procesamiento más grandes están localizadas en los departamentos de Magdalena, Valle del Cauca, Antioquia, Cundinamarca, Atlántico y Caldas. Algunas de ellas son:

- Conservas California S.A.
- Compañía Envasadora del Atlántico Ltda.
- Panamericana de Alimentos S.A.S.
- Productos Alimenticios Bary S.A.
- Productora de Jugos S.A.S.
- Industrias la Coruña Ltda.
- Dole.
- Olmúe.
- Comercializadora Internacional Agrofrut S.A.

Por otra parte, yendo al mercado de los bocadillos y conservas en la ciudad de Manizales se encuentra una compañía, la cual tiene dentro de su portafolio de



productos una serie de barras de frutas que son un buen producto sustituto de los bocadillos, en este caso en el que se pretende producir bocadillos de mango, este producto puede ser una competencia importante, ya que dicha empresa Frugy S.A. tiene barras de frutas llamadas Conga con una variedad de sabores y una especial de mango con quinua que es orgánica y con una muy buena presentación.

7.1 Tendencias de crecimiento del mercado en que se encuentra el negocio

La tendencia en la industria de los bocadillos, es la creación de un producto que no genere perjuicios a la salud del consumidor, para este caso un producto bajo en azúcar, en el mercado actual de los bocadillos tradicionales, han tomado un gran auge los bocadillos light. Nuestro proyecto a mediano plazo desea enfocar una línea de productos saludables, para poder generar un aprovechamiento de esta tendencia del mercado, y así cubrir consumidores potenciales del producto.

7.2 Mercado objetivo.

El mercado objetivo de este producto son las personas de estrato socioeconómico 1, 2 y 3, que en su mayoría son amantes al dulce y que por lo general son amas de casas, niños y personas de cualquier edad, teniendo en cuenta que sean personas que no tengan problemas con el azúcar.

7.3 Validación de la aceptación del mercado (metodología y resultados)

La validación de la información inicialmente se logró haciendo una triangulación de la investigación (observación directa, aplicación de instrumentos tipo encuesta y revisión documental). Con la información compilada, se hizo un análisis basado en el círculo de oro de Simon Sinek, las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, una matriz DOFA y por último se construyó un modelo de plan de negocio en Canvas.



7.4 Estimación del mercado potencial

La ciudad de Santa Marta en el año 2015 tenía una población de 926.924 (aproximadamente) de los cuales se desean abarcar el 10%, es decir que se pretende atraer alrededor de 92.692 clientes potenciales de la ciudad de Santa Marta. **DANE (2015).**

Teniendo en cuenta que el proyecto se desea implementar en el Municipio de Guamal, también se desea obtener un 10% de la población como clientes, es decir 2.550 personas. **Plan de desarrollo de Guamal (2012-2015).**

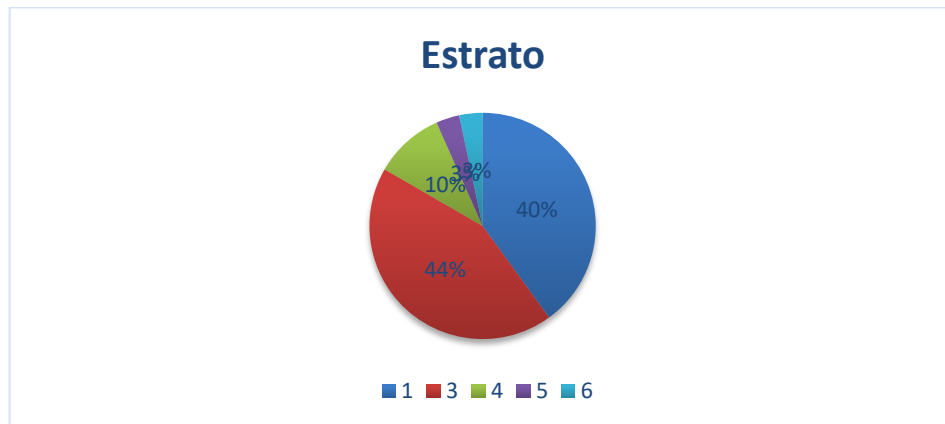
Con respecto a la estimación cabe aclarar que la empresa comenzaría trabajando de acuerdo a su capacidad de producción que es de 51.000 bocadillos mensuales, los cuales se van a distribuir en 263 de las 1261 tiendas que pertenecen a personas naturales, con registro en cámara de comercio, cuatro locales estacionarios, de los cuales dos son informales de la Ciudad de Santa Marta.

7.5 Perfil del consumidor.

Se encuentran principalmente cliente directo que son los tenderos o dueños de tiendas, y de acuerdo a nuestros consumidores finales se encuentran conformados por las personas de estrato socioeconómico 1, 2 y 3, especialmente los niños y amas de casas, amante al dulce, los cuales tienden a comprar al menudeo y se encuentran de manera constante en las horas de la mañana y tarde, en las tiendas.

La información fue captada de las encuestas que se realizó a las personas seleccionadas de los estratos socioeconómicos mencionados.

Ilustración 1: Estrato socioeconómico



Fuente: Elaboración propia, con base a datos recolectados

7.6 Productos sustitutos.

Dentro de los productos sustitutos se tiene bocadillos “Ángela”. Que son hechos a base de pulpa de piña y de fresa, los cuales son adquiridos por los comerciantes en la ciudad de Santa Marta y los productos tales como las Jaleas, las cuales se encuentran en el 80% de la ciudad.

Otros productos sustitutos pero que no generan una competencia directa con nuestra empresa, son los dulces artificiales, ya sean bombones, golosinas, helados etc.

7.7 Productos complementarios.

Dentro de los productos complementarios se pueden encontrar, que nuestro Bocadillos puede estar acompañado de unas galletas bajas en sal y queso. Lo cual esta validado mediante encuestas y entrevistas.



8. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

De acuerdo a lo observado e indagado en sitios específicos de la ciudad de Santa Marta, se puede decir que en la zona entre Quinta y Cuarta Avenida ,hasta llegar a la playa se encontraron locales donde hay una gran variedad de productos de este tipo, como los son: arequipe con breva, (mora, arequipe y guanábana), arequipe con cereza, leche con guayaba, fraijoa con arequipe, coco con arequipe, guayaba cubierto de galleta, manjar blanco, lonja roja, bocadillo de plátano, todos estos productos mencionados fueron encontrados en el sector antes mencionado.

Centrándose un poco más con respecto al producto que la procesadora desea ofrecer en el mercado se encontró una información importante y es que la mayoría de estos comerciantes comentan que conocen la pasta de mango y que por lo general cuando la han tenido en sus puestos de ventas son por encargo y que provienen del barrio 7 de agosto, al igual una de las vendedoras también puso a disposición información de otro proveedor que le había traído este producto, pero que al tercer día este al no contar con una conservación adecuada tiende a dañarse, pero también es bueno mencionar que en el momento en que se les pregunto si estarían dispuestos a recibir el bocadillo de mango para la venta en sus locales, a estos comerciantes les pareció una excelente idea “ traigan para probar que si no se muestra el producto No se sabe si es bueno”, y otras expresiones más como por ejemplo al entrevistar a un vendedor vallecaucano el de manera muy sencilla nos dijo “yo recibo lo que me traigan”.

También se encontró un problema que fue que algunos de los comerciantes que al contar ya con proveedores específicos estos no comprarán productos a cualquiera, a pesar de esto a través de la investigación se logró observar que si uno de los comerciantes compra un producto a otros proveedores en este caso pongamos como ejemplo al bocadillo de mango entonces, si este se vende bien y le gusta a



las personas los demás comerciantes al ver el éxito del producto también quieren adquirirlo e involucrarse con este a pesar de que ya cuenten con unos proveedores específicos.

Por otro lado se indago en los supermercados de mayor reconocimiento de la ciudad, como : Rapimercar, éxito, Olímpica, Ara, Carulla, donde se notó que le empaque y el tamaño es diferente con respecto a los pequeños locales y donde se encuentran productos de las marcas: Doña Guayaba que viene en diferentes presentaciones y maneja precios entre \$2750 y \$4800, paragüitas con \$3700 y \$12800, Don José y Bocaritos que pertenecen a la línea de Veleño y manejan diferentes precios y presentaciones, también, se encontró, Tropic sweet esta marca trae manjar de leche con guayaba, la Gaitana que maneja precios bajos y sus empaques son sencillos con respecto al resto de productos, Bocatello con precios más o menos altos y presentación en cajas, en Carulla se encontraron marcas de la empresa y son bocadillos sencillos, al igual que también marcas de las anteriores mencionadas como Don José , en la línea de productos light se encontraron , Del valle de Cecilia Payan, Taeq, Konfyt.

Además de lo indagado en los supermercados más concurridos de la ciudad, también se realizó una investigación en el Rodadero en donde se visitaron diferentes locales que venden una variedad de dulces tradicionales los cuales son muy concurridos por turistas, también se encontró que hay otros tipos de bocadillo que no se pudieron observar en los demás lugares que se visitaron, como lo es el bocadillo de piña y de fresa, los cuales son adquiridos en la ciudad de Santa Marta a través de un proveedor cuyo producto se llama “Ángela”.

8.1 principales competencia

Nuestra principal competencia a nivel de la ciudad de Santa Marta es la microempresa Doña Ángela, la cual acoge parte de nuestros consumidores finales, debido a que esta empresa realiza productos artesanales, en la cual incluye la pasta



de mango, y esta es distribuida en locales turísticos situados en el sector del Rodadero y Bahía de Santa Marta.

9. CONCEPTO DE PRODUCTO O SERVICIO.

Mango's Mix Es un producto de tipo alimenticio hecho a base de mango, el cual debe contener azúcar, pectina cítrica para lograr una textura adecuada, y finalmente su empaque para la protección de este, cuyo peso corresponde a los 15 Gramos.

9.1 Alternativa de Penetración

Para entrar al mercado se realizarán visitas en los puntos de venta establecidos con el fin de hacer promoción del producto y degustaciones a los clientes potenciales.

Se ha contemplado tener una rotación periódica tanto de impulsores de mercado como de asesores comerciales, quienes estarán atentos a los requerimientos de los clientes finales.

Así como el desarrollo la estrategia de distribución con una empresa comercializadora tienda a tienda (además de las existentes actualmente).

Se desea tener una relación uno a uno con los clientes principales que son los tenderos, y con los clientes secundarios, la relación sería por medio de redes sociales, ambas estrategias con el fin de lograr una mayor penetración al mercado y lograr ventas para la empresa.



9.2 Canales de Distribución

Ilustración 2. Canales de Distribución



Fuente: Elaboración propia con base de datos recopilados.

La empresa en sus primeros meses de producción tendrá un tipo de distribución directamente con las tiendas, locales comerciales y/o vendedores ambulantes, para que estos sean distribuidos al consumidor final.

A medida de que se vayan expandiendo y consolidando las tiendas, locales comerciales, se contratarán impulsadores comerciales para que este lleven el producto a nuestros vendedores.

La empresa no contará con sitios o locales propios para la venta del producto.

La relación con nuestros consumidores finales será de manera indirecta.



10. ESTRATEGIA DE PRECIOS.

Para la determinación de la estrategia de precios se tiene en cuenta los

Siguientes factores:

- Precios de la competencia
- Costos de producción
- Margen de utilidad esperado

11. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.

En las fases de inicio de la empresa con respecto al producto utilizará un tipo de comunicación informativa, donde se le informara al cliente sobre los beneficios y sobre el factor diferenciador que tiene con respecto al bocadillo tradicional, en este caso el tipo de fruta que se utilizara.

A medida que la empresa crezca y de acuerdo a las necesidades que esta tenga se utilizaran diferentes estrategias de comunicación como: recordar al cliente la existencia del producto por medio de mensajes publicitarios, crear y potenciar una imagen positiva de la empresa, adquiriendo materiales amigables con el medio ambiente.

De acuerdo con lo antes planteado la empresa dentro de su desarrollo implementara el Modelo AIDA: Que de acuerdo con los autores Graciá, Verónica, Sánchez, De Fátima (2010) “este modelo pretende en primer lugar captar la atención de la audiencia, para luego despertar el interés y así generar el deseo y



finalmente provocar una acción”, que para este caso sería la compra del producto por parte del cliente.

Tipo de publicidad **automatizado**:

- **Publicidad online:** Las herramientas a utilizar serán banners, insertados en los sitios web y anuncios en la redes sociales, esto se aplicara debido al bajo costo de inversión que representa, y el potencial que tiene al llegar a un gran número de personas.
- **Anuncio en radios:** Al ser un medio de referencia para las personas mayores y teniendo en cuenta que estos dedican más tiempo a escuchar la radio a diferencia de los jóvenes, de esta manera se podrá captar la atención de este nicho del mercado. **(Doble clic para reproducir audio)**

Ilustración 3 Audio De Publicidad



Audio publicidad.mp3

Tipo de publicidad **personalizada**:

- **Volantes:** Al ser un tipo de publicidad que llega a los diferentes estratos y edades, permite abarcar parte de nuestro mercado objetivo, esto se aplicara en la empresa con la misma finalidad.

Ilustración 4: Volantes de publicidad.



- **Afiches:** Esto se ubicaran en las distintas tiendas donde se encuentra el producto por medio de nuestros vendedores T a T, para generar la inquietud de los consumidores finales.

Ilustración 5: Afiche publicitario en tiendas



- **Periódico:** Al ser un medio de alta fidelización de algunas personas y a pesar de que su tasa de alcance está disminuyendo, sigue siendo un medio tomado en cuenta.

La empresa ha decidido, implementar este tipo de publicidad pero por medio de periódico populares de la ciudad por ejemplo “Aja & Que” - “Al Día” Etc.

12. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.



Procesadora de frutos para motivar a los clientes directos, en este caso tiendas que a la vez cumplen con la función de ser canales de distribución se realiza lo siguiente:

Mediante pruebas pilotos realizadas en las doce (12) tiendas en diferentes barrios de la ciudad se pudo observar que al dar dos unidades adicionales del producto a nuestros clientes directos estos, quedan con la motivación de seguir adquiriendo el producto, es decir por 24 unidades compradas se les está obsequiando dos unidades más del producto generando una ganancia adicional al tendero y también realizó degustaciones para dar a conocer el producto.

13. ESTRATEGIAS DE SERVICIOS.

13.1 Canales de comercialización:

Se cuenta con un canal de comercialización B2B, debido a que la procesadora le vende a las tiendas y estas de manera eficiente venderán el producto al cliente final. Se contara con varios distribuidores para las respectivas tiendas y también se tiene presente comerciantes en sector turísticos de la ciudad.

De acuerdo a lo mencionado, la tienda será un mecanismo de distribución, debido a que es un canal tradicional de las familias colombianas, y en donde la mayoría de personas adquieren su producto diario.

- **Descripción de tiendas:**

La mayoría de las tiendas son negocios familiares y comercializan los víveres y abarrotes, y además dentro de sus inventarios cuentan con algún producto artesanal. Estas tiendas se abastecen por medio de sus proveedores, para luego venderles a sus clientes. La mayoría de tiendas cuentan con sus congeladores, refrigeradores, estanterías y vitrinas.

Ilustración 6: Fotografía de tienda



13.2 Locales y puntos de ventas

De acuerdo a los puntos de ventas, ya se tiene claro que las principales son las tiendas de barrios (Santa Marta y Guamal) es decir por medio de la comercialización B2B y locales de ventas de dulces en los diferentes sitios turísticos de la ciudad.

13.3 Descripción de la (s) zona(s)

Las zonas donde se pretenden comercializar el producto son:

- 1) Los barrios de estrato 1, 2 y 3, en estos barrios los mecanismos de comercialización serán por medio de tiendas.
- 2) En sitios turísticos, estos están ubicados en el Rodadero, Bahía y centro de la ciudad, debido a la frecuencia de turistas que esta presenta y a los grandes puntos de venta de dulces artesanales.



13.4 Marketing Mix

Tabla 1. Valores de Implementación Marketing Mix

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Publicidad Periódico.	2	\$ 1.064.000	\$ 2.128.000
Diseño y creación de página Web	1	\$ 85.000	\$ 85.000
Publicidad en radio.	6	\$ 500.000	\$ 3.000.000
Volantes publicitarios	2.000	\$ 120	\$ 240.000
Afiches publicitarios	1.000	\$ 800	\$ 800.000
TOTAL			\$ 6.253.000

Fuente: Cotizaciones del periódico Hoy Diario del Magdalena y Radio Galeón.



14. ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

Tabla 2. Estrategia de Aprovisionamiento

Proveedor	Producto / servicio que vende	Periodicidad	Cantidad de necesidad o requerimiento P/S	Pago (crédito o contado)	Datos
Edwin Mendoza	Mangos	Mensual	40 canastas (534 Kilos Aproximado)	Contado	Bonda
Hidro Andina	Pectina	Mensual	3 paquetes	Contado	centro
Surti Max	Azúcar	Mensual	3 Bultos de 100 libras	contado	Mercado publico

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopilados.

14.1 Alternativa de solución

Ofrecer un producto artesanal hecho a base de mango el cual se pueda encontrar durante toda las épocas del año y que pueda estar en lugares de fácil acceso este producto va a ser cultivado por manos campesinas del caribe colombiano formadas de deseos, desarrollo y progreso del agro.



15. PROYECCIÓN EN VENTAS

Tabla 3. Proyección En Ventas

AÑO	TRIMESTRE	CANTIDAD POR TRIMESTRE	VENTAS TRIMESTRALES	VENTAS ANUALES
AÑO 1	PRIMERO	77288	\$12,366,102	\$52,543,480
	SEGUNDO	80940	\$12,950,325	
	TERCERO	83234	\$13,317,481	
	CUARTO	86935	\$13,909,572	
AÑO 2	PRIMERO	77288	\$13,293,560	\$56,484,241
	SEGUNDO	80940	\$13,921,600	
	TERCERO	83234	\$14,316,292	
	CUARTO	86935	\$14,952,790	
AÑO 3	PRIMERO	77288	\$14,290,576	\$60,720,559
	SEGUNDO	80940	\$14,965,720	
	TERCERO	83234	\$15,390,014	
	CUARTO	86935	\$16,074,249	
AÑO 4	PRIMERO	77288	\$15,362,370	\$65,274,601
	SEGUNDO	80940	\$16,088,149	
	TERCERO	83234	\$16,544,265	
	CUARTO	86935	\$17,279,818	
AÑO 5	PRIMERO	77288	\$16,514,547	\$70,170,196
	SEGUNDO	80940	\$17,294,760	
	TERCERO	83234	\$17,785,084	
	CUARTO	86935	\$18,575,804	

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopilados, del IPC.

La proyección en venta elaborada, se realizó con base a la capacidad instalada que se posee en la actualidad, no obstante se notan aumento en ventas en los diferentes trimestres, esto debido a que se está tomando en cuenta los factores externos que



ayudan a aumentar o disminuir el consumo del producto, tales como la publicidad en volantes y/o radios.

De igual modo otros factores tales como cosecha y aprovisionamiento de la materia prima, teniendo en cuenta que este es un producto hecho a base de fruta natural de la cual tiene unas épocas de cultivo.

15.1 Política de cartera.

La empresa ha establecido que para los primeros dos años del proyecto se venderán los productos de contado por lo que apenas se está iniciando con las operaciones de la empresa y no se cuenta con liquidez.

Si a partir de los dos años el proyecto empieza a obtener clientes de mayor nivel como es el caso de los supermercados, la empresa implementara una política de pago a crédito con plazo máximo a un (1) mes.



15.2 FICHA TECNICA

Tabla 4. Ficha Técnica del Producto

<p>NOMBRE DEL PRODUCTO</p>	<p>Mango's Mix</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p>	<p>Pasta sólida obtenida por la cocción, o pulpa de la fruta, hasta lograr una consistencia que pueda ser cortada sin perder la forma y la textura cuando este fría.</p>
<p>LUGAR DE ELABORACION</p>	<p>Producto elaborado en la planta piloto pesquera de Taganga perteneciente a la Universidad del Magdalena.</p>
<p>PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES</p>	<p>Envuelta en papel celofan por 15 gramos con etiqueta comercial.</p>
<p>CARACTERISTICAS</p> <p>Producto ligeramente dulce con concentración de sólidos de 75°brix.</p>	
<p>REQUISITOS MINIMOS Y</p>	<p>Resolución 2674/2013 El rotulado debe contener lo</p>



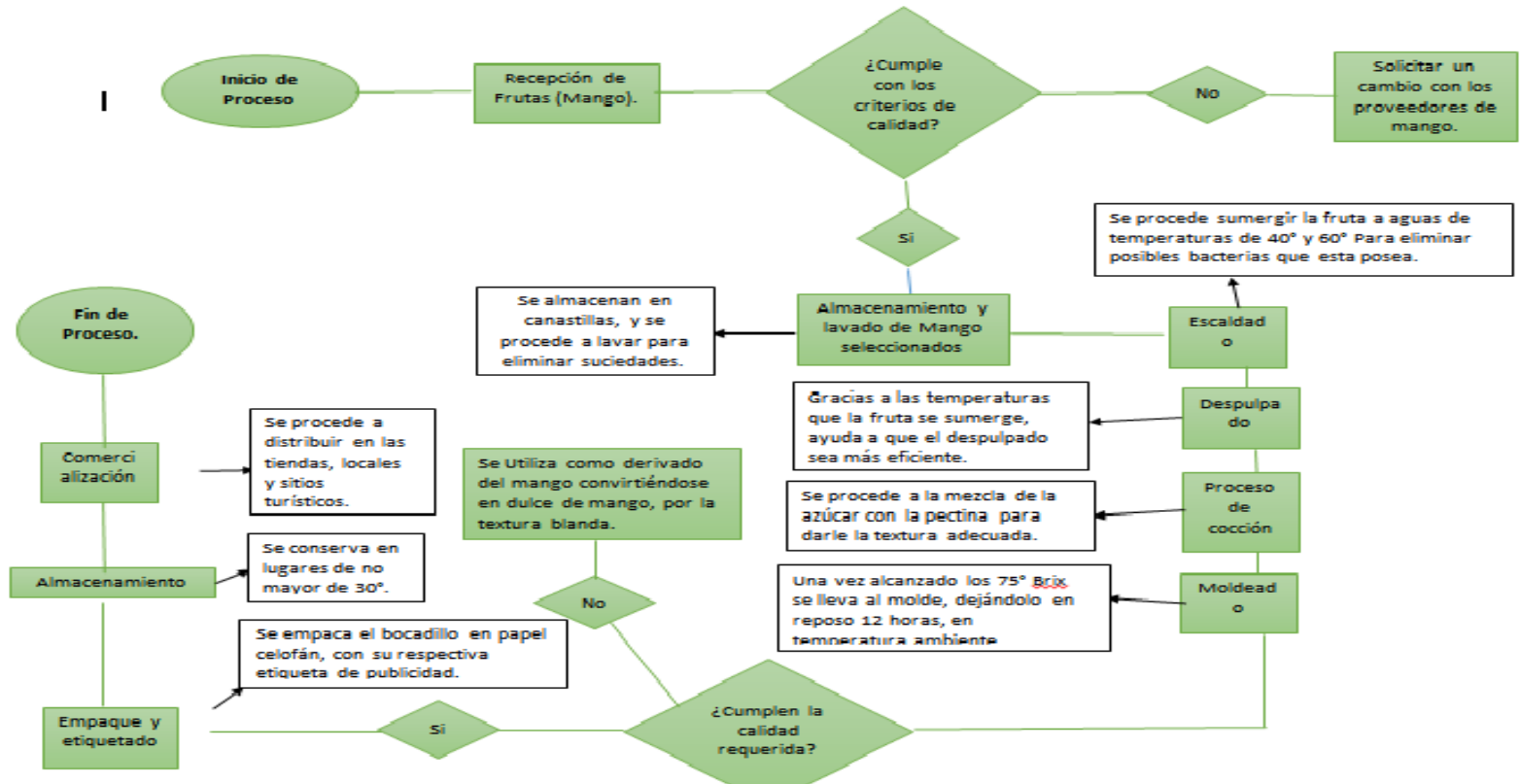
NORMATIVIDAD	dispuesto en la Resolución 5109 de 2005.	
TIPO DE CONSERVACION	Medio Ambiente	Temperatura medio ambiente no superior a 30°C.
	Refrigeración	N/A
	Congelación	N/A
Consideraciones para almacenamiento	El bocadillo se debe guardar en un lugar fresco, seco y limpio hasta el momento de su distribución. Si la temperatura ambiental es superior a 30 °C, hay riesgo de que se produzca revenimiento, que ocasiona que el producto se suavice y se favorezca el crecimiento de hongos.	
Formulación	Material Prima/ Insumo	Porcentaje
	Mango	Base de Cálculo
	Azúcar	50 %
	Pectina	1,5 - 2 %
	Ácido Cítrico	0,5 – 0,8 % (Ajuste de pH a 3,4 – 3;6) de la pulpa
Vida Util Estimada	10 meses a partir del día de su elaboración.	
Instrucciones de consumo	Una vez abierto el producto consumir lo más pronto posible, dejándolo en condiciones de temperatura medio ambiente o refrigeración preferiblemente.	

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopilados.



16. DIAGRAMA DE FLUJO

Ilustración 7. Diagrama de Flujo



Fuente: Elaboración propia con base de datos recopilados.



17. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

17.1 Maquinaria y equipo

Tabla 5. Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Cantidad	Maquinaria	Descripción	Valor Unitario	Valor total
1	Despulpadora	Despulpadora en acero, capacidad de 500 kilogramos a 800 kilogramos	\$ 10,700,000	\$10,700,000
1	Marmita	Marmita de acero, capacidad 200 kilos	\$ 11,000,000	\$11,000,000
2	Refrigerador	Congelador Challegger, capacidad de 535 litros	\$ 1,604,000	\$3,208,000
3	Selladora	Selladora manual.	\$110,000	\$330,000
6	Moldes	Moldes de acero	\$110,000	\$660,000
2	Estufa industrial	Estufa industrial de tres puestos En Acero	\$630,000	\$1,260,000
Total			\$ 24,154,000	\$27,158,000

Fuente: Elaboración propia con base a cotizaciones recopiladas.

17.2 Muebles y enseres

Tabla 6. Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES				
Cantidad	Mueble	Descripción	Valor Unitario	Valor Total



2	Mesones De Trabajo	Mesón En Acero Industrias Díaz 180x60x90 cms	\$ 2,160,000.00	\$ 4,320,000.00
1	Lavaplatos En Acero	Lavaplatos En Acero Industrias Díaz 150x60x17 2 cms	\$ 2,745,500.00	\$ 2,745,500.00
4	Tanque	Rimo Plástico, de 60 Litros	\$ 16,500.00	\$ 66,000.00
5	Tazas	Taza Plástica de 4 Litros de Capacidad	\$ 8.800	\$ 44.000
534	Envases	envases retornables	\$ 1,700.00	\$ 907,8000.00
5	Recipientes plásticos	Capacidad 0,6 Litros	\$ 2,200.00	\$ 11,000.00
TOTAL				\$ 8.094.300

Fuente: Elaboración propia con base a cotizaciones recopiladas.

17.3 Equipos de oficina

Tabla 7. Equipos de Oficina.

Cantidad	Maquinaria	Descripción	Valor unitario	Valor Total
2	Computadores	Dell 24 3000 Series 3459 Core i5 24" HD Wled Touch	\$ 2.680.000	\$ 5360.000



1	Impresora	Laser HP M426fdw 4 en 1	\$ 1.490.000	\$ 1.490.000
1	Scanner	HP Scanjet 5590	\$ 660.000	\$ 660.000
1	Grapadora	Sencilla	\$15.000	\$15.000
1	Silla ejecutiva	Neumática Brazos Eco cuero Negra	\$ 129.990	\$ 129.990
2	Escritorios	Estación De Trabajo Witow Escritorios Technologiestrade	\$ 457.200	\$ 914.400
TOTAL				\$ 8,569.390

Fuente: Elaboración propia con base cotizaciones recopiladas.

17.4 Recurso Humano

Tabla 8. Recurso Humano

AREA	CARGO	TIPO DE CONTRATO	Personas requeridas	BASE ASIGNACION	TOTAL SALARIO INVERTIDO
ADMINISTRATIVO	administrador	A termino fijo	1	\$ 781.242	\$ 781.242



PRODUCCION /SERVICIO	contador	por honorario	1	\$ 400.000	\$ 400.000
	técnicos en alimento	prestación de servicio	1	\$ 781.242	\$ 781.242
	Colaboradores	prestación de servicio	2	\$ 781.242	\$ 1.562.484
VENTAS	impulsadores de venta	prestación de servicio	2	\$ 781.242	\$ 1.562.484
TOTAL					\$ 5.087.452

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopilados.

17.5 Materias e insumos para bocadillo de Mango

Para la elaboración de novecientos (1.800) bocadillos de mango de 15 gramos se requiere:

Tabla 9. Insumos Requeridos para elaboración de bocadillo de Mango

Materia prima	Requerido	Valor en costo
Mango	30 Kilos	\$ 21.428



Azúcar	15 Kilos	\$ 29.048
Pectina Cítrica	720 Gramos	\$ 33.746
Etiqueta de publicidad	1800 unidades	\$ 39.600
Transporte de Insumo	1	\$10.000
Empaque del Bocadillo	1 Paquete	\$3.000
COSTO TOTAL		\$136.822
Costo Unitario de cada bocadillo		\$ 76
Precio de Venta del producto		\$ 160

Fuente: Elaboración propia con base a producciones realizadas.

17.6 Plan de producción Anual en Unidades

Tabla 10. Plan de Producción Anual

PLAN DE PRODUCCION ANUAL				
AÑO	ANUAL	TRIMESTRE	MES	SEMANA (promedio)
1	328.397	82.099	6.842	1.710
2	328.397	82.099	6.842	1.710
3	328.397	82.099	6.842	1.710
4	328.397	82.099	6.842	1.710
5	328.397	82.099	6.842	1.710

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopiladas.

17.7 Plano de la empresa

Ilustración 8. Plano de la Empresa



Fuente: Elaborado por Carlos Augusto Rangel (Arquitecto Constructor).

El plano presentado en este documento hace referencia al deseo de implementar una infraestructura propia de la empresa, la elaboración de esta infraestructura está avaluada por \$ 203.365.473, el espacio solicitado es de 460 (Mt²) cuyo valor equivale los \$86.000 para total de \$39.584.920, el precio del terreno, sumando todos estos valores, da un total de inversión en infraestructura de \$ 242.950.393.

Este plano está elaborado con el deseo de aplicarlo cuando optemos por una inversión de capital de terceros considerable. Por lo tanto, los costos que actualmente se trabajan son los de arrendamiento de la planta piloto pesquera de Taganga el cual tiene un valor de arrendamiento de \$ 1.000.000 Mensual.



18. MODELO CANVAS

Tabla 11. Modelo Canvas

<p>SOCIOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad del Magdalena • Dueños de Fincas. • Distribuidores de Azúcar y químicos. • Entidades públicas/Privadas de financiación. 	<p>HERRAMIENTAS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra y proceso de fruta. • Moldeado y empaquetado • Comercialización y Publicidad 	<p>PROPUESTA DE VALOR Ofrecer un producto, hecho a base de mango que se encuentre durante todo el año y que disminuya el desperdicio en el Departamento del Magdalena.</p>	<p>RELACIONES CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación Uno a uno con tenderos. • Consumidores finales, por medio de redes sociales. 	<p>SEGMENTO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrato socioeconómico 1, 2 y 3. • Amantes al dulce. • Compradores en tiendas de barrio. • Compradores al menudeo
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS</p>		



Tenemos costo de materia prima, maquinaria, productos químicos de conservación, la mano de obra directa (Personal que elabora en la producción de los bocadillos) y costos de infraestructura.

Comercialización (Venta) del Bocado a las tiendas de barrios y locales comerciales de dulces artesanales.

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopiladas.



19. ORGANIZACIÓN

19.1 Dofa

Tabla 12. DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p style="text-align: center;">EXTERNAS</p> <p style="text-align: center;">INTERNAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Región (Dto Magdalena) con gran producción de mango indistinta a la estacionalidad del producto. 2. Precio competitivo del producto de la región. 3. Alta calidad de las frutas de la región 4. Agrado del que es considerado cliente potencial, por productos hechos a base de mango y frutas de la región. 5. Posibilidad de desarrollar alianzas estratégicas con proveedores de frutas (pequeñas fincas de campesinos). 6. Posibilidad de desarrollar alianzas estratégicas con distribuidores de productos de consumo. 7. Posibilidad de participar en convocatorias para apoyo a proyectos del orden gubernamental y gremial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores (formales e informales de gran reconocimiento en el contexto) 2. Gran número de productos tipo conserva en diversos canales de distribución (comodities y de marcas) 3. Los competidores informales de productos tipo conservas o dulces, compiten con precios bajos. 4. Aumento en la presencia de nuevos competidores de otras ciudades (Barranquilla, Cartagena, Ciénaga, entre otros) 5. Aumento en los productos sustitutos de las conservas,



		dulces o bocadillos de mango.
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO (ATAQUE)	ESTRATEGIA FA (DEFENSA)
<p>1. Apoyo de la Universidad del Magdalena en asesoría empresarial (Centro de innovación y emprendimiento), técnica (planta de procesamientos pesqueros de Taganga) y financiero (recursos asignados) para la producción.</p> <p>2. Conocimiento en la elaboración de productos (conservas, dulces y jaleas) por parte del equipo.</p> <p>3. Conocimiento en aspectos empresariales por parte del equipo (profesionales en formación).</p>	<p>Desarrollar un producto elaborado de manera artesanal (leña) a base de mango (bocadillo) el cual sea de consumo habitual, dado a que su tamaño y peso (15gramos) brinda la posibilidad de llevar y disfrutar en cualquier momento (después de comidas, merienda, en cualquier momento).</p> <p>Desarrollar alianzas estratégicas de integración hacia atrás con los campesinos productores de mango, con el fin de generar un proceso de inclusión productiva, al tiempo en que les generan competencias en aspectos relacionados con desarrollo empresarial (mercadeo y ventas, manejo contable y administrativo, fuentes de financiación para sus parcelas).</p>	<p>Consolidar una propuesta de valor cada vez más competitiva, diferenciada e innovadora, la cual resulte más atractiva al segmento de mercado, reinventado los productos de acuerdo a los gustos, deseos y anhelos de los clientes.</p> <p>Explorar nuevos canales de comercialización del producto, el cual permita al cliente encontrar el bocadillo de mango en cualquier temporada del año.</p>



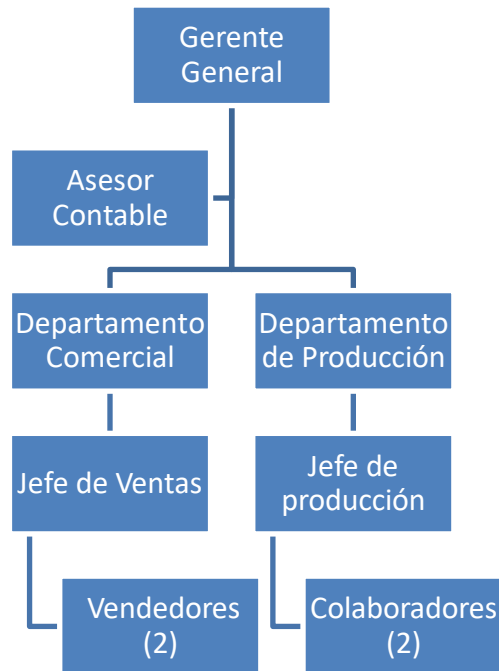
DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO (MEJORA)	ESTRATEGIA DA (REPLANTEAMIENTO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo conocimiento del segmento de mercado. 2. Limitado músculo financiero (pese a contar con recursos propios y apoyo de la Universidad del Magdalena) 3. La empresa aún no está constituida y no cumple con los requisitos comerciales, tributarios, laborales y de funcionamiento. 4. El equipo emprendedor no posee herramientas y equipamiento propio para la producción (este es facilitado por la Universidad del Magdalena) 	<p>Desarrollar de manera permanente procesos de investigación de mercado, basado en un método de triangulación de investigación (observación directa y entrevista semi estructurada, aplicación de instrumentos tipo encuesta y revisión documental)</p> <p>Formular y evaluar el proyecto empresarial, a la luz de las diversas oportunidades de convocatorias que se abren en el país para apoyar iniciativas emprendedoras (Fondo Emprender, Impulsa, Ascolfa, Destapa tu sueño, entre otros) y para la búsqueda de financiación en el sector financiero, a fin de obtener los requerimiento necesarios (herramientas, equipos y capital de trabajo) para el desarrollo del proyecto.</p>	<p>Constituir el proyecto a través de una empresa, la cual brinde la posibilidad de ingresar a competir con una propuesta de valor válida para el segmento en canales diferenciales.</p>

Fuente: Elaboración propia con base de datos recopiladas.



19.2 Estructura organizacional

Ilustración 9. Organigrama Provisional



Fuente: Elaboración propia con base de datos recopiladas.

Nota: Este organigrama aplicaría solo para los primeros 2 años teniendo en cuenta que la empresa apenas está comenzando

19.3 Perfiles

Administrador: Una persona con capacidad de solución de problemas rápidos y que cuenta con experiencia de trabajo en empresas del sector industrial y alimenticio.



Técnicos en alimento: Personas con formación técnica que hayan realizados estudios en Sena o una entidad certificada.

Personal de ventas: Personas que cuenten con experiencia en ventas de productos alimenticios, especialmente en dulces.

Personal de producción: Personal con capacidad de controlar la seguridad y determina parámetros de funcionamiento de equipos y procesos que garanticen la producción y mantengan la seguridad del empleado.



20. CONSTITUCIÓN LEGAL

20.1 Cámara de comercio.

Para llevar a cabo la realización y creación de una empresa, en este caso para procesar frutas, se deben tener en cuenta algunos requisitos legales.

1. LEGISLACIÓN SANITARIA

1.1 LEY 9 de 1979

2. Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud

1.2 DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.



d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

CAPITULO III. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Artículo 13. ESTADO DE SALUD.

a. El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

b. La dirección de la empresa tomara las medidas necesarias para que no se permita contaminar los alimentos directa o indirectamente a ninguna persona que se sepa o sospeche que padezca de una enfermedad susceptible de transmitirse por los alimentos, o que sea portadora de una enfermedad semejante, o que presente heridas infectadas, irritaciones cutáneas infectadas o diarrea. Todo manipulador de alimentos que represente un riesgo de este tipo deberá comunicarlo a la dirección de la empresa.

Artículo 14. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.



a. Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

b. Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias.

Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

c. La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificará el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa.

d. Para reforzar el cumplimiento de las prácticas higiénicas, se han de colocar en sitios estratégicos avisos alusivos a la obligatoriedad y necesidad de su observancia durante la manipulación de alimentos.

e. El manipulador de alimentos debe ser entrenado para comprender y manejar el control de los puntos críticos que están bajo su responsabilidad y la importancia de



su vigilancia o monitoreo; además, debe conocer los límites críticos y las acciones correctivas a tomar cuando existan desviaciones en dichos límites.

Última Actualización: Resolución 2674 del 2013. A partir de Julio de 2014 entra en vigencia el Decreto 3075 de 2013.

1.3 RESOLUCIÓN 5109 DE 2005

Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el Ministerio de Protección Social y publicado en el Diario Oficial 46150 de enero 13 de 2006.

ARTÍCULO PRIMERO.- OBJETO.

La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a:

1. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos destinados al almacenamiento, distribución, preparación y/o expendio de alimentos y de transporte de éstos, en los que se deberá ofrecer al personal manipulador el curso de manejo higiénico de alimentos con intensidad mínima de seis (6) horas, desde el momento de su contratación.

Parágrafo: Las fábricas de Alimentos deberán regirse a lo estipulado en la Ley 1122 de 2007 en la que se establecen las competencias del INVIMA.

2. Las personas Naturales y Jurídicas – establecimientos donde se, almacenen, distribuyen, transporten, expendan y manipulen alimentos que no estén considerados en el numeral anterior y que deberán obtener constancia de asistencia



al curso de educación sanitaria en manejo adecuado de alimentos, mínimo una vez al año, el cual no podrá ser inferior a seis (6) horas.

PARÁGRAFO:

En los establecimientos antes señalados, donde la capacitación se ofrezca por capacitador particular, deberá reposar como soporte junto a la certificación en manejo higiénico de alimentos, copia de la autorización vigente de los capacitadores particulares, solicitud de la supervisión la cual debe tener evidencia de radicación ante la autoridad competente y la lista de personas capacitadas.

ARTÍCULO SEGUNDO.- REQUISITOS PARA SER MANIPULADOR DE ALIMENTOS. Para ser manipulador de alimentos se requiere:

1. Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado ó capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién haga sus veces en el Distrito Capital.
2. Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.

Servicios Adicionales Manipulación Alimentos Norma legal vigente para la fabricación de alimentos. Según el artículo 4º del decreto 2333 de 1982, expedida por la Seccional del Ministerio de Salud, todas las fábricas de alimentos deberán acreditar licencia sanitaria de funcionamiento (LSF) vigente, expedida por la autoridad delegada.

Resolución número 7992 del 21 de julio de 1991. Por la cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley O9 de 1979 en lo relacionado con la elaboración,



conservación y comercialización de Jugos. Concentrados, Néctares, Pulpas, Pulpas Azucaradas y Refrescos de Frutas.¹

1.4 NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS-USNA 007

6.10 PARA EL ALMACENAMIENTO DE MATERIA PRIMA “CONGELADA” SE ESTABLECEN LOS SIGUIENTES REQUISITOS

6.10.1 Una vez inspeccionada la materia prima al recibirla, debe ser etiquetada, identificando el contenido de los paquetes, fecharlos y almacenarlos en el congelador.

6.10.2 La unidad de frío no se debe sobrecargar ni colocar en ella alimentos calientes ya que al hacerlo se eleva la temperatura y descongela parcialmente los alimentos.

6.10.3 Una vez descongelada la materia prima ésta no se debe volver a congelar, ya que se afecta la calidad del alimento y facilita que los microorganismos se multipliquen.

7. Requisitos sanitarios para los manipuladores de alimentos

7.1 Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.



7.2 Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.²

7.3 Los manipuladores de alimentos no podrán desempeñar sus funciones en el evento de presentar infecciones dérmicas, lesiones tales como heridas y quemaduras, infecciones gastrointestinales, respiratorias u otras susceptibles de contaminar el alimento durante su manipulación.

7.4 Los manipuladores de alimentos deben cumplir con los siguientes requisitos de higiene personal: - Los manipuladores se deben lavar las manos y los antebrazos, cuantas veces sea necesario, antes de iniciar las labores, cuando cambie de actividad o, después de utilizar el servicio sanitario. - El lavado de las manos y antebrazos se debe efectuar con agua y jabón antibacterial u otra sustancia, que cumpla la misma función de acuerdo con las normas legales vigentes. Se debe utilizar cepillo personal para el lavado de las uñas. - El secado de las manos debe realizarse por métodos higiénicos, empleando para esto toallas desechables o secadores eléctricos. - Uñas cortas, limpias y sin esmalte - Cabello limpio, recogido y cubierto por gorro. - Uso de ropa de trabajo limpia (uniforme, delantal), botas o zapatos cerrados adelante.

7.4. No usarán accesorios (aretes, pulseras, anillos, piercing visible) u otros objetos personales que constituyan riesgos de contaminación para el alimento.

7.5 Los manipuladores no utilizarán durante sus labores sustancias que puedan afectar a los alimentos, transfiriéndoles olores o sabores extraños, tales como: perfumes, cremas y maquillaje. 7.6 Los medios de protección utilizados por los



manipuladores se deben mantener en condiciones tales que no constituyan riesgos de contaminación ni para los alimentos ni para ellos mismos.

7.7 El manipulador de alimentos que se encuentre trabajando con materias primas alimenticias, debe efectuar previamente el lavado y desinfección de las manos y antebrazos antes de realizar otras actividades como manipular productos en las fases de elaboración o productos terminados 7.8 En caso que el manipulador de alimentos deba realizar labores de limpieza de los servicios sanitarios, de las áreas de desecho o de alguna otra área, en ningún caso podrá manipular alimentos sin antes haberse cambiado de uniforme, lavado y desinfectado las manos.

- **1.5 Resolución 1506 de 2011 Resolución 1506 de 2011:** Reglamento técnico a través del cual se señalan los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los aditivos que se emplean para la elaboración de alimentos para consumo humano.
- **1.6 Resolución 2674 de 2013:** Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.
- **1.7 Decreto 539 de 2014:** Reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano.
- **1.8 Decreto 590 de 2014:** Modifica el artículo 21 (vigencia y derogatorias) del decreto número 539 de 2014.



1.9 Resolución 719 de 2015: Clasificación de alimentos de consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública

20.2 Costos de la creación de la empresa.

Tabla 13. Costo de creación de empresa

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Autenticación	Notaria	\$3.450
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$32.000
Registro en la cámara de comercio	Cámara de comercio	0.7% sobre el valor del capital suscrito(5.200)
El formulario de Registro Único Empresarial	Cámara de comercio	\$4.000.
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500
Certificado de existencia	Cámara de comercio	\$4.300 (Cada libro)
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$11.800

Fuente: Elaboración propia con base precios recopilados en cámara de comercio y notarias.



20.3 Requisitos tributarios.

Tabla 14. Requisitos Tributarios

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuándo se debe realizar?
Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)	DIAN	<ul style="list-style-type: none"> Diligenciamiento del formulario oficial. Realizar la formalización de la inscripción. 	Una vez realizado el registro mercantil ante la Cámara de Comercio
Solicitud de autorización de numeración para Facturar	DIAN	<ul style="list-style-type: none"> Registro Único Tributario. diligenciar solicitud en formulario 1302 “Solicitud sobre numeración para Facturación” en original y copia. 	Una vez realizada la inscripción en el RUT



		<ul style="list-style-type: none"> • Documento de identidad del obligado, representante o apoderado. • Certificado de Existencia y Representación Legal. 	
Solicitud de Resolución de Habilitación de Numeración de Facturación	DIAN	<ul style="list-style-type: none"> • Registro Único Tributario. • Diligenciar formulario 1302 solicitud sobre numeración para Facturación en original y copia. • Documento de identidad del obligado, representante o apoderado. • Certificado de Existencia y Representación Legal. 	Pasados los dos años de vigencia de la Resolución de Autorización de Facturación, si todavía tiene numeración de facturación sin utilizar.
Presentar declaración del IVA	Entidades financieras autorizadas, ubicadas en el territorio nacional.	La declaración de IVA, que a partir de la ley 1607 de 2012 se puede pagar en períodos bimestrales, cuatrimestrales y anuales; deberá presentarse en los formularios que para tal efecto señale la DIAN y deberá contener la información del artículo 602	En la fecha del respectivo vencimiento según calendario tributario, teniendo en



		del E.T.El formulario para esta declaración es el Número 300.	cuenta los dos últimos dígitos del NIT.
Presentar declaración del Impuesto de Renta y Complementarios	Entidades financieras autorizadas, ubicadas en el territorio nacional.	La declaración de Renta deberá presentarse en el formulario oficial prescrito por la DIAN y deberá contener la información del artículo 596 del E.T.	Presentación anual según calendario tributario y teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.
Presentar declaración del Impuesto sobre la Renta para Equidad –CREE–	Entidades financieras autorizadas, ubicadas en el territorio nacional.	*El impuesto CREE debe presentarse en el formulario oficial prescrito por la DIAN y deberá cumplir con lo exigido en los artículos del 20 al 37 de la Ley 1607 de 2012.	Declaración: Anual Pago en dos cuotas: primera cuota hasta Abril y segunda cuota hasta Junio, según calendario



			tributario, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.
Autorretención del –CREE–	Entidades financieras autorizadas, ubicadas en el territorio nacional.	La autorretención del CREE debe presentarse en el formulario oficial diseñado por la DIAN y además deberá estar de acuerdo con lo indicado en el artículo 2 del Decreto 1828 de 2013	Mensual o cuatrimestral dependiendo de los ingresos brutos del contribuyente obtenidos durante el periodo gravable anterior
Presentar declaración por Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	Entidades financieras autorizadas la Tesorería del municipio y	El impuesto ICA debe presentarse en el formulario oficial prescrito por la la Secretaría de Hacienda Municipal (SHM) y según lo dispuesto por cada municipio.	Anual según resolución del Departamento Administrativo de Hacienda



	centros de Atención Local Integral C.A.L.I.		Municipal y teniendo en cuenta las fechas límite para su declaración y pago, y el último dígito del NIT.
Presentar declaración mensual de retenciones en la fuente por impuestos nacionales, esto es por renta, IVA y Ganancias Ocasionales.	En los bancos y demás entidades autorizadas para recaudar, ubicadas en el territorio nacional.	Deberá presentarse en el formulario oficial de la DIAN. La declaración deberá contener la información del artículo 606 del E.T.	Mensualmente, en la fecha de vencimiento, teniendo en cuenta los dos últimos dígitos del NIT.

Fuente: Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN).



20.4 Requisitos de funcionamiento.

A nivel de Colombia se debe tener en cuenta los requisitos de funcionamiento para una empresa legalmente constituida.

Tabla 15. Requisitos de Funcionamiento

ASPECTOS DE FUNCIONAMIENTO			
Tipo de Obligación	Entidad dónde se tramita	Requisitos	Cuándo se debe realizar
Certificado de Seguridad.	Cuerpo de Bomberos Voluntarios de la localidad.	*Solicitar en Tesorería Municipal la visita del inspector.*Adjuntar copia del certificado de Cámara de Comercio y del RUT*Cancelar el valor de la inspección si es aprobada la solicitud.	Después de matricular el establecimiento en la cámara de comercio y registrarlo en la DIAN
Obtener el concepto sanitario	Secretaría de Salud Municipal	*Solicitar visita de la Secretaría de Salud Municipal al establecimiento de comercio* Presentar certificado de Cámara y Comercio, de fumigación y la notificación de visita del inspector	Antes de que esté en funcionamiento el establecimiento de comercio

Fuente: Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN).



21. FINANCIERA

Tabla 16. Proyección IPC

proyección precio (IPC 7,5% prom)		
año 1	\$	160
año2	\$	172
año 3	\$	185
año 4	\$	199
año 5	\$	214

Fuente: Elaborado con base al Banco de la Republica Colombiana



Tabla 17. Inversión Inicial

INVERSION INICIAL	
COSTOS PREOPERATIVOS	\$ 2,157,653
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 3,210,000
GASTOS DE PERSONAL (2 MESES)	\$ 11,175,800.74
INFRAESTRUCTURA	\$ 1,000,000.00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 8,569,390
MUEBLES Y ENSERES	\$ 8,094,300.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 27,158,000
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 61,365,144
FONDO EMPRENDER (80%)	\$ 49,092,115
EMPRENEDORES (20%)	\$ 12,273,029

Fuente: Elaboración propia con base a datos recopilados



22. COSTOS

Tabla 18. Costos en Pesos

Costo de materia	Costo en pesos	CIF unida d	costo sin MOD	Costos de MOD	Costos totales	Precio de venta	Margen de contribución	Margen de contribución
Mango.	\$ 12			\$ 14	\$ 74	\$ 160	\$ 71	44%
Pectina.	\$ 19							
Azúcar.	\$ 16				\$ 14			
Transporte mangos.		\$ 6						
Etiqueta de publicidad.	\$ 22							
	\$ 69	\$ 6						
			\$ 74	\$ 14	\$ 89	\$ 160	\$ 71	44%

Fuente: Elaboración propia con base a datos recopilados



23. CONCLUSIONES

Los siguientes son los aspectos que tomamos como conclusión del proyecto formulado:

- Teniendo en cuenta las investigaciones realizadas durante la elaboración del proyecto, se observó una alta aceptación del producto por parte de los consumidores.
- Los principales canales de distribución serán las tiendas de barrio situadas en los estratos socioeconómico 1,2 y 3; y locales de venta de dulces artesanales.
- Actualmente en la región Caribe (Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, San Andrés y Sucre) se pierden por año un total del 18,2% de frutas y verduras, equivalentes a 6,1 millones (**DNP**). El impacto ambiental que produciría el montaje de la planta, sería positivo debido a que habría una disminución de desperdicio de frutales en el Departamento del Magdalena.
- Tomando el DANE, (Boletín informativo del mes de octubre del año 2015, Tasa de Desempleo) este proyecto generaría un impacto económico bastante significativo a nivel del Departamento puesto que la empresa necesita de mano de obra directa e indirecta para su buen funcionamiento.
- De igual modo el impacto social que esta empresa generaría sería el deseo por parte de la sociedad de preservar la naturaleza y cultivar, debido a que las materias primas se le comprarán de manera directa a la población propietaria de cultivos de mango.
- El impacto ambiental que generara el proyecto será el uso de los envases plásticos retornables, con el fin de disminuir el uso del plástico, generando una contra partida en beneficio tal como la disminución de gasto en recipientes plásticos para la conservación y protección de los bocadillos.



- En términos de inversión el proyecto cuenta con un margen contributivo del 44%, lo cual es un atractivo para los futuros inversionistas.
- La empresa en términos organizativos, contara con una estructura piramidal, donde el cual se evidencia 3 niveles, de escala de arriba hacia abajo, se encuentra el nivel directivo, donde se encuentra el rol Gerencial, Segundo nivel o medio, con dos áreas y tercer nivel que es el operacional, compuesto por vendedores y colaboradores.
- En términos directivos, se sugiere un liderazgo participativo, para la respectiva retroalimentación de procesos.
- En términos motivacionales, se propone realizar capacitaciones para los trabajadores e hijos.
- Con respecto a la comunicación al interior de la empresa, se propone que esta sea fluida directamente entre los niveles organizativos.
- Se concluye que para lograr los objetivos, se realice controles permanentes en el área de producción, venta, financiera y de personal.



24. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agudelo, A., Botero, J., y Arango, S. (2014). Formulación y evaluación de un proyecto para el montaje de una planta procesadora en Lérica- Tolima.

“Procesadora Aba”. Recuperado de:

<http://es.slideshare.net/garzablanca/formulacin-y-evaluacin-de-un-proyecto-para-el-montaje-de-una-planta-procesadora-de-fruta>

Aguirre, G., Guevara, O., y Salgado, C. (2002). Formulación y evaluación de un proyecto para el montaje de una planta procesadora de fruta en Lérica – Tolima recuperado de:

<http://www.bdigital.unal.edu.co/1098/1/guidosanchezaguirre.2002.pdf>.

Ariza, M., Pineda, A., Peñaranda, F. y Manjarrez, D. (2013). [Montaje de una planta procesadora de pulpa de mango en la ciudad de Valledupar](#). Recuperado de:

<http://es.slideshare.net/marizav/montaje-de-una-planta-procesadora-de-pulpa-de-mango-en-la-ciudad-de-valledupar>.

Cámara de Comercio Medellín (sf) como hacer negocios business to business recuperado de:

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Biblioteca/herramientas/blog-como-hacer-negocios-mercadeo-b2b.pdf>

Camino, J. R., & Rúa, M. D. G. L. (2012). Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones. Esic Editorial.

Chester, I. (1968). *The functions of the executive (Vol. 11)*. Harvard university press.

Chiavenato, I. (2001). Administración. *Proceso Administrativo*.

Código de comercio Colombiano Art 379 *Acciones* recuperado de:

www.ccc.org.co/file/2011/03/concepto-004-rm-titulos-de-acciones.doc



DANE (2015) Demografía y población recuperada de:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

De Porter, F. (5). Fuerzas de Porter.

DNP (2016) En Colombia, por cada tres toneladas de comida disponible, una termina en la basura recuperado de:

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/colombia-botan-millones-toneladas-comida-ano-493123>

El Mercurio de Valparaíso Chile: Región lidera consumo de frutas y verduras (2011) recuperado de: <http://www.portalfruticola.com/noticias/2011/01/28/chile-region-lidera-consumo-de-frutas-y-verduras/>

González, C y Serpa, H. (2015) *Mano de obra* recuperado

de: <https://es.slideshare.net/yenasuvari/mano-de-obra-costos>

Graciá, V. B., & Sánchez, M. D. F. M. (2010). *Instrumentos de marketing: decisiones sobre producto, precio, distribución, comunicación y marketing directo* (Vol. 168). Editorial UOC.

Herrera, R. (2011). Conocimiento, innovación y desarrollo. *Conocimiento, innovación y desarrollo*, 17.

Invima (s/f) manipulación de alimentos en Colombia recuperado de:

<http://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

Invima (2014) Decreto 593 del 2014 recuperado de:

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:j7Eo6iwo0TMJ:https://www.invima.gov.co/decretos-alimentos/decreto-539-de-2014-pdf/download.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co>

Invima(2011) Normatividad en la industria alimentaria recuperado de :

<https://www.invima.gov.co/normatividad-sp-510373846/alimentos/resoluciones-alimentos/resoluciones-2011/540-resolucion-1506-mayo-62011.html>

Lardent, A. R. (2001). *Sistemas de información para la gestión empresarial: procedimientos, seguridad y auditoría* (No. 658: 004.7). Prentice-Hall.:

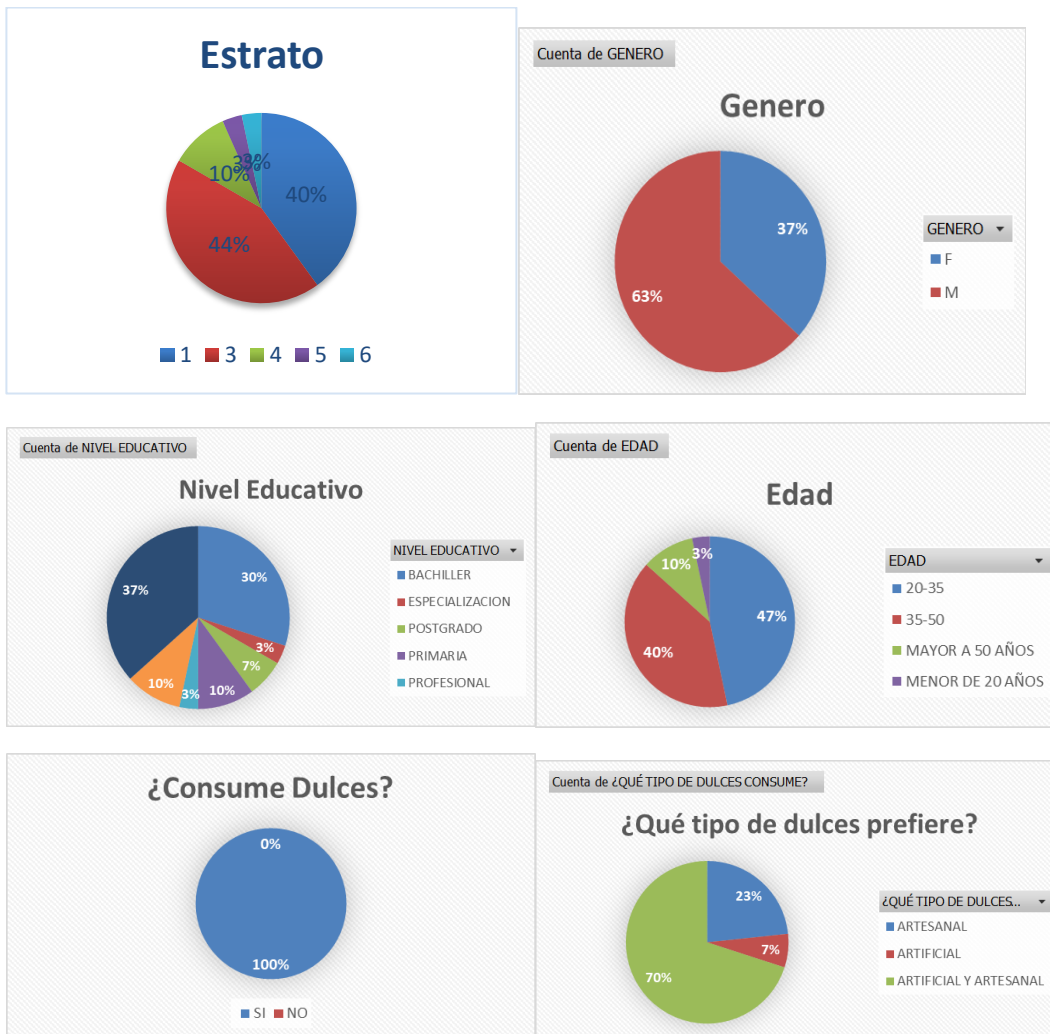


- Lardent, A. R., Gomez Echarren, M. A., & Loro, A. (1993). *Técnicas de organización, sistemas y métodos*. Club de Estudio.
- Melinkoff, R. (1990). *Los procedimientos administrativos*. Caracas: Panapo.
- Ministerio de Salud y Protección Social (2015) Clasificación de alimentos para consumo humano recuperado de:
https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/OtraNormativa/R_MSPS_0719_2015.pdf
- Muñoz, J.(2012) Proyecto para la implementación de una planta procesadora de frutas en el municipio de Purrés. Recuperado de: (<http://puerres-narino.gov.co/apc-files/31613630623665386131663831626133/0053.pdf>)
- Solanelles Rojas, M. J. (2003). El mercadeo y los servicios de información. ACIMED, 11(4), 0-0
- Thompson, I. (2007). Definición de organigrama. *Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/organigramas/definicionorganigramas.html>*.
- Toro J. (2014) El Dinero, *La Comunicación Y La Administración Del Cambio*, recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Historia/El-Dinero-La-Comunicacion-Y-La-Administracion-Del/1918253.html>
- Torres, G. (2007). Estudio de Pre-factibilidad para el montaje de una planta procesadora de frutas amazónicas en el departamento del Putumayo. Recuperado de
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/5388/T12.07%20T636e.pdf?sequence=1>.
- Wahnon, P. (2013). Fiebre del oro. *WOBI: world of business ideas*, 18(4), 82-84.
- Zambrano C. (2007) Estudio de factibilidad para el montaje de una planta despulpadora de lulo, tomate de árbol y mango en el municipio del molino (la guajira) Recuperado de:
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/2259/91062222.pdf?sequence=2>



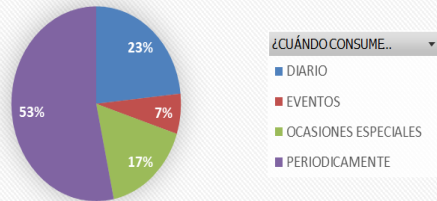
25. ANEXOS

Anexos 1. Datos Arrojados de encuestas

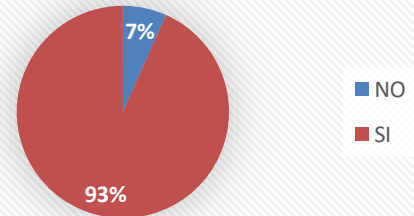


Cuenta de ¿CUÁNDO CONSUME DULCES?

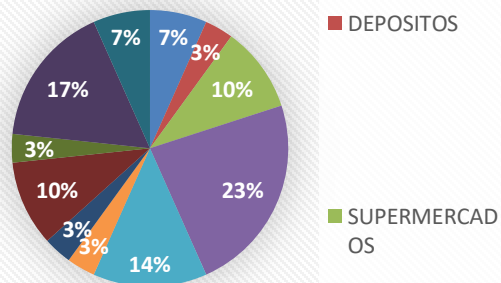
¿Cuándo consume dulces?



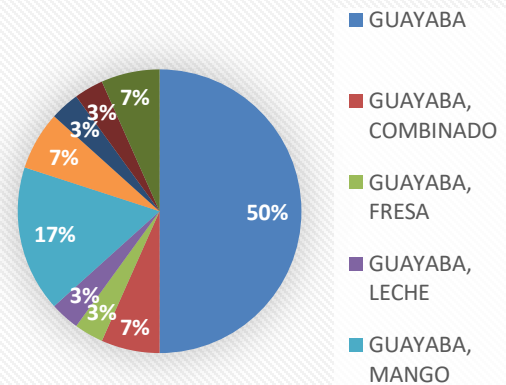
¿Consume bocadillos?



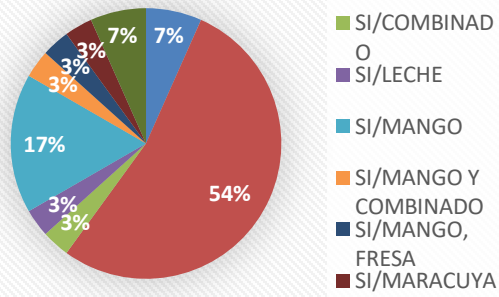
¿Normalmente dónde compra dulces?



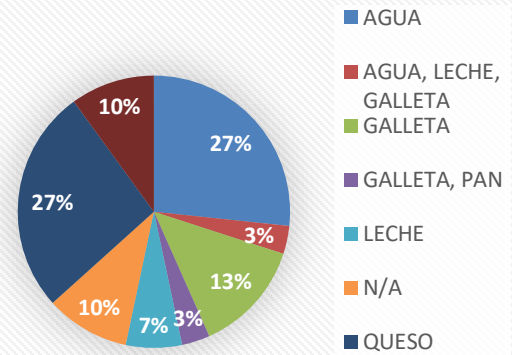
¿Qué tipo de bocadillos conoces?



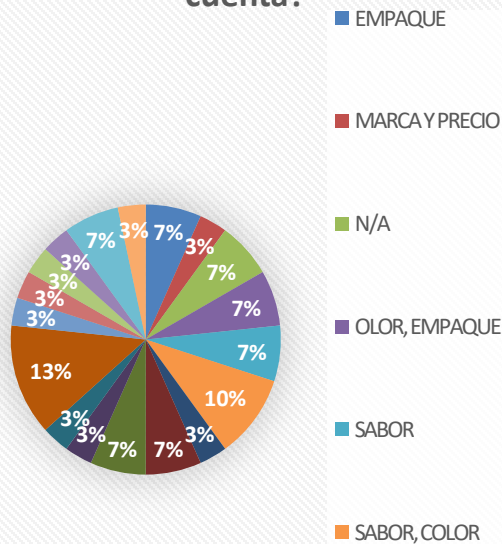
¿Ha probado un bocadillo distinto al tradicional?



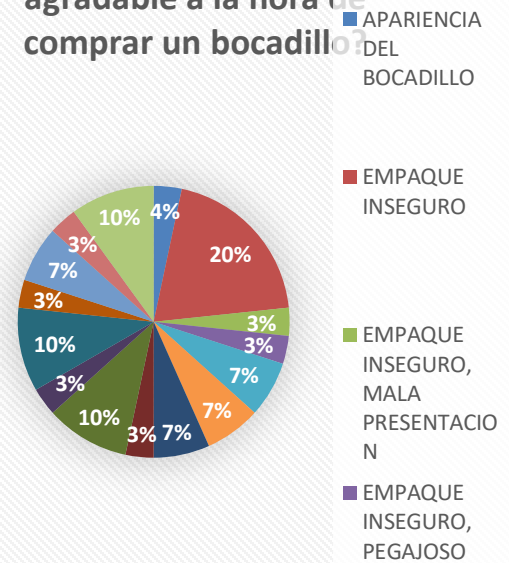
¿Con que acompaña el bocadillo al momento de consumirlo?



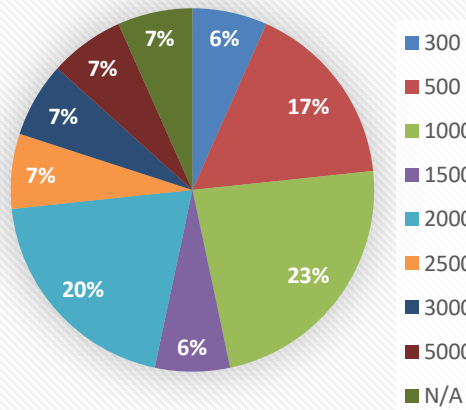
¿Al momento de comprar el bocadillo qué tiene en cuenta?



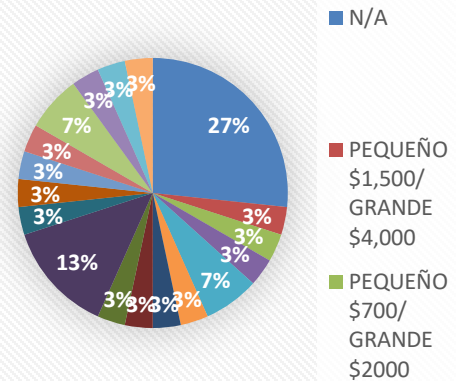
¿Qué no le parece agradable a la hora de comprar un bocadillo?



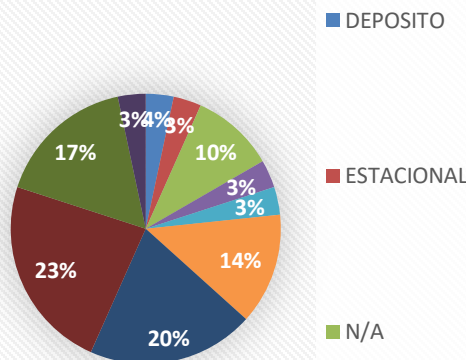
¿Cuánto ha cancelado por un bocadillo tradicional?



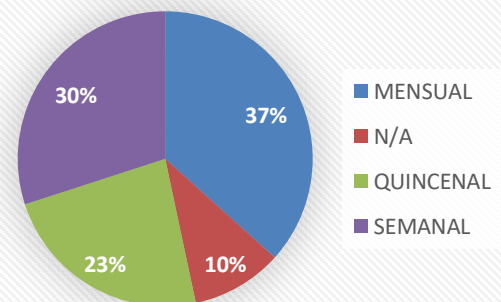
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bocadillo de su completo gusto, empaque y tamaño acorde?



¿Generalmente en que lugar lo compra?



¿Con qué frecuencia compra bocadillos?



Anexos 2. Fotos De Investigaciones de mercado.



Analizando mercado, competencias y productos sustitutos (Almacén Carulla).



Analizando mercado, sector centro histórico de Santa Marta y lugares turísticos como Rodadero.



Logo del producto de la empresa



Prueba piloto realizada en la Universidad del Magdalena, semana Cultural 2017



Fotografía del producto distribuido en una de las Tienda tomada como investigación de mercado, Tienda "El Sol" Barrio San Pablo.



Anexos 3. Modelo de Encuesta Aplicado

Universidad del Magdalena.

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas.

Objetivo de Investigación conocer los gustos y preferencias del consumidor de productos dulces a base de frutas más exactamente el bocadillo de mango. No hay respuestas buenas o malas, si tiene dudas puede preguntas o si necesita ayuda puede dejar de responder, si se siente aludido en algún momento las respuestas serán codificadas, por tal razón no se analizarán particularidades sino la generalidad de cada respuesta.

Estrato: _____ **Genero:** M___ F___

Origen: _____ **Nivel educativo:** _____

Lugar de Estudio: _____

1) Edad:

(Menor de 20 años) ____

(20-35 años) ____

(35-50 años) ____

(Mayor a 50 años) ____

2) ¿Consume dulces?

SI___ NO___

3) ¿Qué tipo de dulces consume?

Artificiales___ Artesanales _____

4) ¿Cuándo consume dulces?

Ocasiones especiales___ Periódicamente___ Eventos___ A diario___

5) ¿Normalmente donde compra estos dulces?



Tiendas____ Supermercados____ Vendedores informales____
Chazas____

6) ¿Consume bocadillo?

SI____ NO____

7) ¿Qué tipo de bocadillo conoce?

Guayaba__ Mango__ Fresa__ Banano__ Otros ¿Cuál? _____

8) ¿Ha probado un bocadillo distinto al tradicional?

Sí____ No__ ¿Cuál? _____

9) ¿Conque acompaña el bocadillo al momento de consumirlo?

Leche__ Queso__ Galleta__ Otro ¿Cuál? _____

10)¿Al Momento de comprar el bocadillo, que tiene en cuenta?

Textura__ Sabor__ Color__ Olor__ Precio__ Empaque____ Marca__

Otro ¿Cuál? _____

11) ¿Qué no le parece agradable a la hora de comprar bocadillo?

Textura Blanda__ Pegajoso__ Muy Seco__ Empaque inseguro__ Otro

¿cuál?____

12) ¿Cuál es el rango de precio que ha cancelado por un bocadillo tradicional?

\$100__ \$200__ \$300__ \$500__ \$1.000__ \$2.000__ \$5.000__

13)¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bocadillo de su completo gusto, empaque y tamaño acorde? _____

14)¿Qué cantidad acostumbra a comprar el bocadillo tradicional?

25 Gr__ 50 Gr__ 250 Gr__ 500 Gr__

15). ¿Generalmente en qué lugar compra Bocadillos?

Plaza de mercado ____ Vendedores ambulantes____ Supermercados ____
Otros ____ ¿Cuáles? _____



16)¿Con qué frecuencia compra Bocadoillos?

Diario ____ Semanal ____ Quincenal ____ Mensual ____