

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
PULPA DE FRUTA PARA TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS DE SAHAGUN-
CORDOBA**

ALDAYR JOSE MARTINEZ URDA

LIZETH MARCELA TROYA DIAZ

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DAMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SAHAGÚN – CÓRDOBA

20/08/2020

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
PULPA DE FRUTA PARA TIENDAS Y CENTROS DE ABASTOS DE SAHAGUN-
CORDOBA**

ALDAYR JOSE MARTINEZ URDA

LIZETH MARCELA TROYA DIAZ

DIRECTOR:

LEONARDO DIAZ PERTUZ

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS JURIDICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DAMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SAHAGÚN – CÓRDOBA

20/08/2020

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios por darnos salud, por guiarnos en este proceso y darnos todos los conocimientos necesarios para la creación de este proyecto.

A nuestros padres por ser pacientes y apoyarnos incondicionalmente y creer en nosotros.

A nuestros hermanos, amigos y compañeros por acompañarnos siempre.

Agradecemos a los maestros y tutores quienes fueron eje principal para la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

A.	INTRODUCCION	9
B.	RESUMEN EJECUTIVO	11
C.	REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL	12
1.	Marco teórico	12
2.	Marco conceptual	14
D.	MÓDULO DE MERCADO	18
1.	Producto	18
1.1	Identificación y caracterización del producto	18
1.2	Uso del producto	19
1.3	Beneficios.....	19
1.4.	Productos sustitutos.....	19
2.	Consumidor final	19
2.1	Segmentación	19
3.	Delimitación del área geográfica	20
4.	Análisis de la demanda	21
4.1	Diseño muestral.....	21
4.2	Validación del instrumento	22
4.3	Cálculo de la demanda actual.....	22
4.4	Proyección de la demanda.....	24
5.	Análisis de la oferta	24
5.1	Cálculo de la oferta actual.....	25
5.2	Proyección de la oferta.....	26
5.3	Determinación del tipo de demanda existente y proyectada	26
6.	Análisis de precios	27
7.	Canales de comercialización	28
8.	Imagen del producto	29
9.	Estrategia de publicidad	30
9.1	Descripción de la estrategia.....	30
9.2	Objetivos de la estrategia de publicidad.....	30
E.	MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL	31
1.	Tamaño del proyecto	31
2.	Localizacion	33

2.1	Microlocalizacion.....	33
2.2	Macrolocalizacion	34
3.	Distribucion en planta.....	35
4.	Proceso de producción	37
4.1	Esquema de proceso de produccion	37
4.2	Descripción de procesos.....	38
5.	Naturaleza jurídica	39
6.	Misión	40
7.	Visión.....	40
8.	Organigrama	41
9.	Manual de funciones	42
F.	MODULO DEL IMPACTO SOCIAL, ECONOMICO Y AMBIENTAL	51
1.	Impacto social	51
2.	Impacto económico.....	51
3.	Impacto ambiental.....	52
G.	MODULO FINANCIERO	53
1.	Inversiones	53
2.	Costos operacionales	55
3.	Precio de venta y punto de equilibrio	60
4.	Proyecciones financieras.....	61
5.	Flujo del proyecto.....	64
6.	Evaluación financiera	65
H.	CONCLUSIONES	66
I.	RECOMENDACIONES.....	67
J.	Bibliografía	68
K.	ANEXOS	70
1.	Análisis de resultado de la investigación de mercado	70
2.	Validación de la encuesta.....	82

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: ficha técnica producto	18
Tabla 2: segmentación.....	20
Tabla 3: datos para el cálculo de la demanda.....	22
Tabla 4: frecuencia de consumo.....	23
Tabla 5: cantidad de consumo semanal.....	23
Tabla 6: cálculo de la demanda	23
Tabla 7: proyección de la demanda actual	24
Tabla 8: cálculo de la oferta actual.....	25
Tabla 9: proyección de la oferta actual	26
Tabla 10: demanda insatisfecha	27
Tabla 11: análisis de precio.....	27
Tabla 12: tipo de demanda	31
Tabla 13: tamaño del proyecto	32
Tabla 14: alternativa de microlocalización	34
Tabla 15: alternativa de macrolocalización.....	35
Tabla 16: manual de funciones gerente.....	42
Tabla 17: manual de funciones jefe administrativo.....	43
Tabla 18: manual de funciones asistente administrativa	44
Tabla 19: manual de funciones servicios generales	45
Tabla 20: manual de funciones jefe de producción.....	46
Tabla 21: manual de funciones auxiliar de producción.....	47
Tabla 22: manual de funciones jefe comercial.....	48
Tabla 23: manual de funciones agente comercial	49
Tabla 24: manual de funciones conductor.....	50
Tabla 25: inversión en obra física o remodelación.....	53
Tabla 26: inversión de maquinaria y equipo	53
Tabla 27: inversión en muebles y enseres	54
Tabla 28: gastos pre operativos	54
Tabla 29: costo de mano de obra.....	54

Tabla 30: costos de materia prima.....	55
Tabla 31: costo de servicio primer año de operación.....	55
Tabla 32: gastos por depreciación.....	56
Tabla 33: gastos de personal administrativo	56
Tabla 34: otros gastos administrativos	57
Tabla 35: gastos de venta	57
Tabla 36: gastos por depreciación.....	57
Tabla 37: distribución de costos y gastos.....	58
Tabla 38: programa de inversión fija del proyecto.....	58
Tabla 39: cálculo del capital de trabajo.....	59
Tabla 40: inversión de capital de trabajo.....	59
Tabla 41: programa de inversión.....	59
Tabla 42: valor residual de activos.....	60
Tabla 43: flujo neto de inversiones	60
Tabla 44: presupuesto de ingreso	61
Tabla 45: presupuesto de costo de producción.....	62
Tabla 46: presupuesto de gastos administrativos	62
Tabla 47: presupuesto gasto de ventas	63
Tabla 48: presupuesto costos operacionales.....	63
Tabla 49: flujo neto de operaciones	64
Tabla 50: flujo neto del proyecto	64

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: canal directo de distribución	28
Ilustración 2: canal indirecto (corto) distribución	29
Ilustración 3: imagen corporativa del producto.....	29
Ilustración 4: distribución de la planta	36
Ilustración 5: esquema de proceso de producción.....	37
Ilustración 6: organigrama	41

A. INTRODUCCION

La creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pulpas de frutas para tiendas y centros de abastos permite que los consumidores obtengan un producto de consumo diario en un buen estado y con un tratamiento adecuado. Con este proyecto se busca generar un impacto social y ambiental positivo en el municipio, implementando diferentes estrategias de caracterización donde a los clientes se les garantice calidad, precio y procesos de producción y comercialización totalmente higiénicos.

Los nuevos hábitos de consumo han permitido crear oportunidades capaces de brindarnos una nueva idea de negocio viable y sostenible en el tiempo. A su vez genera un impacto importante en los ámbitos donde se actué, como lo es la solución a las necesidades y el crecimiento local donde se encuentre el rango de acción.

El municipio se está buscando un crecimiento sostenible en la zona rural donde prevalecen una variedad significativa de materia prima que se enfocan en nuestro proyecto que nos ayudaran a crear productos capaces de satisfacer las necesidades de los habitantes luego de un proceso innovador y óptimo; por otra parte al tener a disposición estos productos los costos serán menores por su cercanía. *“Es un proceso localizado de cambio social y crecimiento económico sostenible, que tiene por finalidad el progreso permanente de la comunidad y de cada individuo integrado en ella”* (ALCALDIA, SAHAGUN, 2020) por consiguiente existe desde ya una apoyo mutuo para la creación de nuevas iniciativas que promueven empleo y desarrollo social, como también la existencia de materia prima de calidad para su producción.

La comercialización de frutas para consumo básico en el municipio de Sahagún es tradicional y sin un procesamiento técnico capaz de conservar y mantener al producto en buenas condiciones durante un tiempo significativo *“Los sistemas de conservación de los alimentos son aquellos que evitan que las alteraciones antes mencionadas puedan llegar a producirse”* (Dr.Roberto) así mismo no cuenta con ninguna característica que le brinde generar valor agregado, por lo que solo cuentan con frutas en su estado natural que son perecederos y su vida útil es significativamente corta.

Por tanto, la implementación de un proceso productivo y comercial para el mejoramiento, conservación y tecnificación en la que se ofrecen las frutas de consumo básico es sumamente necesario e inmediato, es por ello que se pretende crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de pulpa de fruta que ayudara a los centros de abastos y tiendas locales a ofrecer un producto innovador, económico y sostenible.

A nivel social el proyecto buscara satisfacer las necesidades de los consumidores en la medida de que les permite tener una opción natural, de fácil utilización y óptimo. Mientras que el ámbito productivo, el proyecto buscara aprovechar la oportunidad brindada en el municipio para generar una utilidad significativa por lo que en lo que se conoce seria prometedor y factible realizar el proyecto

B. RESUMEN EJECUTIVO

EMPRESA: FRUPER S.A.S

UBICACION: CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE SAHAGUN

DEPARTAMENTO DE CORDOBA

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO: PULPA DE FRUTA 100% NATURAL

COMPETIDORES: COLMENAS MUNICIPALES PERO SIN EL RESPECTIVO

PROCESAMIENTO TECNICO PARA LA PRODUCCION TECNIFICADA

PRODUCTO: PULPA DE FRUTA 100% NATURAL

PRECIOS DE VENTA:

PULPA 250G	PULPA 500G	PULPA 750G	PULPA 1000G
\$1.733	\$2.090	\$2.600	\$4.185

PRESUPUESTO DE INVERSION: \$ 119.044.514

TIR: 45%

RELACION BENEFICIO COSTO: 2.98

C. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1. Marco teórico

El emprendimiento ha sido una herramienta fundamental en el que los actores han colaborado con el progreso y mejoramiento del municipio, a través de la creación de empresas y las diferentes formas de emprendimiento se ha logrado ampliar la oportunidad laboral y condición económica del lugar. *Emprender es tener la iniciativa de llevar a la práctica una idea de negocio, es decir, crear una empresa y llevar a cabo la producción del bien o prestación del servicio, sin que esto quede en una mera intención.* (Carazo, 2019)

El emprendimiento es una estrategia utilizada por organizaciones públicas y privadas para activar la economía del país. En Estados como el colombiano, se busca implementar la cultura del emprendimiento en las instituciones educativas desde el nivel básico primaria hasta la formación universitaria. (Carmen Estela Herrera Guerra, 2012) Sahagún es un municipio con una gran extensión en el que se pueden ejecutar nuevas ideas de negocio.

Emprender este proyecto puede significar una ventaja ya que no existen empresas dedicadas a la producción y comercialización de pulpas de frutas y así mismo se explotara y se lograra acceder a un mercado con pocos o sin ningún competidor ofreciendo un producto con altos estándares de calidad, a buen precio y lo más importantes es que es un producto totalmente natural elaborado con algunas frutas de la región.

Los alimentos son parte fundamental para el proceso nutritivo de cualquier persona, estos nos aportan proteínas, vitaminas, agua, azúcares, grasas, minerales, fibras, etc., consumirlo permitirá el buen funcionamiento de todo el organismo. Las frutas hacen parte de los alimentos con las típicas características que son esenciales para que todo el organismo funcione de la mejor manera, sus sabores, olores y texturas las hacen uno de los alimentos más consumidos.

Según la (Organización mundial de la salud, 2019) *“Las frutas son componentes esenciales de una dieta saludable, y un consumo diario suficiente podría contribuir a la prevención de enfermedades importantes, como las cardiovasculares y algunos cánceres. En general, se calcula que cada año podrían salvarse 1,7 millones de vidas si se aumentara lo suficiente el consumo de frutas y verdura. La naturaleza las frutas carnosas contienen agua*

en parte un 50%, los frutos secos contienen agua en parte comestibles un 50%. Comer al menos 400 g, o cinco porciones de frutas y verduras al día reducen el riesgo de desarrollar enfermedades no transmisibles y ayuda a garantizar una ingesta diaria suficiente de fibra dietética”.

Ahora bien, las pulpas de frutas están elaboradas con productos 100% natural que a través de procedimientos industriales conservan características como olor, color y sabor permitiendo así también conservar los nutrientes necesarios para la buena salud de las personas, además, ayudan a ahorrar energía, tiempo y dinero, Lo que a su vez cumple con todos los requerimientos para suplir lo dicho anteriormente.

La elaboración de las pulpas es un proceso fácil pero que implica que las condiciones de producción sean muy sanas ya que es un producto de consumo y tienen que contar con estrictos protocolos de higiene y calidad. *“La aplicación de normas y reglamentos sobre calidad y sanidad, deben ser enfáticas, de otra manera el producto estará a merced de la contaminación con altos niveles de bacterias, mohos y levaduras, malogrando el desarrollo esperado para una agroindustria. Se debe considerar que estas medidas comienzan en la etapa de producción y deben continuar en las etapas de pos-cosecha, transporte, almacenamiento, adecuación y transformación.”* (ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS , 1993)

El tiempo y las personas han creado diferentes hábitos de consumo, hoy día todos buscamos alimentación balanceada que nos permita preservarnos y mantener un excelente estado de salud, estableemos tácticas de alimentación saludable con el fin de disminuir enfermedades crónicas y buscamos alternativas o productos que satisfagan la necesidad de alimentarse saludablemente. *Los hábitos adquiridos a lo largo de la vida influyen en nuestra alimentación. Llevar una dieta equilibrada, variada y suficiente acompañada de la práctica de ejercicio físico es la fórmula perfecta para estar sanos. Una dieta variada debe incluir alimentos de todos los grupos y en cantidades suficientes para cubrir nuestras necesidades energéticas y nutritivas. Con esta guía aprenderemos lo que es una dieta sana y la importancia de hacer ejercicio físico.* (Victoria Galarza (CECU), 2008).

2. Marco conceptual

- **Consumidor final:** Un consumidor final es la persona que usa o utiliza un producto con el propósito de cubrir una necesidad específica. (Quiroa, Myriam)
- **Proceso tecnológico:** Es la secuencia de etapas u operaciones que se aplican a las materias primas y demás ingredientes para obtener un alimento. Esta definición incluye la operación de envasado y embalaje del producto terminado. (Ministerio de salud publica , 2019)
- **Despulpadora de frutas:** es una máquina que se encarga de la extracción de la pulpa de las frutas, vegetales y hortalizas. (HERNANDEZ, 2010)
- **Análisis de la oferta:** tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares. (Corvo, Helmut Sy, 2016)
- **Análisis de la demanda:** es un tipo de estudio de mercado específico cuyo foco está puesto en conocer los motivos por los que los consumidores demandan y adquieren un producto en particular, y encontrar los métodos que incentiven su demanda y consumo (headways media , 2016)
- **Alimento perecedero:** son aquellos que comienzan una descomposición de forma sencilla. Agentes como la temperatura, la humedad o la presión son determinantes para que el alimento comience su deterioro. Ejemplos de estos son: los derivados de los animales y los vegetales. (Jaén, 2017)
- **Materia prima:** Son las sustancias naturales o artificiales, elaboradas o no, empleadas por la industria de alimentos para su utilización directa, fraccionamiento o conversión en alimentos para consumo humano. (Ministerio de salud publica , 2019)

- **Producto:** el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue. (Thompson, 2005)
El desarrollo de un producto es solo una parte del desarrollo de una marca. El producto es la parte tangible del bien (Patricio Bonta, 2002)
- **Productos sustitutos:** El bien o producto sustitutivo (o sustituto) es aquel que puede satisfacer la misma necesidad que otro. De esta forma, a ojos del consumidor, el bien sustituto puede reemplazar la función de otro, sean o no similares en cuanto a sus características o precio. (Roldán, Bien sustitutivo)
- **Segmentación de mercados:** definen a la segmentación como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos que tienen necesidades o características comunes respecto del producto o servicio que nosotros intentamos comercializar. (kanuk, 2001)
- **Frutas:** Fruto comestible de ciertas plantas cultivadas; ej., la pera, la guinda, la fresa, etc. (Real academia española , 2001)
- **Contaminación:** La contaminación es la presencia de elementos o sustancias que son nocivas para la salud humana o para la vida en general. Puede afectar al agua, la tierra, el aire u otros componentes del medio en el que viven seres humanos u otros organismos. (Roldán)

Introducción directa o indirecta, mediante la actividad humana, de sustancias, vibraciones, calor o ruido en la atmósfera, el agua o el suelo que pueden tener efectos perjudiciales para la salud humana o la calidad del medioambiente, o que pueden causar daño a los bienes materiales o deteriorar o perjudicar el disfrute u otras utilidades legítimas del medioambiente. (diccionario panhispanico del español juridico)

- **Despulpado:** “Operación de extracción de la pulpa de algunas frutas”. (Gran Diccionario de la Lengua Española. Larousse editorial , 2016)
- **Control de calidad:** es el proceso donde se asegura la estandarización de la disponibilidad, fiabilidad, estabilidad y manufacturación de un producto o servicio. (Significados.com., 2017)
- **Embalaje: Objeto** manufacturado que protege, de manera unitaria o colectiva, bienes o mercancías para su distribución física a lo largo de la cadena logística: es decir durante las operaciones de manejo, carga, transporte, descarga, almacenamiento, estiba y posible exhibición. (Tarango, 2005)
- **Distribución:** es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. Para que la distribución sea exitosa, el producto debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y en el lugar indicado. Por ejemplo: la distribución de una bebida refrescante debe reforzarse durante el verano ya que aumenta su demanda. En dicha temporada, la bebida tiene que llegar a los centros turísticos y a los destinos de veraneo, entre otros lugares de concentración masiva de gente. (Julián Pérez Porto y María Merino. , 2010)
- **Condiciones socioeconómicas:** medida de situación social que incluye típicamente ingresos, educación y ocupación, está ligada a una amplia gama de repercusiones de la vida, que abarcan desde capacidad cognitiva y logros académicos hasta salud física y mental (Cayce J. Hook, 2013)
- **Comercialización:** La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. (ECONOMÍA, 2010)

- **Producción:** la producción es un proceso de transformación (gobernado por los hombres o en cuya realización tienen interés los hombres) en el que ciertas cosas (mercancías o servicios) se integran en un proceso durante el cual pierden su identidad y caduca su anterior forma de ser, mientras que otras cosas (también mercancías o bienes) nacen del proceso. Las primeras se llaman factores de producción, las segundas productos. (fish, 1963)

- **Proveedores:** Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias y bienes, artículos principalmente, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o que directamente se compran para su venta. (CIRCULANTE, 2016)

- **Pulpa:** la pulpa es un tejido de celular que tiene como objeto mejorar dispersión de la semilla y también juega un papel importante en la nutrición. (HERNANDEZ, 2010)

D. MÓDULO DE MERCADO

1. Producto

Pulpa de frutas FRUPER S.A.S

La pulpa de frutas es un producto de consumo perecedero, que a través de un proceso técnico y especializado se logra extraer de frutas frescas que en nuestro caso son en su mayoría de nuestra región. Además, es conservado herméticamente para prolongar su vida útil y una mayor consistencia del sabor en el tiempo.

1.1 Identificación y caracterización del producto

- Características técnicas del producto:

Tabla 1: ficha técnica producto

FICHA TÉCNICA	
Peso	250 gr, 500 gr 750 gr y 1000 gr
Sabores	Guayaba agria, chontaduro, tamarinda, guanábana, granadilla, guayaba dulce, tamarindo, piña, maracuyá, mango, mora, kiwi, tomate de árbol, uchuva.
Ingredientes	Frutas frescas 100% natural
Textura	Suave, pastosa.
Empaque	Bolsa de polietileno.
Vida útil	6 meses congelados a una temperatura de -18°C y 48 horas refrigeradas.
Tipo de conservación	Herméticamente, congelación y refrigeración.
Propiedades del producto	Aporta vitaminas esenciales, minerales, enzimas y carbohidratos como la fibra.

Fuente: elaboración propia

1.2 Uso del producto

Este producto es utilizado en la elaboración de jugos, cocteles, batidos, postres, helados y como acompañante de yogurt natural.

1.3 Beneficios

- Aporta vitaminas, minerales y fibra que contribuyen a la conservación de la salud de los consumidos. Por ejemplo, las pulpas ricas en fibra como la granadilla que ayuda a mejorar el tránsito intestinal.
- Las pulpas de frutas contienen gran cantidad de agua, por lo que al consumirlas aportan hidratación al cuerpo.
- Ahorro de tiempo debido a que no se tiene que pelar ni filtrar para su preparación.
- Pueden disfrutar de sus frutas preferidas en cualquier día del año, sin importar la temporada.

1.4. Productos sustitutos

Dentro de los productos marcados como sustitutos de la pulpa de fruta tenemos: las Frutas frescas, las pulpas de frutas con conservantes y azúcares adicionados, los néctares, los jugos artificiales, frutas que son sometidas a un proceso de deshidratación y refrescos en polvo.

2. Consumidor final.

Un consumidor final es aquella persona que utiliza un producto en su última instancia para cubrir una necesidad y en su momento lo adquirió por algún método de negociación, según (KOTLER, 2016) “El consumidor es una persona que satisface una de sus necesidades utilizando hasta su término y destruyendo un producto o un bien”

2.1 Segmentación

Tabla 2: segmentación

Segmentación	
Producto: Pulpa de fruta	
Variables para segmentar	
Geográfica	País: Colombia Departamento: Córdoba Ciudad o municipio: Sahagún Densidad poblacional: casco urbano
Demográfica	Población: Hogares Clase: si tiene Ubicación: cabecera municipal de Sahagún
Psicográfica	Alimentación: saludable Beneficios: rápido de preparar, alto contenido de vitaminas, minerales y nutrientes.

Fuente: elaboración propia

3. Delimitación del área geográfica

El consumidor final de pulpas de frutas se encuentra la cabecera municipal del municipio de Sahagún en el departamento de Córdoba.

El municipio de Sahagún se encuentra ubicado al noroccidente del departamento de Córdoba a 72 km de montería la capital del departamento cuenta con una extensión total de 992 km². Limita con los municipios de Chinú (norte), pueblo nuevo (sur), la unión (este), Ciénaga de oro (oeste).

Según el DANE el municipio de Sahagún cuenta con una población estimada de 107.908 habitantes en su mayoría ubicados en la cabecera municipal del mismo, cuenta en su zona urbana con un total de 13.608 hogares habitados los cuales serán de importancia para la realización de este proyecto.

4. Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda se aplicó un cuestionario a una muestra de 374 hogares de la cabecera municipal de Sahagún-Córdoba, posteriormente, se procedió a analizar los resultados de cada una de las preguntas que conformaron el cuestionario.

4.1 Diseño muestral

El diseño muestral se refiere al conjunto de estrategias y procedimiento que tiene como objetivo la selección de una muestra de estudio de una población objetivo, cuyas características estadísticas permiten asegurar niveles establecidos de confianza y precisión determinada. El diseño muestral para el estudio de este proyecto se basa en la determinación de la población de estudio y la búsqueda del tamaño de la muestra que necesitaremos para con los datos obtenidos se realicen inferencias estadísticas. (DANE, 2008)

- **Población de estudio**

13.608 hogares ubicados en la cabecera municipal del municipio de Sahagún-Córdoba.

- **Tamaño de la muestra**

Para la obtención del tamaño de la muestra existen distintas fórmulas matemáticas que nos son de ayuda, para el caso donde se conoce el tamaño de la población de estudio, se usa la siguiente fórmula de determinación del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N-1) + Z^2 PQ} =$$

$$\frac{(1,96)^2(13.608)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(13.608-1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)} = 373,6394 = 374$$

La fórmula arroja un tamaño de muestra de 374, es decir, para el estudio estadístico que en el caso se hará a través de encuestas, se deben aplicar a 374 hogares de la cabecera municipal del municipio de Sahagún-Córdoba.

4.2 Validación del instrumento

Para determinar un grado de confiabilidad de la investigación de mercado referente a la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpas de frutas para tiendas y centros de abastos del municipio de Sahagún, se optó por la determinación del método de validación de juicio por parte de expertos en el tema o que tengan alguna relación estrecha con lo que se buscaba en el proyecto.

La validación se hizo a través de una matriz de verificación y evaluación para finalmente obtener la calificación positiva del instrumento que se pondría en función. (Ver anexo 2)

4.3 Cálculo de la demanda actual

Para poder determinar la demanda existente en el mercado se establecieron dos factores claves, el primero, es el consumo actual existente en el mercado, al igual que la posibilidad de comprar mayor cantidad de pulpas de frutas, puesto que existe facilidad de acceso a este.

Tabla 3: datos para el cálculo de la demanda

DATOS PARA EL CÁLCULO DE LA DEMANDA			
POBLACIÓN		13.608	
MUESTRA		374	
PREGUNTA	RESPUESTA	MUESTRA	POBLACION
SI CONSUMEN	91%	340	12.383
NO CONSUMEN	9%	34	1.225
TOTAL	100%	374	13.608

Fuente: elaboración propia

El 91% de los hogares de la cabecera del Municipio consumen pulpa de frutas y sólo el 9% no la consume. Con esta información, se procede a establecer la frecuencia y la cantidad en que los hogares consumen la pulpa de frutas, estos datos fueron obtenidos a través de un estudio de mercado realizado en la cabecera municipal del municipio de Sahagún – Córdoba.

Tabla 4: frecuencia de consumo

FRECUENCIA DE CONSUMO		
FRECUENCIA	HOGARES	PORCENTAJE
Diariamente	88	26%
Semanal	170	50%
Quincenal	44	13%
Mensual	38	11%
TOTAL	340	100%

Fuente: elaboración propia

Tabla 5: cantidad de consumo semanal

CANTIDAD DE CONSUMO SEMANAL		
Cantidad	Hogares	Porcentaje
1	65	19%
2	95	28%
3	92	27%
4	61	18%
7	27	8%
TOTAL	340	100%

Fuente: elaboración propia

Con estos datos se procede a extrapolarlos en referencia a la cantidad de hogares en total en la cabecera municipal de Sahagún-Córdoba, es decir se llevan los datos de la muestra a la población real.

Tabla 6: cálculo de la demanda

CÁLCULO DE LA DEMANDA						
Cantidad	Hogares	Porcentaje	Hogares (N)	Demanda Semanal	Demanda Mensual	Demanda Anual
1	65	19%	2.353	2.353	9.411	112.933
2	95	28%	3.467	6.934	27.738	332.855
3	92	27%	3.343	10.030	40.121	481.451
4	61	18%	2.229	8.916	35.663	427.956
7	27	8%	991	6.934	27.738	332.855
TOTAL	340	100%	12.383	35.168	140.671	1.688.051

Fuente: elaboración propia

Partiendo de los datos suministrados en la tabla de cálculo de la demanda, se observa que la demanda actual existente en la cabecera municipal de Sahagún-Córdoba es de 1.688.051 pulpas de frutas demandadas en el año aproximadamente.

4.4 Proyección de la demanda

Para la elaboración de los diferentes presupuestos y flujo del proyecto en el estudio financiero es necesario proyectar la demanda para tener en cuenta los posibles ingresos por concepto de venta, partiendo del crecimiento del mercado, por consiguiente, se proyecta la demanda tomando como referencia el porcentaje poblaciones el cual es de 1.02%.

$$\text{Fórmula } D_f = D_a (1+i)^n$$

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Tasa de crecimiento demográfico para Colombia (1,5%)

n = Número de años a proyectar

$$D_{f1} = 1.688.051 (1+0.0102)^1 = 1.705.269$$

$$D_{f2} = 1.688.051 (1+0.0102)^2 = 1.722.662$$

$$D_{f3} = 1.688.051 (1+0.0102)^3 = 1.740.234$$

$$D_{f4} = 1.688.051 (1+0.0102)^4 = 1.757.984$$

$$D_{f5} = 1.688.051 (1+0.0102)^5 = 1.775.915$$

Tabla 7: proyección de la demanda actual

PROYECCION DE LA DEMANDA ACTUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda Futura	1.705.269	1.722.662	1.740.234	1.757.984	1.775.915

Fuente: elaboración propia

5. Análisis de la oferta

Para el cálculo de la oferta se indagó sobre el promedio de ventas de los puntos más representativos en la cabecera municipal de Sahagún-Córdoba, donde se puede conseguir

pulpa de frutas de forma recurrente. Esto permitió obtener datos relevantes para la determinación de la oferta.

5.1 Cálculo de la oferta actual

Tabla 8: cálculo de la oferta actual

OFERTA EXISTENTE			
EMPRESAS	OFERTA DIARIA	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
CENTRO DE ABASTOS SAHAGÚN	84	2.520	30.240
VERDURERA EL PAISA	87	2.610	31.320
EXPENDIDO DE VERDURAS LA 15 LOCAL 182	117	3.510	42.120
FRUTAS Y VERDURAS LA BENDICIÓN LOCAL 140	50	1.500	18.000
FRUTAS Y VERDURAS EL MONO LOCAL 142	58	1.740	20.880
LEGUMBRES Y ABARROTOS DONDE EL PAÍSA Y DIANA	120	3.600	43.200
LEGUMBRES LA PROSPERIDAD LOCAL 141	80	2.400	28.800
OFERTA ACTUAL	596	17.880	214.560

Fuente: elaboración propia

La oferta actual para el mercado de la cabecera municipal de Sahagún-Córdoba en cuanto a la pulpa de frutas se define en 214.560 unidades de pulpas de frutas anuales. Cabe mencionar, que se indagó en los supermercados Olímpica y ARA que son empresas que también ofrecen pulpas de frutas a los hogares de este municipio, pero no se obtuvo información acerca de su volumen de ventas.

5.2 Proyección de la oferta

Para la elaboración de los diferentes presupuestos y flujos del proyecto en el estudio financiero se hace necesario proyectar la oferta para tener en cuenta la situación del mercado a futuro y las oportunidades que se presentan, por ello, se toma en cuenta el crecimiento del sector relacionado con las ventas de las pulpas de frutas que es aproximadamente 0,75%

$$\text{Fórmula } Of = Oa (1+i)^n$$

Donde:

O_f = Oferta Futura

O_a = Oferta Actual

1 = Constante

i = Índice crecimiento del sector de plásticos en Colombia (%)

n = año a proyectar

$$Of_1 = 214.560 (1+0.0075)^1 = 216.169$$

$$Of_2 = 214.560 (1+0.0075)^2 = 217.790$$

$$Of_3 = 214.560 (1+0.0075)^3 = 219.424$$

$$Of_4 = 214.560 (1+0.0075)^4 = 221.070$$

$$Of_5 = 214.560 (1+0.0075)^5 = 222.728$$

Tabla 9: proyección de la oferta actual

PROYECCION DE LA OFERTA ACTUAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Oferta futura	216.169	217.790	219.424	221.070	222.728

Fuente: elaboración propia

5.3 Determinación del tipo de demanda existente y proyectada

Con la información de la demanda y la oferta se puede calcular el tipo de demanda existente en el mercado o la demanda insatisfecha existente en el mercado. Para ello, se le resta la oferta a la demanda y el resultado de esta esta indica si la demanda existente está satisfecha o insatisfecha. Que a su vez sirve como referencia para indicar el porcentaje que se puede cubrir con nuestro producto.

Tabla 10: demanda insatisfecha

TIPO DE DEMANDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda	1.705.269	1.722.662	1.740.234	1.757.984	1.775.915
Oferta	216.169	217.790	219.424	221.070	222.728
Demanda Insatisfecha	1.489.100	1.504.872	1.520.810	1.536.914	1.553.187

Fuente: elaboración propia

6. Análisis de precios.

Tabla 11: análisis de precio

Empresa	250gr	500gr	750gr	1000gr
Centro de Abastos Sahagún	\$1.900	\$2.500	\$2.900	\$4.200
Verdurera el Paisa	\$1.900	\$2.600	\$2.900	\$4.100
Expendido de Verduras la 15 Local 182	\$2.000	\$2.600	\$2.900	\$4.100
Frutas y Verduras la Bendición Local 140	\$1.900	\$2.600	\$2.900	\$4.100
Frutas y Verduras el Mono Local 142	\$1.900	\$2.600	\$3.000	\$4.000
Legumbres y Abarrotes Donde el Paisa y Diana	\$1.900	\$2.500	\$2.900	\$4.100
Legumbres la Prosperidad Local 141	\$1.900	\$2.000	\$2.900	\$4.100

Fuente: elaboración propia

Para el análisis de los precios, investigamos a la competencia las cuales hacen parte los microempresarios que también se dedican a la comercialización de pulpa de frutas en el municipio de Sahagún – Córdoba. En la investigación pudimos concretar los diferentes precios a los cuales se vende este producto en las diferentes presentaciones, tal y como se muestra en la tabla.

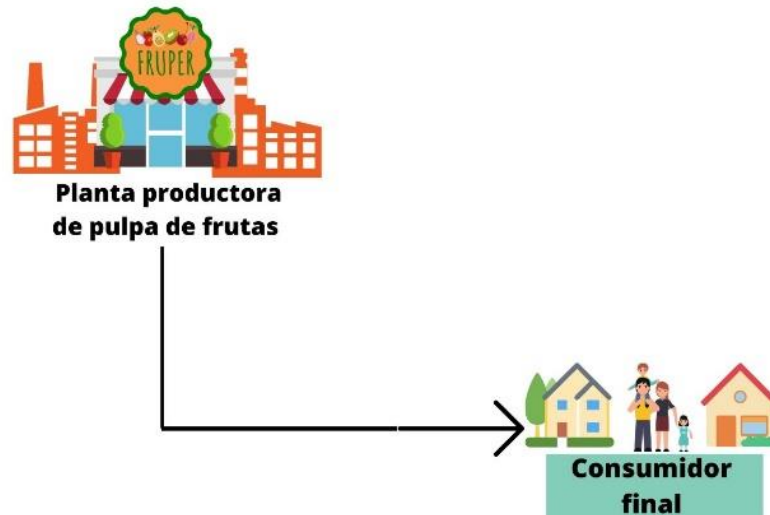
Importante mencionar que las pulpas que estas empresas comercializan, trae consigo desechos de las cascaras, no cuenta con estándares de calidad y lo más importante que evidenciamos es que en sus procesos no tienen en cuenta la higiene para producir el producto.

7. Canales de comercialización

En los canales de comercialización la empresa FRUPER S.A.S. lo realizará a través de dos canales que son:

- **Canal Directo:** Fabricante → Consumidor, donde la empresa vende directamente al consumidor final sin necesidad de intermediarios, en este caso la empresa FRUPER S.A.S. distribuye directamente a hogares de la cabecera municipal de Sahagún – Córdoba.

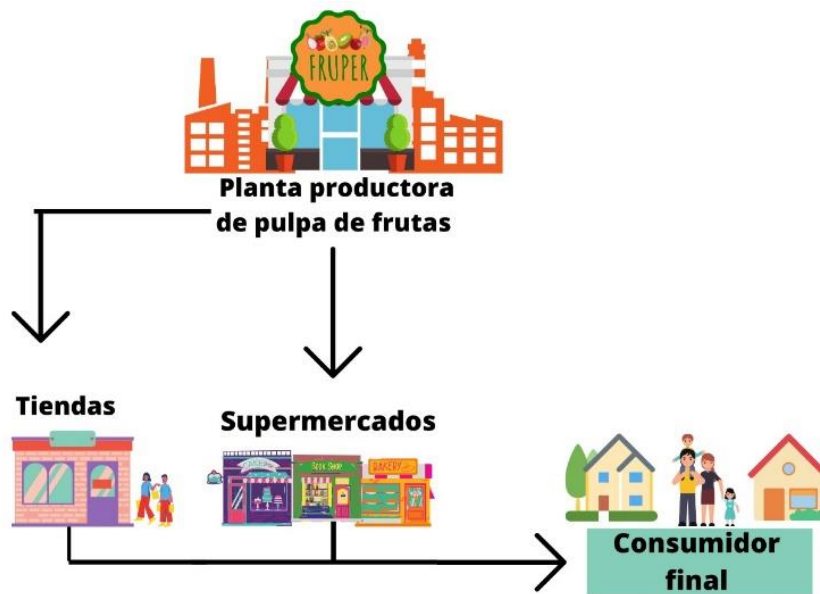
Ilustración 1: canal directo de distribución



Fuente: Elaboración Propia.

- **Canal Indirecto (Corto):** Fabricante → Minorista → Consumidor, existe un intermediario entre el productor y el consumidor final, en este caso la empresa FRUPER S.A.S. distribuye a centros de abastos y tiendas las cuales se encargan de llevar el producto a los hogares de la cabecera municipal de Sahagún – Córdoba.

Ilustración 2: canal indirecto (corto) distribución



Fuente: Elaboración Propia.

8. Imagen del producto

Ilustración 3: imagen corporativa del producto



Fuente: Elaboración Propia.

Se muestra la imagen corporativa de la empresa FRUPER S.A.S, donde se refleja en primera instancia las frutas como punto principal y a su vez su eslogan “lo natural del campo cerca de ti” el cual resalta la importancia del campo en nuestra sociedad, siendo la naturaleza el eje central, compareciendo a la empresa como una organización con un sentido social altamente comprometido, que ofrece un producto 100% natural y un producto que en gran parte es amigable con la naturaleza.

9. Estrategia de publicidad

9.1 Descripción de la estrategia

La estrategia de publicidad que utilizará “FRUPER S.A.S.” para la distribución de pulpas de frutas, será inicialmente a través de redes sociales reconocidas en el mercado digital, en este caso se creará una página en Facebook e Instagram, donde mostraremos nuestro producto con las diferentes características como: presentación, sabores, precios, además contará con una amplia información acerca de sus propiedades, consumo, recetas entre otras.

En un futuro se creará una página web donde mostraremos nuestra empresa, en forma general, como misión, visión, como surgió, entre otras cosas de interés.

Para definir esta estrategia de publicidad debemos tener en cuenta que la empresa FRUPER S.A.S, cuenta con una variada gama de sabores y presentaciones, donde debemos priorizar la inversión de los recursos, logrando que nuestro producto llegue al consumidor final y este sea aceptado, y así ir logrando el posicionamiento que hará que nuestra empresa sea reconocida no solo en el municipio de Sahagún, si no en un futuro en el departamento de Córdoba y toda Colombia.

9.2 Objetivos de la estrategia de publicidad

La estrategia de publicidad de FRUPERA S.A.S se basa en el cumplimiento de objetivos generales y específicos:

- **Objetivo General**

- Dar a conocer los beneficios de las pulpas de frutas producidas y comercializadas por la empresa “FRUPERS S.A.S” a los habitantes de la cabecera municipal del municipio de Sahagún – Córdoba.

- **Objetivos Específicos**

- Ofrecer productos naturales, de alta calidad y de fácil preparación.
- Impulsar el reconocimiento de la empresa a través de plataformas virtuales reconocidas en el medio.
- Impactar por primera vez a los nuevos clientes, fidelizarlos y atraer nuevos clientes a través de difusión de la reputación de la empresa.

E. MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

1. Tamaño del proyecto

Al analizar los resultados del estudio de mercado sobre la producción y comercialización de Pulpa de frutas en la cabecera municipal de Sahagún - Córdoba, nos indica que la demanda actual del mercado es superior a la oferta actual, lo que quiere decir que existe una demanda insatisfecha.

Tabla 12: tipo de demanda

TIPO DE DEMANDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda	1.705.269	1.722.662	1.740.234	1.757.984	1.775.915
Oferta	216.169	217.790	219.424	221.070	222.728
Demanda Insatisfecha	1.489.100	1.504.872	1.520.810	1.536.914	1.553.187

Fuente: Elaboración Propia.

Para establecer el tamaño del proyecto se tuvieron en cuenta las variables como: Mercado de consumo, tecnología, disponibilidad de insumos, recursos financieros y mano de obra. El tamaño del mercado del proyecto en el primer año en la producción de pulpa de frutas en diferentes presentaciones se da de la siguiente manera:

Tabla 13: tamaño del proyecto

TAMAÑO DEL PROYECTO					
GRAMOS PULPA DE FRUTA	PRODUCCIO (HORA)	HORAS DE TRABAJO	PRODUCCION SEMANAL	PRODUCCIO N MENSUAL	PRODUCCION ANUAL
250	125	3	2250	9000	108000
500	115	2	1380	5520	66240
750	80	2	960	3840	46080
1000	63	1	378	1512	18144
TOTAL					238.464

Fuente: Elaboración Propia.

Para la producción de pulpa de frutas se cuenta con una línea de producción conformada con una maquina despulpadora, dosificador pastoso y una selladora al vacío. Esta línea produce 383 pulpas por hora, de las cuales 125 son de 250gr, 115 son de 500gr, 80 son de 750gr y 63 son de 1.000 gr.

La empresa trabaja 8 horas diaria las cuales están distribuidas de acuerdo al volumen de demanda por presentación en donde para la producción de la pulpa de 250gr se requieren 3 horas, para la de 500gr se requieren 2 horas, para la de 750gr se requieren 2 horas y para la producción de 1.000gr se requiere 1 hora; Por lo que diariamente se estarían produciendo 828 pulpas de frutas, teniendo en cuenta se trabaja de lunes a sábado en el horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m. Semanalmente produciríamos 4.968 pulpas de fruta, de las cuales 2.250 son de 250gr, 1.380 son de 500gr, 960 son de 750gr y 378 son de 1.000gr. Por lo que mensualmente tendríamos 19.872 pulpas de frutas, de las cuales 9.000 son de 250gr, 5.520 son de 500gr, 3.840 son de 750gr y 1.512 son de 1.000gr.

Por lo que finalmente, el tamaño de producción para el primer año sería de 238.464 pulpas de fruta lo que representa el 16% de la demanda insatisfecha de la cabecera municipal del Sahagún – Córdoba.

- Mercado de consumo.

FRUPES S.A.S, contaría con un mercado propicio para la venta de las pulpas de frutas, esto frutas serían comercializadas en la cabecera municipal de Sahagún – Córdoba. Por lo

tanto, el producto está siendo comercializado en el municipio sin satisfacer a los consumidores, representando una oportunidad en el mercado para la empresa.

Materia Prima.

La mayoría de fruta necesaria para la producción se consigue dentro del municipio y lugares aledaños al municipio de Sahagún, se contará con un acuerdo entre la CENTRAL DE ABASTOS DEL MUNICIPIO DE SAHAGÚN y la empresa FRUPER S.A.S, con la compra de una cuota mínima fija, esto con la finalidad de asegurar el aprovisionamiento de materia prima durante todo el año, teniendo en cuenta que muchas se consiguen en temporadas específicas del año.

- Tecnología utilizada.

Para el proceso de producción se requerirá de una tecnología no avanzada, aunque moderna y sería la siguiente maquinaria: despulpadora, dosificador pastoso, selladora en vacío, set de cuchillos, canastillas separadoras, enfriadores y mesa de trabajo en acero inoxidable.

- Disponibilidad de insumos.

En el departamento de Córdoba, más exactamente en Montería existen los insumos necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de las pulpas de frutas.

- Personal con que contará la empresa.

En el Municipio de Sahagún existe mano de obra disponible y con los conocimientos técnicos para trabajar en la Empresa.

2. Localizacion

2.1 Microlocalizacion

Para la realización del estudio a nivel micro del proyecto se tuvieron en cuenta tres alternativas básicas (centro de la ciudad, norte de la ciudad y sur de la ciudad) y factores

relevantes como lo son: disponibilidad locativa, costo de arriendo, costo de servicios públicos, afluencia de clientes, rutas de acceso, seguridad, posibilidades de expansión, estacionamiento. Los resultados basados en grados de ponderaciones asignados son los siguientes, centro de la ciudad con un 52,1, norte de la ciudad con 72,1 y sur de la ciudad con 55,1.

Según los datos anteriores, la mejor alternativa la constituye el norte de la ciudad de Sahagún córdoba con un puntaje total de ponderación del 72.05, donde la disponibilidad locativa, las rutas de acceso, posibilidad de expansión, estacionamiento y costos de arriendo son los factores más determinantes para el estudio y selección del microlocalización del proyecto.

Tabla 14: alternativa de microlocalización

Factores relevantes	Peso asignado (0-1)	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad		Sur de la ciudad	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidad locativa	0,25	60	15	80	20	50	12,5
Costo de arriendo	0,1	60	6	70	7	60	6
costo de servicios públicos	0,1	30	3	60	6	70	7
Afluencia de clientes	0,1	80	8	70	7	40	4
Rutas de acceso	0,1	30	3	80	8	60	6
Seguridad	0,1	70	7	50	5	40	4
Posibilidades de expansión	0,15	40	6	80	12	70	10,5
Estacionamiento	0,1	41	4,1	71	7,1	51	5,1
TOTAL	1,00		52,1		72,1		55,1

Fuente: Elaboración Propia

2.2 Macrolocalización

En la realización del estudio para la macro localización del proyecto se tuvieron en cuenta la evaluación de factores relevantes como: Económicos, Culturales, Políticos y Sociales, en los Municipios de Sahagún, Ciénaga de Oro y Cereté.

Como se puede observar en la siguiente tabla, para macro localizar el plan de negocios, se tienen en cuenta estos tres municipios los cuales nos muestran los siguientes puntajes: Sahagún con 79,63, Ciénaga de Oro con 64 y Cereté con 71,5. Por lo tanto, la mejor alternativa para la empresa FRUPER S.A.S es la del municipio de Sahagún – Córdoba.

Tabla 15: alternativa de macrolocalización

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
	Esc.0-1	Sahagún		Ciénaga de Oro		Cereté	
		Calificación Esc.1 -100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
ECONOMICOS							
Estrato Socioeconómico	0,2	80	16	60	12	70	14
Vías de comunicación	0,15	70	10,5	50	7,5	80	12
Medios de comunicación.	0,075	80	6	60	4,5	40	3
Ubicación de proveedores	0,05	80	4	65	3,25	70	3,5
Dinamismo económico	0,1	90	9	50	5	70	7
Costo mano de obra	0,025	65	1,625	80	2	80	2
CULTURAL							
Hábitos de compra	0,15	90	13,5	85	12,75	80	12
POLITICOS							
Regulaciones específicas	0,05	50	2,5	40	2	60	3
SOCIAL							
Interés del Municipio	0,1	80	8	70	7	70	7
Actitud de la comunidad	0,1	85	8,5	80	8	80	8
TOTAL	1,00		79,63		64		71,5

Fuente: Elaboración Propia

3. Distribucion en planta

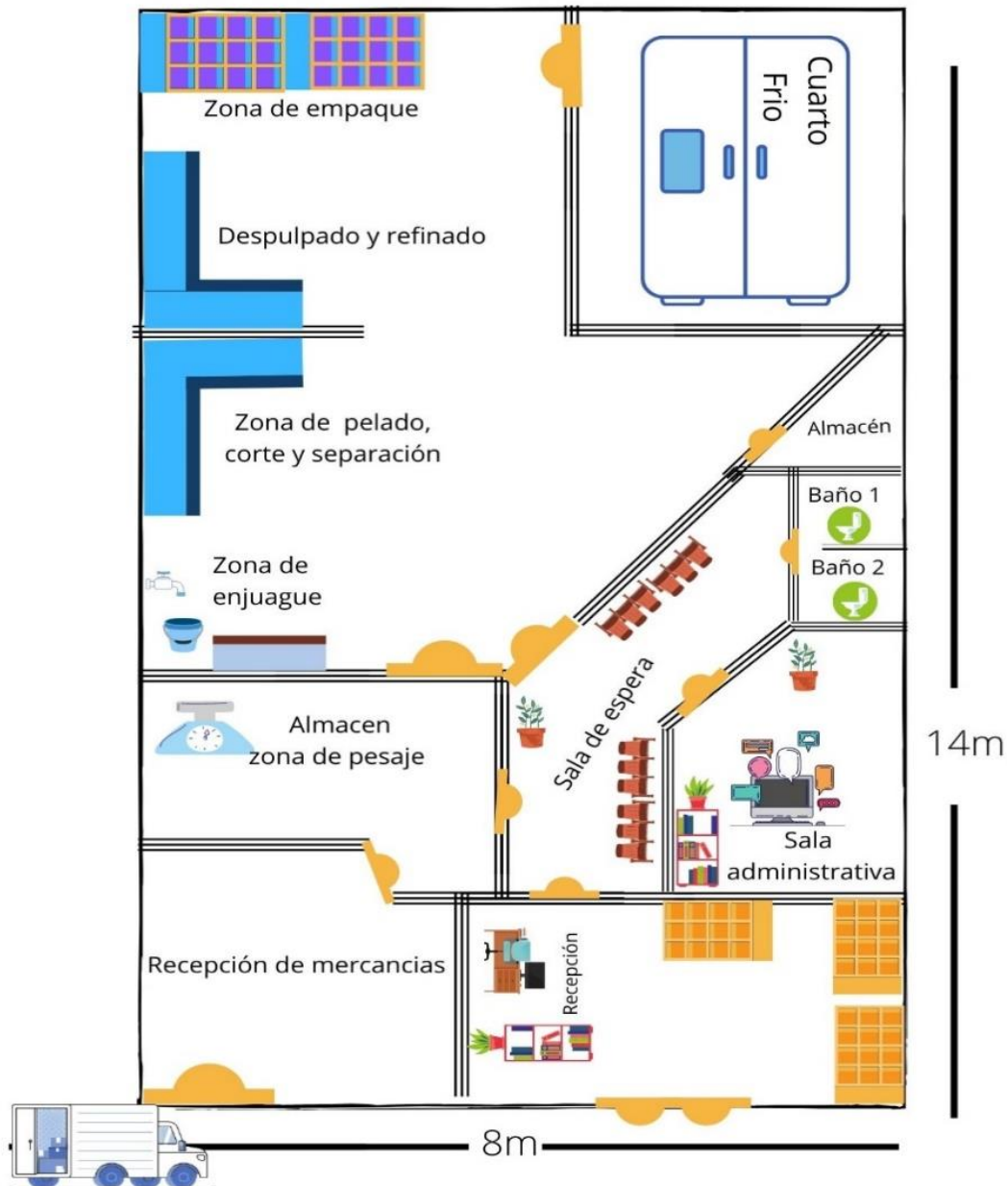
La planta de producción de la empresa FRUPER S.A.S tiene un área total de 112 m² los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

- Área de producción: comprende el 60% del área total de la planta física.
- Área administrativa: comprende un 20% del área total de la planta física.

- Otros servicios y punto de venta: comprende un 20% del ares total de la plnta física.

Ilustración 4: distribución de la planta

Distribución de la planta



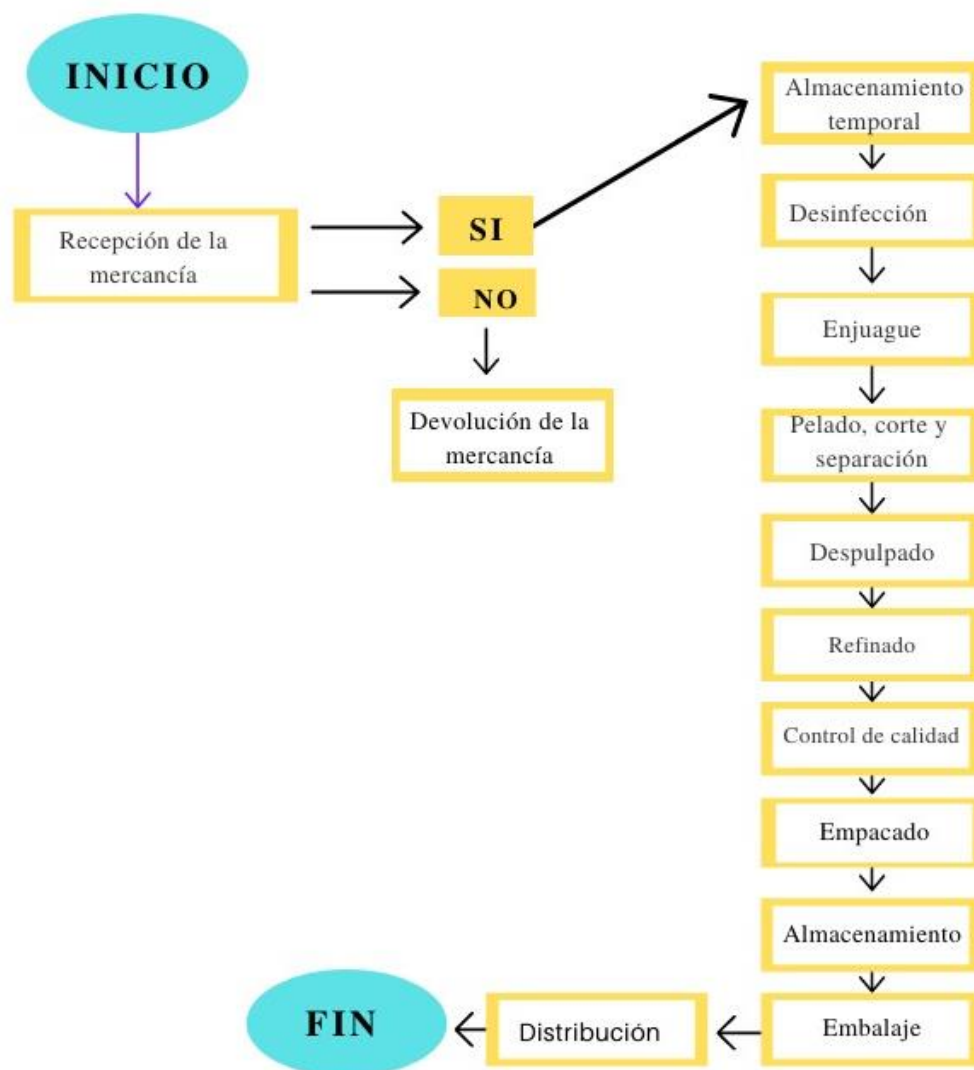
Fuente: Elaboración Propia

4. Proceso de producción

4.1 Esquema de proceso de producción

A continuación, se muestra el esquema del proceso operativo de producción desde el inicio del proceso hasta la finalización de la transformación de las pulpas de frutas.

Ilustración 5: esquema de proceso de producción



Fuente: Elaboración Propia

4.2 Descripción de procesos

- **Recepción De La Materia Prima:** Esta actividad se efectúa por medio de proveedores, los cuales facilitan la consecución de la materia prima. Las fechas de entrega de ella están estipuladas con cada uno de los proveedores. Cuando se recibe la mercancía se ejecuta un control de calidad el cual especifica el estado y cantidad de la materia prima recibida.
- **Almacenamiento Temporal:** la materia prima debe ser organizada en canastillas o bandejas a temperatura moderada y ser ubicada en lotes de producción.
- **Desinfección:** esta es la primera etapa del proceso de producción y/o transformación de la materia prima, el propósito de esta es eliminar al máximo la contaminación o microorganismos que puedan contener algunas frutas. En este proceso las frutas son sometidas a lavados intensos los cuales facilitan la remoción de residuos adheridos a ellas y de esta manera ejercer un buen proceso de selección de la misma.
- **Enjuague:** las frutas desinfectadas se le retiran los concentrados de desinfectantes mediante un lavado con agua limpia. Esto se realizará por aspersión con agua constante a las frutas con las que se esté trabajando.
- **Pelado corte o separación:** esta etapa consiste en preparar la fruta antes de pasar a la maquina despulpadora y así facilitar el proceso de despulpado, este proceso es necesario solo para algunas frutas, algunas contienen propiedades que pueden modificar su textura, color o sabor.
- **Despulpado:** el despulpado es la operación donde se logra la separación de la pulpa de los otros residuos que contiene la fruta. Posterior a esto la maquina despulpadora debe estar limpia. La máquina realizará su proceso donde por un orificio saldrá los residuos como la semilla y otros materiales no consumibles y la pasta por el otro costado.
- **Refinado:** este consiste en reducir el tamaño de la partícula, cuando la pasta de la pulpa ha sido separada de los residuos pasará a otra parte de la maquina donde se disminuirá la misma en partículas más pequeñas.
- **Control de calidad:** en esta etapa se verifica a través de un análisis que el producto que se ha terminado cumpla con las condiciones requeridas, en este caso las pulpas

deben contener buen color, sabor, olor y textura y que por siguiente pueda ser utilizada sin ningún inconveniente por cualquier persona

- **Empacado:** las pulpas serán empacadas en bolsas de polietileno en distintas presentaciones, cada una de estas tendrá etiquetas de sabor, cantidad y fechas de vencimiento, posteriormente se vierten varias unidades de producto (dependiendo el tamaño) en bolsas plásticas de alta densidad.
- **Almacenamiento:** luego de que el producto sea empacado o en su caso organizado se pasa a un cuarto frío donde tomara una temperatura inferior a los 5° con el fin de mantener el producto bajo condiciones herméticas favorables para su conservación. Son ubicadas por sabor y fechas de elaboración.
- **Embalaje:** el producto es entregado en canastillas y cajas de cartón dependiendo de la cantidad, se organizan de manera que sean visibles para que el consumidor puede diferenciar fácilmente el producto.
- **Distribución:** el proceso de distribución se realiza con el objetivo de cumplir con las órdenes de pedido que maneja la empresa FRUPER.S.A.S y de esta misma manera llegar a un mayor número de consumidores.

5. Naturaleza jurídica

Constitución Jurídica de la Empresa

La compañía que, por medio de este documento privado, se constituye es una “*sociedad por acciones simplificada*”, de naturaleza comercial, que se denominará FRUPER S.A.S,

Con la denominación FRUPER S.A.S, la sociedad se identificará en los actos y contratos que celebre para el cumplimiento de su objeto social, que requiera celebrar para ejercer los derechos derivados de su existencia. Con sede en el municipio de Sahagún departamento de Córdoba, República de Colombia.

Escogimos establecer este tipo de sociedad debido a que somos un grupo de personas naturales, con el fin de llevar a cabo nuestro emprendimiento, además, de otras ventajas como las siguientes: es una modalidad que tiene beneficios tributarios y que permite que el emprendedor simplifique sus trámites y comience con un bajo presupuesto. Esta sociedad se

regirá por las cláusulas contenidas en sus estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes. Las sociedades por acciones simplificadas no requieren revisor fiscal, su constitución puede hacerse por documento privado e inscribirse en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, el término de duración será indefinido, pero la Sociedad podrá ser, sin embargo, extraordinariamente disuelta, en virtud de acuerdo aprobado por la Asamblea de Accionistas, con sujeción a las normas de estos estatutos y de la Ley,

Por último, no tienen obligación de tener una junta directiva, conllevando a que las funciones de administración y representación legal le corresponden al representante legal, excepto si los estatutos lo indican y no necesita ir ante la Superintendencia de Sociedades para poder liquidar la empresa, también los accionistas responderán hasta el monto de sus aportes y no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad.

6. Misión

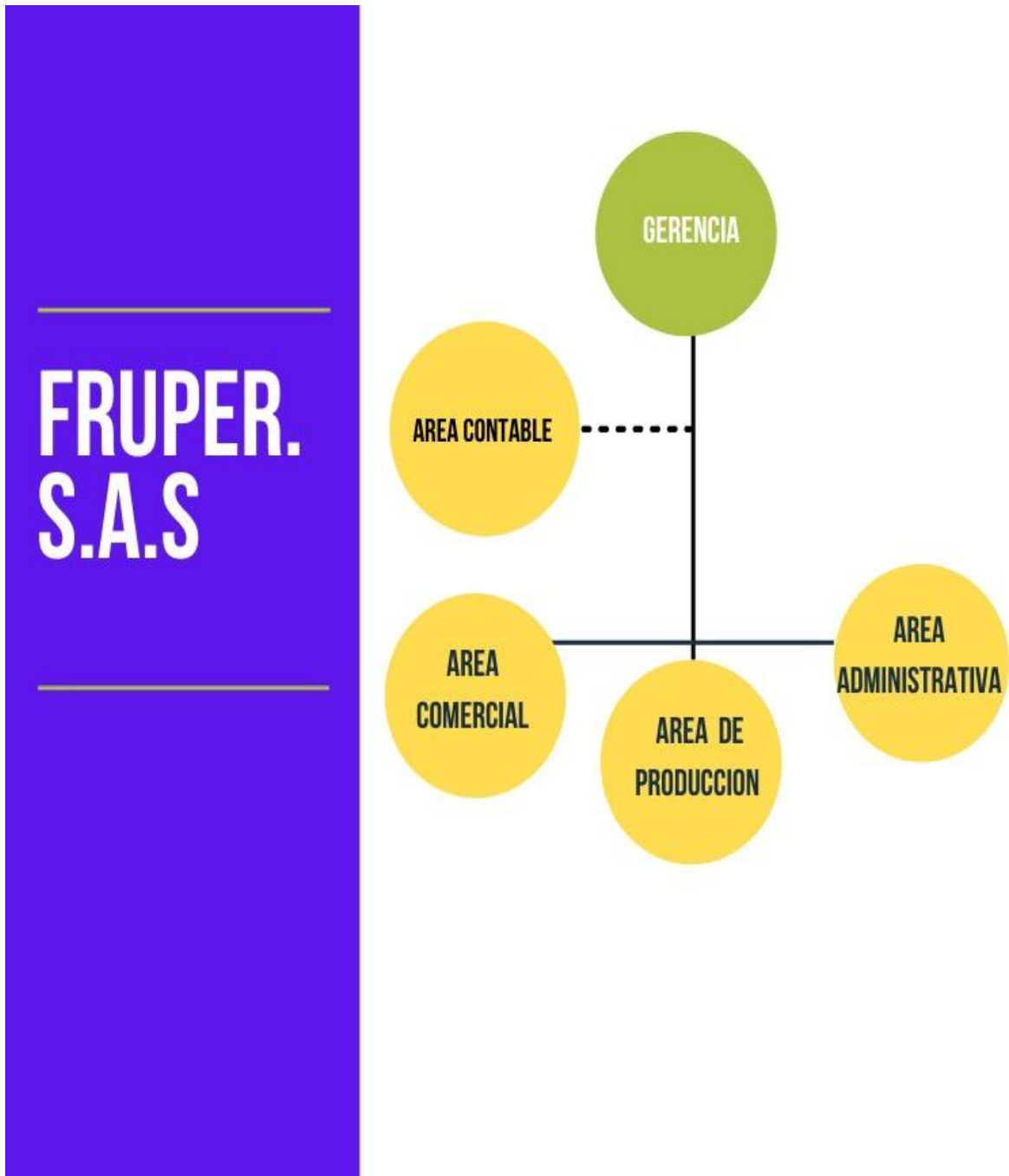
La empresa FRUPER S.A.S., busca mejorar las condiciones socioeconómicas de los productores de nuestra región, dando alternativas comerciales a toda la zona del municipio de Sahagún – Córdoba. Además, ofreciendo el procesamiento y la comercialización de un producto natural a base de frutas como lo es la pulpa de fruta. Con esto asegurar y mantener un mercado de clientes y proveedores fieles en el transcurso del tiempo, generando empleo y contribuir con el desarrollo de la región.

7. Visión

Ser reconocidos en el año 2025 como una empresa líder en la producción y comercialización de pulpas de frutas en el municipio de Sahagún, brindando productos de alta calidad y con bajo impacto ambiental. Comprometiéndonos con el desarrollo y fortalecimiento en la economía de la región. Implementando innovaciones y mejoramiento de todos los procesos, cumpliendo con principios y valores que aporten a la sociedad colombiana.

8. Organigrama

Ilustración 6: organigrama



Fuente: Elaboración Propia

9. Manual de funciones

Tabla 16: manual de funciones gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	GERENTE
Dependencia:	GERENCIA
Número de Cargos:	1
Reporta a:	JUNTA DE SOCIOS
Requisitos Mínimos	
Educación:	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Experiencia:	
OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrollar y definir los objetivos organizacionales. Planificar el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además, presenta los socios los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.</p>	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejercer la representación legal de la Empresa. ✓ Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero. ✓ Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control. ✓ Participar en reuniones con los socios, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general. ✓ Controlar y supervisar los reportes financieros, comparando resultados reales con los presupuestados. ✓ Controlar los costos y rentabilidad de la empresa. ✓ Administrar los presupuestos operacionales y las inversiones de la empresa de acuerdo con lo resuelto por los socios de la empresa ✓ Controlar el cumplimiento de los planes y programas de producción. ✓ Controlar que los índices y costos de producción. ✓ Controlar la producción de la empresa ✓ Diseñar y desarrollar estrategias tendientes a incrementar la rentabilidad y participación en el mercado nacional e internacional ✓ Definir las políticas de ventas y distribución. ✓ Efectuar el análisis y evaluación de los resultados de los planes de mercadeo y ventas de la empresa. ✓ Supervisar la rotación de los productos de la empresa. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17: manual de funciones jefe administrativo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	JEFE ADMINISTRATIVO
Dependencia:	ADMINISTRATIVA
Número de Cargos:	1
Reporta a:	GERENTE
Requisitos Mínimos	
Educación:	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO EN AREAS ADMINISTRATIVAS O A FINES
OBJETIVO PRINCIPAL	
Dirigir, coordinar y supervisar que todas las actividades de la empresa se cumplan para ello debe hacer un seguimiento y control de todas y cada una de las aéreas que pertenecen a la empresa.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none">✓ Asumir el control sobre el personal al servicio✓ Planificar, organizar, controlar y orientar las distintas áreas de trabajo✓ Supervisar la gestión del presupuesto de naturaleza económica✓ Entregar informes mensuales✓ Velar por el cumplimiento de las metas propuestas por la empresa.✓ Las demás tareas que se le soliciten referentes a su cargo.	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18: manual de funciones asistente administrativa

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	ASISTENTE ADMINISTRATIVO
Dependencia:	ADMINISTRATIVA
Número de Cargos:	1
Reporta a:	JEFE ADMINISTRATIVO
Requisitos Mínimos	
Educación:	TECNICO O TECNOLOGO EN CARRERAS ADMINISTRATIVAS Y SERVICIO AL CLIENTE
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO EN CARGOS RELACIONADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
Servir de apoyo y coordinación para que los servicios administrativos y ejecutivos se desarrollen adecuadamente y eficiente.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir, revisar, contestar, enviar y archivar la correspondencia y documentos de la empresa ✓ Llevar la agenda del gerente jefe administrativo y anunciar las personas que lo soliciten ✓ Contestar las líneas telefónicas. ✓ Coordinar el mantenimiento de las instalaciones de la empresa. ✓ Atención a proveedores y clientes que visiten las instalaciones de la empresa. ✓ Ayudar a llevar un orden de los archivos y documentos de la empresa ✓ Las demás tareas que se le asignen referentes a su cargo. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19: manual de funciones servicios generales

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	SERVICIOS GENERALES
Dependencia:	ADMINISTRATIVA
Número de Cargos:	1
Reporta a:	JEFE ADMINISTRATIVO
Requisitos Mínimos	
Educación:	BACHILLER ACADEMICO
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO EN CARGOS RELACIONADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
Realizar las labores de aseo, limpieza y cafetería, para brindar comodidad a los funcionarios en los sitios de trabajo del área a la cual está prestando los servicios.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asear las oficinas y áreas asignadas, antes del ingreso de los funcionarios y velar que se mantengan aseadas. ✓ Mantener los baños y lavamanos en perfectas condiciones de aseo y limpieza y con la dotación necesaria. ✓ Clasificar la basura empacando desechos orgánicos, papeles y materiales sólidos en bolsas separadas. ✓ Mantener limpios los muebles, enseres, ventanas, vidrios, cortinas, paredes y todo elemento accesorio de las áreas de las oficinas y todas las áreas. ✓ Prestar el servicio de cafetería a los funcionarios en sus oficinas y atender las reuniones que se lleven a cabo en las oficinas de su área de trabajo. ✓ Las demás tareas que se le asignen referentes a su cargo. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20: manual de funciones jefe de producción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	JEFE DE PRODUCCION
Dependencia:	PRODUCCION
Número de Cargos:	1
Reporta a:	GERENTE
Requisitos Mínimos	
Educación:	PROFESIONAL
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO EN CARGOS RELACIONADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
Identificar, preparar, diseñar, orientar y controlar procedimientos en la producción de la empresa y cumplir con las metas propuestas.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar la producción diaria del producto para la confirmación de pedidos y ventas. ✓ Supervisar todo el proceso de producción y comercialización de frutas y reporta al administrador cualquier problema o necesidad que surja. ✓ Supervisar a diario la calidad del producto que este saliendo al momento. ✓ Vigilar la higiene de toda el área, así como el contar con el equipo y las herramientas necesarias para el trabajo. ✓ Vigilar que el personal del área de producción realice eficazmente sus labores y despache adecuadamente el producto. ✓ Formular y desarrollar los métodos más adecuados para la elaboración del producto. ✓ Hacer informes sobre los avances del proceso de producción. ✓ Coordinar la mano de obra, los materiales, herramientas y las instalaciones para mejorar en lo mejor posible la producción. ✓ Las demás tareas que se le asignen referentes a su cargo. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21: manual de funciones auxiliar de producción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	AUXILIAR DE PRODUCCIÓN
Dependencia:	PRODUCCIÓN
Número de Cargos:	2
Reporta a:	JEFE DE PRODUCCIÓN
Requisitos Mínimos	
Educación:	TÉCNICO O TECNÓLOGO EN MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS.
Experiencia:	MÍNIMA 1 AÑO EN CARGOS RELACIONADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
Ayudar en la elaboración de pulpas de frutas que comercializa.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepcionar y verificar las frutas suministradas por los proveedores. ✓ Velar por el pesaje al recibir la fruta, durante el proceso de producción y al finalizar el proceso de producción. ✓ Seleccionar de frutas de acorde a las características previamente establecida. ✓ Enjuague y desinfección de las frutas. ✓ Pelar y despulpar las frutas. ✓ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (jefe de producción) ✓ Cumplir con el horario asignado. ✓ Manejo de equipos, maquinarias y herramientas de trabajo. ✓ Responder por los implementos de trabajo asignados. ✓ Poner a disposición el producto terminado para ser empacado. ✓ Llevar al día los registros para el control de la producción. 	

Tabla 22: manual de funciones jefe comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	JEFE COMERCIAL
Dependencia:	COMERCIAL
Número de Cargos:	1
Reporta a:	GERENTE
Requisitos Mínimos	
Educación:	PROFESIONAL
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO EN CARGOS RELACIONADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
Planificar, dirigir y controlar con eficiencia, seriedad y alto rendimiento el plan operativo de comercialización a fin de promover nuestro producto.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Captar la atención, y despertar el interés del cliente. ✓ Lograr los objetivos cumplir con los compromisos contraídos con los clientes. ✓ Mantener una buena imagen tanto al interior de la empresa como en el mercado ✓ Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes. ✓ Promover las ventas en toda la región. ✓ Tener un control de las necesidades del consumidor ✓ Establecer contacto con los distribuidores para satisfacer la demanda del mercado. ✓ Distribuir el producto en el momento necesario. ✓ Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto. ✓ Verifica la existencia del producto para la confirmación de pedidos. ✓ Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de los mismos. ✓ Supervisar la atención a los clientes para que estos queden satisfechos con el servicio otorgado. ✓ Supervisar las rutas de ventas en toda la región. ✓ Realizar estudios de mercado sobre nuevas maneras de ofrecer el producto y las necesidades de los consumidores ✓ Promover el producto en el mercado con constantes campañas publicitarias. ✓ Crear topo tipo de promociones para inducir al consumidor a comprar nuestros productos. ✓ Las demás tareas que se le asignen referentes a su cargo. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23: manual de funciones agente comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	AGENTE COMERCIAL
Dependencia:	COMERCIAL
Número de Cargos:	1
Reporta a:	JEFE COMERCIAL
Requisitos Mínimos	
Educación:	TECNICO O TECNOLOGO
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO EN CARGOS RELACIONADOS
OBJETIVO PRINCIPAL	
Comercializar los productos ofrecidos por la empresa	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con el horario asignado. ✓ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato ✓ Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. ✓ Llevar al día los registros requeridos para el control de las ventas. ✓ Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa. ✓ Las demás tareas que se le asignen referentes a su cargo. 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24: manual de funciones conductor

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	CONDUCTOR
Dependencia:	COMERCIAL
Número de Cargos:	1
Reporta a:	JEFE COMERCIAL
Requisitos Mínimos	
Educación:	BACHILLER
Experiencia:	MINIMA 1 AÑO, LICNECIA C2, MENOR DE 45 AÑOS Y DOCUMENTACIÓN AL DÍA Y SIMIT SIN MULTAS.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Transportar la mercancía a de la empresa.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar que la documentación del vehículo esté al día (seguro, tecno mecánica, licencia). ✓ Reportar a tiempo la fecha del mantenimiento del vehículo. ✓ Conservar el vehículo en óptimas condiciones. ✓ Cumplir con las rutas de comercialización establecidas. ✓ Cumplir con la entrega de la mercancía en el tiempo establecido. ✓ Cumplir con el horario asignado. ✓ Utilizar el vehículo solo para las tareas asignadas por la empresa. ✓ Reportar de manera oportuna cualquier anomalía que se presente durante el traslado de la mercancía. ✓ Verificar que la mercancía a transportar coincida con la factura en el cargue y descargue. ✓ Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato. ✓ Cumplir con las demás funciones que le asigne el jefe inmediato con referente al tema. 	

Fuente: Elaboración Propia

F. MODULO DEL IMPACTO SOCIAL, ECONOMICO Y AMBIENTAL

1. Impacto social

Uno de los elementos de análisis más importante hoy en día es el factor social y cultural del punto donde se cree implementar un negocio. El ámbito social influye directamente en el comportamiento actual de una fuerza de trabajo, lo que de igual manera influye en la fuerza de consumo.

teniendo en cuenta que la alimentación saludable es una característica que hoy día vive su punto más elevado debido al creciente interés de las personas en llevar una práctica alimenticia más saludable, natural o simplemente más sana, que a un futuro no perjudique su salud. Se tiene en cuenta que somos sabaneros de cultura y de costumbres, especialmente en los alimentos que diariamente solemos consumir.

Es por todo lo anterior que la empresa FRUPER S.A.S brindara todas esas características resaltadas anteriormente y a su vez tendrá el siguiente impacto en el municipio:

- Desarrollo tecnológico en la producción de pulpa de fruta.
- Competitividad en el área de las pulpas frutas.
- Generación de empleo.
- Sentido de pertenencia por la ciudad.
- Crecimiento económico

2. Impacto económico

Con la creación de la empresa FRUPER S.A.S dedicada a la producción de pulpas de frutas para tiendas y centros de abastos del municipio de Sahagún Córdoba se espera crear un impacto económico a todas aquellas personas que directa o indirectamente se encuentren relacionada con el proceso de producción o de comercialización de la misma.

Se espera que a futuro la empresa se vea como una oportunidad para que todas las personas creen una iniciativa que permita aumentar su calidad de vida, y desde la perspectiva de visión

municipal que todas las personas se vean representadas con los logros y crecimiento económico que esta brinde a Sahagún y al departamento de Córdoba

Otro impacto económico que se espera es crear una iniciativa de emprendimiento para todas aquellas familias que quieran iniciar su propio negocio de la mano con FRUPER S.A.S que de una u otra manera se vuelvan socios y sientan como suyos este proyecto a través de una cadena de comercialización.

Por último y dentro de lo que cabe con nuestra cadena de suministro, apoyar a nuestros campesinos en la compra de esas frutas que ellos puedan producir en lo que amerita. Además de un acompañamiento para que esa producción sea de calidad para ofrecer un mejor producto.

3. Impacto ambiental

FRUPER S.A.S es una empresa que se encuentra fuertemente comprometida con el medio ambiente y es una responsable por naturaleza de las responsabilidades legales vigentes en pro de la protección del medio ambiente.

Entre algunos de los aspectos generales de las actividades de protección del medio ambiente que se destacan en los procesos de producción y comercialización de la empresa FRUPER S.A.S encontramos:

- cuidado, manejo y uso eficiente para el racionamiento de agua.
- Manejo y control de los residuos.
- Ahorro de energía.
- Control de las emisiones energéticas causadas por la maquinaria.

En pocas palabras, la empresa se enfocara en que sus procesos productivos sean lo más responsable posible con la protección y cuidado del medio ambiente.

G. MODULO FINANCIERO

1. Inversiones

Tabla 25: inversión en obra física o remodelación

1. INVERSION EN OBRA FISICA O REMODELACION				
DETALLE DE INVERSION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL /AÑOS
COMPRA DE LOCAL	1	\$40.000.000	\$40.000.000	10
ADECUACION DE LOCAL	1	\$2.400.000	\$ 2.400.000	10
TOTAL			\$ 42.400.000	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26: inversión de maquinaria y equipo

INVERSION DE MAQUINARIA Y EQUIPO				
DETALLE DE INVERSION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL /AÑOS
despulpadora de frutas	1	\$ 7.640.000	\$ 7.640.000	10
sellador de vacío	2	\$ 560.000	\$ 1.120.000	10
enfriadores 280 litros	3	\$ 680.000	\$ 2.040.000	10
mesa de trabajo acero inoxidable	4	\$ 350.000	\$ 1.400.000	10
canastillas de separación	24	\$ 10.000	\$ 240.000	5
baldes de 20 litros	12	\$ 15.000	\$ 180.000	5
set cuchillo x20 und	2	\$ 120.000	\$ 240.000	5
maquina etiquetadora	1	\$ 600.000	\$ 600.000	5
utensilios varios	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	5
motocarra	1	\$ 7.600.000	\$ 7.600.000	10
estantes industriales	4	\$ 345.000	\$ 1.380.000	5
TOTAL			\$ 25.440.000	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27: inversión en muebles y enseres

INVERSION DE MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE DE INVERSION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL /AÑOS
escritorio	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000	5
aire acondicionado fulltech 1200	3	\$ 980.000	\$ 2.940.000	10
sillas varias	12	\$ 45.000	\$ 540.000	5
kit utensilios de oficina	5	\$ 80.000	\$ 400.000	5
teléfonos celulares	5	\$ 240.000	\$ 1.200.000	5
computador	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000	5
ventiladores de pie fulltech	2	\$ 87.000	\$ 174.000	5
papeleras	3	\$ 25.000	\$ 75.000	5
TOTAL			\$ 10.179.000	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28: gastos pre operativos

GASTOS PREOPERATIVOS	
DETALLE DE INVERSION	COSTO TOTAL
licencia invima	\$ 2.680.000
montaje y puesta en marcha	\$ 2.300.000
estudio del proyecto	\$ 3.500.000
TOTAL	\$ 8.480.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29: costo de mano de obra

COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA				
CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA				
AUXILIA DE PRODUCCION	\$2.941.971	\$35.303.652	\$18.121.365	\$53.425.016,6
MANO DE OBRA INDIRECTA				
JEFE DE PRODUCCION	\$980.657	\$11.767.884	\$6.040.455	\$17.808.338,9
TOTAL				\$ 71.233.355

Fuente: Elaboración Propia

2. Costos operacionales

Tabla 30: costos de materia prima

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
tomate de árbol	kg	\$ 20000	\$ 1.200	\$24.000.000
maracuyá	kg	15000	\$ 1.500	\$22.500.000
piña	kg	15000	\$ 1.800	\$27.000.000
lulo	kg	7000	\$ 1.800	\$12.600.000
uchuva	kg	8000	\$ 1.100	\$8.800.000
tamarindo sin concha	kg	10000	\$ 2.500	\$25.000.000
mora	kg	15000	\$ 1.000	\$15.000.000
guanábana	kg	8000	\$ 1.800	\$14.400.000
bolsa plástica	unidad	\$260.000	\$20	\$5.200.000
TOTAL				\$154.500.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31: costo de servicio primer año de operación

COSTO DE SERVICIO PRIMER AÑO DE OPERACIÓN				
ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
AGUA	M3	12	\$ 80.000	\$ 960.000
ENERGIA	KW	12	\$ 700.000	\$ 8.400.000
SERVICIO TRIPLE PLAY	MENSUALIDAD	12	\$ 175.000	\$ 2.100.000
TOTAL				\$ 11.460.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 32: gastos por depreciación

GASTOS POR DEPRECIACION								
ARCHIVO DE PRODUCCION	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL
despulpadora de frutas	10	\$ 7.640.000	\$ 764.000	\$ 764.000,00	\$ 764.000	\$ 764.000	\$ 764.000,00	\$ 3.820.000,00
sellador de vacío	10	\$ 1.120.000	\$ 112.000	\$ 112.000	\$ 112.000	\$ 112.000	\$ 112.000	\$ 560.000,00
enfriadores 280 litros	10	\$ 2.040.000	\$ 204.000	\$ 204.000	\$ 204.000	\$ 204.000	\$ 204.000	\$ 1.020.000,00
mesa de trabajo acero inoxidable	10	\$ 1.400.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 700.000,00
motocarra	10	\$ 7.600.000	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 3.800.000,00
aire acondicionado fulltech 12000	10	\$ 2.940.000	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 1.470.000,00
baldes de 20 litros	5	\$ 180.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ -
set cuchillo x20 und	5	\$ 240.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ -
maquina etiquetadora	5	\$ 600.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ -
utensilios varios	5	\$ 3.000.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ -
estantes industriales	5	\$ 1.380.000	\$ 276.000	\$ 276.000	\$ 276.000	\$ 276.000	\$ 276.000	\$ -
canastillas de separación	5	\$ 240.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ -
escritorio	5	\$ 750.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ -
sillas varias	5	\$ 540.000	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ -
kit utensilios de oficina	5	\$ 240.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ 48.000	\$ -
teléfonos celulares	5	\$ 960.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ -
computador	5	\$ 3.600.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ -
ventiladores de pie fulltech	5	\$ 174.000	\$ 34.800	\$ 34.800	\$ 34.800	\$ 34.800	\$ 34.800	\$ -
papeleras	5	\$ 75.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ -
TOTAL		\$ 34.719.000	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 11.370.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33: gastos de personal administrativo

GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVOS				
CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
gerente general	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 6.775.560	\$ 19.975.560
jefe administrativo	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 6.775.560	\$ 19.975.560
auxiliar administrativo	\$ 980.657	\$ 11.767.884	\$ 6.040.455	\$ 17.808.339
jefe comercial	\$ 980.657	\$ 11.767.884	\$ 6.040.455	\$ 17.808.339
agente comercial	\$ 980.657	\$ 11.767.884	\$ 6.040.455	\$ 17.808.339
conductor	\$ 980.657	\$ 11.767.884	\$ 6.040.455	\$ 17.808.339
servicios generales	\$ 980.657	\$ 11.767.884	\$ 6.040.455	\$ 17.808.339
TOTAL				\$ 128.992.814

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 34: otros gastos administrativos

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PAPELERIA	\$ 60.000	\$ 720.000
CAFETERIA	\$ 40.000	\$ 480.000
INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 900.000	\$ 10.800.000
ARRIENDO DE BODEGA	\$ 450.000	\$ 5.400.000
ARTICULOS DE ASEO	\$ 50.000	\$ 600.000
TOTAL		\$ 18.000.000

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 35: gastos de venta

GASTOS DE VENTA		
ITEM	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
COMERCIALIZACION	\$ 350.000	\$ 4.200.000
PUBLICIDAD Y MARKETING	\$ 180.000	\$ 2.160.000
TOTAL		\$ 2.160.000

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 36: gastos por depreciación

GASTOS POR DEPRECIACION							
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO DE AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	VALOR AMORTIZACION ANUAL				
			1	2	3	4	5
Gastos pre operativos	5	\$ 8.480.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000
TOTA A AMORTIZAR			\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000

Fuente: *Elaboración Propia*

Tabla 37: distribución de costos y gastos

DISTRIBUCION DE COSTOS Y GASTOS													
DETALLE	COSTO	PULPA DE FRUTA 250G			PULPA DE FRUTA 500G			PULPA DE FRUTA 750G			PULPA DE FRUTA 1000G		
		TASA	COSTOS F	COSTOS V	TASA	COSTOS F	COSTOS V	TASA	COSTOS F	COSTOS V	TASA	COSTOS F	COSTOS V
COSTOS DE PRODUCCION													
M de obra DIRECTA	\$53.425.017	38%		\$20.034.381	25%		\$13.356.254	25%		\$13.356.254	12%		\$6.411.002
M de obra indirecta	\$17.808.339	38%	\$6.767.169		25%	\$4.452.085		25%	\$4.452.085		12%	\$2.137.001	
compra de materia prima	\$154.500.000	45%		\$69.525.000	28%		\$43.260.000	19%		\$29.355.000	8%		\$12.360.000
servicios	\$11.460.000	38%		\$4.354.800	25%		\$2.865.000	25%		\$2.865.000	12%		\$1.375.200
depreciación	\$4.669.800	25%	\$1.167.450		25%	\$1.167.450		25%	\$1.167.450		25%	\$1.167.450	\$1.167.450
SUBTOTAL	\$241.863.155		\$7.934.619	\$93.914.181		\$5.619.535	\$59.481.254		\$5.619.535	\$45.576.254		\$3.304.451	\$14.902.650
GASTOS DE ADMINISTRACION													
nómina y prestaciones	\$128.992.814	25%	\$32.248.204		25%	\$32.248.204		25%	\$32.248.204		25%	\$32.248.204	
otros gastos administrativos	\$18.000.000	25%	\$4.500.000		25%	\$4.500.000		25%	\$4.500.000		25%	\$4.500.000	
amortización gastos diferidos	\$ 1.696.000	25%	\$424.000		25%	\$424.000		25%	\$424.000		25%	\$424.000	
SUBTOTAL	\$148.688.814		\$37.172.204			\$37.172.204			\$37.172.204			\$37.172.204	
GASTOS DE VENTA													
Comercialización	\$ 4.200.000	25%	\$1.050.000		25%	\$1.050.000		25%	\$1.050.000		25%	\$1.050.000	
publicidad y marketing	\$2.160.000	25%	\$540.000		25%	\$540.000		25%	\$540.000		25%	\$540.000	
SUBTOTAL	\$6.360.000		\$1.590.000			\$1.590.000			\$1.590.000			\$1.590.000	
TOTAL	\$396.911.970		\$46.696.822	\$93.914.181		\$44.381.738	\$59.481.254		\$44.381.738	\$45.576.254		\$42.066.654	\$14.902.650

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38: programa de inversión fija del proyecto

PROGRAMA DE INVERSION FIJA DEL PROYECTO							
DETALLE	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES							
inversión en obra física y remodelación	\$						42.400.000
maquinaria y equipo	\$						25.440.000
muebles y enseres	\$						10.179.000
SUBTOTAL	\$						78.019.000
ACTIVOS DIFERIDOS							
gastos pre operativos	\$						8.480.000
SUBTOTAL	\$						8.480.000
TOTAL INVERSION FIJA	\$						86.499.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39: cálculo del capital de trabajo

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO	
costo de operación anual	
costo de producción	\$ 237.193.355
gastos de administración	\$ 146.992.814
gastos de ventas	\$ 6.360.000
TOTAL	\$ 390.546.170

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40: inversión de capital de trabajo

INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO					
	AÑOS				
DETALLE	0	1	2	3	4
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 32.545.514,14	\$ 1.236.730	\$ 1.283.725	\$ 1.332.507	\$ 1.383.142

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41: programa de inversión

PROGRAMA DE INVERSION						
	AÑOS					
DETALLE	0	1	2	3	4	5
inversión fija	\$ 86.499.000					
capital de trabajo	\$ 32.545.514,14	\$ 1.236.730	\$ 1.283.725	\$ 1.332.507	\$ 1.383.142	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42: valor residual de activos

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS						
DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
activos de producción						\$ 11.370.000
SUBTOTAL ACTIVOS DE PRODUCCION						\$ 11.370.000
valor residual capital de trabajo						\$ 37.781.617
TOTAL VALOR RESIDUAL						\$ 49.151.617

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: flujo neto de inversiones

FLUJO NETO DE INVERSIONES						
DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
inversión fija	\$86.499.000					
capital de trabajo	\$32.545.514	\$1.236.730	\$1.283.725	\$1.332.507	\$1.383.142	
valor residual						\$49.151.617
TOTAL INVERSIONES	\$119.044.514	\$1.236.729	\$1.283.725	\$1.332.506	\$1.383.141	\$49.151.617

Fuente: Elaboración Propia

3. Precio de venta y punto de equilibrio

- Pulpa de fruta 250g
Precio unitario de venta= \$1.733

Costo unitario: \$1.300

Punto de equilibrio: 54.057

- Pulpa de fruta 500g
Precio unitario de venta= \$2.090
Costo unitario: \$1.568
Punto de equilibrio: 66.241
- Pulpa de fruta 750g
Precio unitario de venta= \$2.600
Costo unitario: \$1.952
Punto de equilibrio: 27.549
- Pulpa de fruta 1000g
Precio unitario de venta= \$4.185
Costo unitario: \$3.139
Punto de equilibrio: 12.504

4. Proyecciones financieras

Tabla 44: presupuesto de ingreso

PRESUPUESTO DE INGRESO					
	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
ingresos por venta pulpa furta 250g	\$ 165.564.000	\$ 171.855.432	\$ 178.385.938	\$ 185.164.604	\$ 192.200.859
ingresos por venta pulpa furta 500g	\$ 125.193.600	\$ 129.950.957	\$ 134.889.093	\$ 140.014.879	\$ 145.335.444
ingresos por venta pulpa furta 750g	\$ 110.592.000	\$ 114.794.496	\$ 119.156.687	\$ 123.684.641	\$ 128.384.657
ingresos por venta pulpa furta 1000g	\$ 72.303.840	\$ 75.051.386	\$ 77.903.339	\$ 80.863.665	\$ 83.936.485
TOTAL INGRESOS	\$ 473.653.441	\$ 491.652.273	\$ 510.335.060	\$ 529.727.793	\$ 549.857.450

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 45: presupuesto de costo de producción

PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCION					
INFLACION DEL 3,8%	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS					
M de obra DIRECTA	\$ 53.425.017	\$ 55.455.167	\$ 57.562.464	\$ 59.749.837	\$ 62.020.331
compra de materia prima	\$ 154.500.000	\$ 160.371.000	\$ 166.465.098	\$ 172.790.772	\$ 179.356.821
depreciación	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800
SUBTOTAL COSTO DIRECTO	\$ 212.594.817	\$ 220.495.967	\$ 228.697.362	\$ 237.210.409	\$ 246.046.952
GASTOS GENERALES DE FABRICACION					
M de obra indirecta	\$ 17.808.339	\$ 18.485.056	\$ 19.187.488	\$ 19.916.612	\$ 20.673.444
servicios	\$ 11.460.000	\$ 11.895.480	\$ 12.347.508	\$ 12.816.714	\$ 13.303.749
SUBTOTAL GENERALES DE FABRICACION	\$ 29.268.339	\$ 30.380.536	\$ 31.534.996	\$ 32.733.326	\$ 33.977.192
TOTAL	\$ 241.863.155	\$ 250.876.503	\$ 260.232.358	\$ 269.943.735	\$ 280.024.144

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46: presupuesto de gastos administrativos

PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS					
INFLACION DEL 3,8%	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
nómina y prestaciones	\$ 128.992.814	\$ 133.894.541	\$ 138.982.534	\$ 144.263.870	\$ 149.745.897
otros gastos administrativos	\$ 18.000.000	\$ 18.684.000	\$ 19.393.992	\$ 20.130.964	\$ 20.895.940
amortización gastos diferidos	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000
TOTAL	\$ 148.688.814	\$ 154.274.541	\$ 160.072.526	\$ 166.090.834	\$ 172.337.837

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 47: presupuesto gasto de ventas

PRESUPUESTO GASTOS DE VENTAS					
INFLACION DEL 3,8%	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
Comercialización	\$ 4.200.000	\$ 4.359.600	\$ 4.525.265	\$ 4.697.225	\$ 4.875.719
publicidad y marketing	\$ 2.160.000	\$ 2.242.080	\$ 2.327.279	\$ 2.415.716	\$ 2.507.513
TOTAL	\$ 6.360.000	\$ 6.601.680	\$ 6.852.544	\$ 7.112.941	\$ 7.383.232

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 48: presupuesto costos operacionales

PRESUPUESTO COSTOS OPERACIONALES					
INFLACION DEL 3,8%	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
costo de producción	\$ 241.863.155	\$ 250.876.503	\$ 260.232.358	\$ 269.943.735	\$ 280.024.144
gastos administrativos	\$ 148.688.814	\$ 154.274.541	\$ 160.072.526	\$ 166.090.834	\$ 172.337.837
gastos de ventas	\$ 6.360.000	\$ 6.601.680	\$ 6.852.544	\$ 7.112.941	\$ 7.383.232
TOTAL	\$ 396.911.970	\$ 411.752.724	\$ 427.157.427	\$ 443.147.509	\$ 459.745.214

Fuente: Elaboración Propia

5. Flujo del proyecto

Tabla 49: flujo neto de operaciones

FLUJO NETO DE OPERACIONES					
	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
ingresos operacionales	\$ 473.653.441	\$ 491.652.273	\$ 510.335.060	\$ 529.727.793	\$ 549.857.450
egresos operacionales	\$ 396.911.970	\$ 411.752.724	\$ 427.157.427	\$ 443.147.509	\$ 459.745.214
utilidad operacional	\$ 76.741.471	\$ 79.899.549	\$ 83.177.633	\$ 86.580.284	\$ 90.112.236
impuestos 33%	\$ 25.324.686	\$ 26.366.851	\$ 27.448.619	\$ 28.571.494	\$ 29.737.038
UTILIDAD NETA	\$ 51.416.786	\$ 53.532.698	\$ 55.729.014	\$ 58.008.790	\$ 60.375.198
mas depreciación	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800	\$ 4.669.800
mas amortización	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000	\$ 1.696.000
FLUJO NETO DE OPERACIONES	\$ 57.782.586	\$ 59.898.498	\$ 62.094.814	\$ 64.374.590	\$ 66.740.998

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50: flujo neto del proyecto

FLUJO NETO DEL PROYECTO						
	AÑOS					
DETALLE	0	1	2	3	4	5
flujo neto de inversión	\$ 119.044.514	\$ 1.236.729	\$ 1.283.725	\$ 1.332.506	\$ 1.383.141	\$ 49.151.617
flujo neto de operación		\$ 57.782.586	\$ 59.898.498	\$ 62.094.814	\$ 64.374.590	\$ 66.740.998
FLUJO NETO DEL PROYECTO	-\$ 119.044.514	\$ 56.545.856	\$ 58.614.773	\$ 60.762.307	\$ 62.991.449	\$ 115.892.615

Fuente: Elaboración Propia

6. Evaluación financiera

Después de haber realizado el estudio financiero correspondiente al proyecto de creación de empresa dedicada a la producción y comercialización de pulpa de fruta para tiendas y centros de abastos del municipio de Sahagún, se obtuvieron los siguientes resultados de evaluación financiera, teniendo en cuenta que se manejó una tasa de oportunidad del 23%

- **VPN: \$67.009.740**
- **TIR: 45%**
- **RELACION BENEFICIO/COSTO: 2,98**

H. CONCLUSIONES

En referencia a todas las investigaciones realizadas y a su vez los resultados de los estudios, se puede decir que se cumplieron con todos los objetivos que fueron planteados a un principio en el anteproyecto presentado con nombre “creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta para tiendas y centros de abastos de sahadun-cordoba”

Iniciativas de creación de empresas son sumamente necesarios para la economía de cualquier punto donde se intervenga, ya que promueve el crecimiento empresarial y a su vez el desarrollo económico. Se puede decir que esto convierte a cualquier municipio en un atractivo de inversionistas a futuro.

Según el estudio realizado se pudo determinar una demanda insatisfecha que supera el millón de unidades posible a producir, además se identificó las mejores alternativas de micro y macro localización que ayudara a tener un punto sumamente estratégico.

Por otra parte se establecieron los lineamientos técnicos y organizacionales más factibles para resolver todas las necesidades que se presenten día a día en la empresa, como también una línea de proceso productivo más eficiente y eficaz.

En el estudio financiero realizado se determinó una factibilidad el proyecto de forma positiva, que para los accionistas (en este caso familiar) se muestra atractivo para la puesta en marcha lo más pronto posible.

I. RECOMENDACIONES

Después de todo el estudio y las conclusiones obtenidas a través de todas las actividades realizadas, se recomienda dar un inicio oportuno al proyecto titulado “creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta para tiendas y centros de abastos del municipio de Sahagún”, esta recomendación básicamente nace de los resultados del estudio financiero realizado, mostrando un resultado sólido, positivo, proyectado y real en lo que cabe del cuestionamiento.

Otra de las recomendaciones es que una vez transcurrido el primer año desde la creación de la empresa, se pretenda aumentar la capacidad de producción y comercialización de la pulpa, ya que se visiono el proyecto cubriendo solo un 16% de la demanda insatisfecha del producto, por lo que existe la posibilidad de crecer en el corto plazo y mediano plazo.

J. Bibliografía

- diccionario panhispanico del español juridico . (s.f.). contaminacion.
- Gran Diccionario de la Lengua Española. Larousse editorial . (2016).
<https://es.thefreedictionary.com/despulpado>. Obtenido de
<https://es.thefreedictionary.com/despulpado>.
- ALCALDIA, SAHAGUN. (2020). *SECTOR: DESARROLLO RURAL*. Obtenido de <http://www.sahagun-cordoba.gov.co/NuestraAlcaldia/SiteAssets/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20TERRITORIAL%202020-2023.pdf>
- ALCALDIA-SAHAGUN. (2020). *PLAN DE DESARROLLO TERRITORIAL*. Obtenido de
<http://www.sahagun-cordoba.gov.co/NuestraAlcaldia/SiteAssets/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20TERRITORIAL%202020-2023.pdf>
- Cayce J. Hook, B. G. (2013). La condición socioeconómica y el desarrollo de las funciones ejecutivas. *enciclopedia sobre el desarrollo de la primera infancia* . .
- CIRCULANTE. (2016). ¿Qué es un proveedor? *FINANZAS CORPORATIVAS*.
- Corvo, Helmut Sy. (2016). Análisis de la Oferta: En Qué Consiste y Cómo Se Hace. *Lifeder.com*.
- DANE. (08 de JULIO de 2008). *DOCUMENTO DANE*. BOGOTA. Obtenido de METODOLOGIA DISEÑO MUESTRAL.
- Dr.Roberto, D. P. (s.f.). *Tecnología, Ambiente y Sociedad*. Obtenido de
<http://www.exa.unicen.edu.ar/catedras/tecnoambiente/CAP03.pdf>
- ECONOMÍA, S. D. (2010). comercializacion . *economia.gob.mx*, <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion#:~:text=La%20comercializaci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto,%20conozcan%20y%20lo%20consuman>.
- frish, R. (1963). La leyes tecnicas y economicas de la produccion. En R. frish, *La leyes tecnicas y economicas de la produccion*. barcelona, sagitario .
- headways media . (2016). analisis de la demanda .
- HERNANDEZ, S. (2010). *blog informativo*. Obtenido de <http://despulfruc-tpa.blogspot.com/>
- Jaén. (22 de marzo de 2017). *Buzón O.A.E*. Obtenido de Buzón O.A.E.:
http://www.aytojaen.es/portal/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fdes_d1_v1.jsp&contenido=31467&tipo=6&nivel=1400&layout=p_20_contenedor1.jsp&codResi=1&language=es&codMenu=206&codMenuPN=4&codMenuSN=100&codMenuTN=197#:~:text=Ayuntamiento%20de%20Ja%C3%A9n&text=
- Julián Pérez Porto y María Merino. . (2010). *definicion .de* . Obtenido de definicion .de :
<https://definicion.de/distribucion/>
- kanuk, L. G. (2001).

KOTLER, P. (25 de 01 de 2016). *SLIDESHARE*. Obtenido de Consumidor, cliente, comprador y usuario.: <https://es.slideshare.net/mariablanca0407/consumidor-cliente-comprador-y-usuario-mapa-mixto>

Ministerio de salud publica . (2019). Decreto 3075 de 1997.

Patricio Bonta, M. F. (2002). 199 preguntas sobre marketing y publicidad . *gerencia* .

Quiroa, Myriam. (s.f.). Consumidor final. *conomipedia*,
<https://economipedia.com/definiciones/consumidor-final.html>.

Real academia española . (2001).

Roldán, P. N. (s.f.).

Roldán, P. N. (s.f.). Bien sustitutivo. *conomipedia* .

Significados.com. (21 de febrero de 2017). *Significados.com*. Obtenido de
<https://www.significados.com/control-de-calidad/>

Tarango, J. A. (mayo de 2005). CUÁNDO USAR LAS PALABRAS ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE. *El Empaque + Conversión* .

Thompson, I. (Diciembre de 2005). Definición de Producto. *Conozca a profundidad cuál es la definición de producto...*

K. ANEXOS

1. Análisis de resultado de la investigación de mercado

El objetivo principal de la encuestas fue conocer el comportamiento de las personas ante el producto principal que son las pulpas de frutas naturales. Los datos obtenidos fueron fundamentales para determinar el uso de este producto y a partir de allí elaborar estrategias que permitieran mejorar las condiciones para que el producto sea consumido en una mayor proporción.

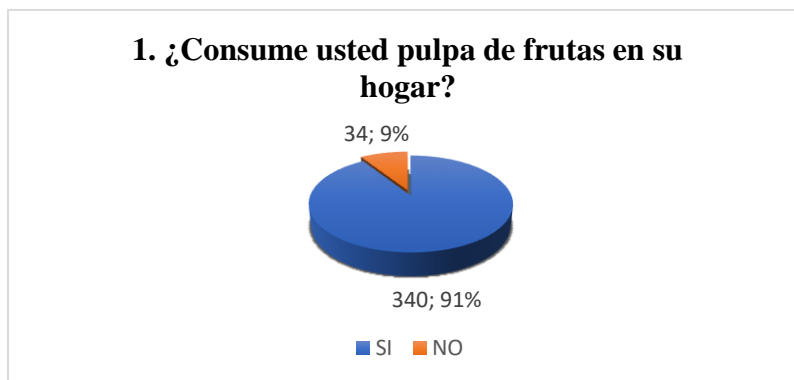
Para este análisis tuvimos en cuenta el diseño y aplicación de la encuesta virtual a 374 hogares del municipio de Sahagún, y obteniendo las respuestas de forma inmediata a través de una aplicación. Se obtuvieron los siguientes resultados para lograr un análisis cuantitativo y cualitativo, así:

1. ¿Consume usted pulpa de frutas en su hogar?

Tabla 1. ¿Consume usted pulpa de frutas en su hogar?

1. ¿Consume usted pulpa de frutas en su hogar?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	340	91%
NO	34	9%
TOTAL	374	100%

Fuente: Elaboración Propia

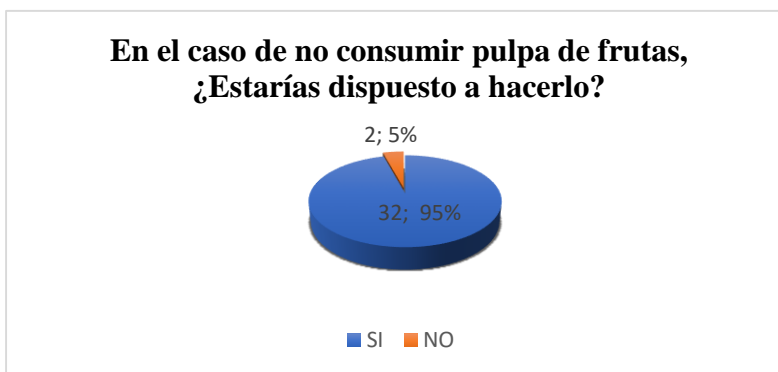


La primera pregunta nos ayudó a obtener un indicador general sobre el consumo de las pulpas de frutas en los hogares de la cabecera municipal de Sahagún. El 91% de los hogares de la cabecera municipal de Sahagún consumen pulpa de frutas, solo un 9% manifiesta no consumir pulpa de frutas. Quienes respondieron de forma negativa, dieron respuesta a la siguiente pregunta.

En el caso de no consumir pulpa de frutas, ¿Estarías dispuesto a hacerlo?

Tabla 2. En el caso de no consumir pulpa de frutas, ¿Estarías dispuesto a hacerlo?

En el caso de no consumir pulpa de frutas, ¿Estarías dispuesto a hacerlo?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	32	95%
NO	2	5%
TOTAL	34	100%



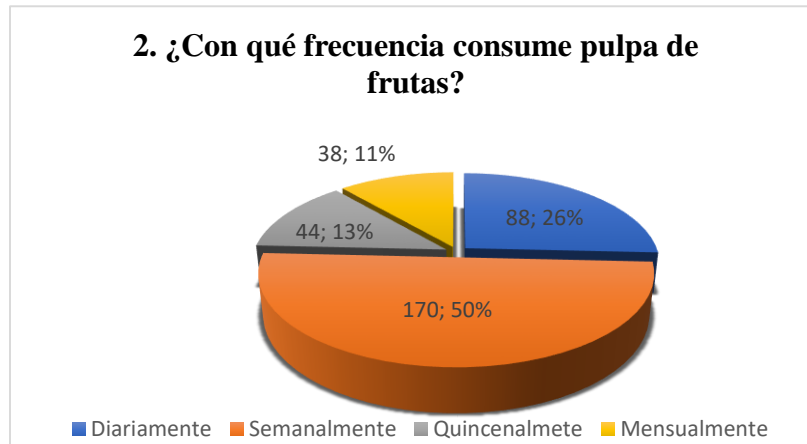
De los hogares de la cabecera municipal de Sahagún que manifestaron no consumir pulpa de frutas, el 95% de ellos está dispuesto a consumirlas, mientras que solo el 5% no están dispuestas a hacerlo.

2. ¿Con qué frecuencia consume pulpa de frutas?

Tabla 3. ¿Con qué frecuencia consume pulpa de frutas?

2. ¿Con qué frecuencia consume pulpa de frutas?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Diariamente	88	26%
Semanalmente	170	50%

Quincenalmente	44	13%
Mensualmente	38	11%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		



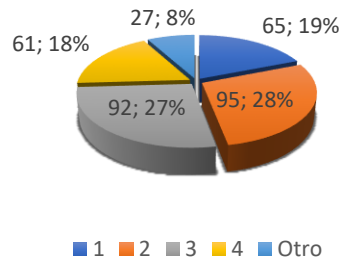
En lo que respecta a la frecuencia de consumo de pulpa de frutas en los hogares de la cabecera municipal de Sahagún, se observa que el 50% de la población semanalmente está consumiendo este producto. Un 26% lo consume diariamente y en menor medida están los hogares donde se consume quincenalmente con un 13% y mensualmente un 11%.

3. ¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente?

Tabla 4. ¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente?

3. ¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
1	65	19%
2	95	28%
3	92	27%
4	61	18%
Otro	27	8%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		

3. ¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente?



Según los datos que arroja la encuesta sobre la cantidad de pulpas de fruta que se consumen semanalmente en los hogares de la cabecera municipal de Sahagún, se observa que en la mayoría de hogares se consume 2 pulpa de frutas semanalmente, lo que representa el 28%; seguido del consumo de 3 pulpas de frutas semanalmente con un 27%, en el 19% de los hogares se consume 1 pulpa de fruta semanalmente. El 8% restante de hogares clasificados como “otro” manifiesta que consumen más de 4 pulpas de frutas semanalmente.

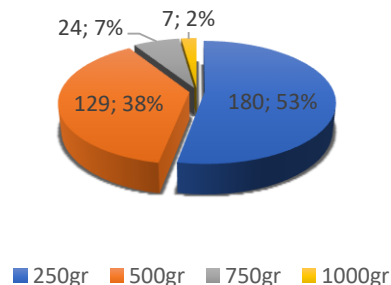
4. ¿En qué presentación la prefiere?

Tabla 5. ¿En qué presentación la prefiere?

4. ¿En qué presentación la prefiere?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
250gr	180	53%
500gr	129	38%
750gr	24	7%
1000gr	7	2%
TOTAL	340	100%

Fuente: Elaboración Propia

4. ¿En qué presentación la prefiere?



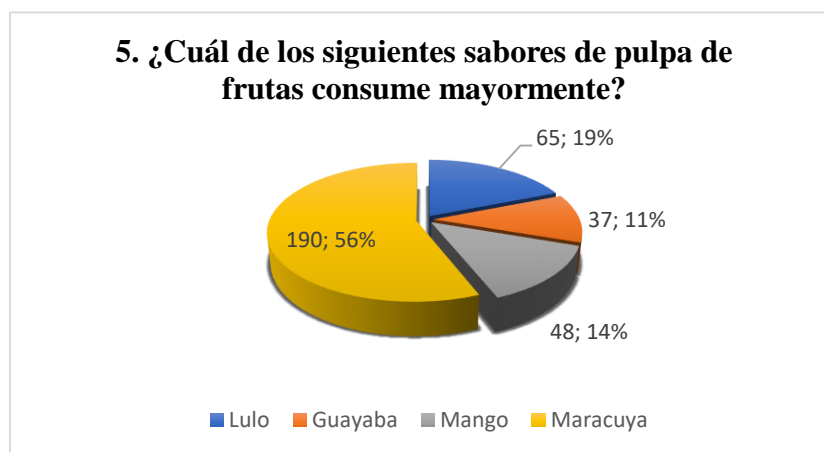
De acuerdo con lo manifestado por la población objeto la presentación con más demanda es la de 250gr representando un 53%, luego en una segunda escala tenemos con un 38% la presentación de 500gr, seguida de la presentación de 750 gr con un 7% y por último solo un 2% prefiere presentación de 100gr.

5. ¿Cuál de los siguientes sabores de pulpa de frutas consume mayormente?

Tabla 6. ¿Cuál de los siguientes sabores de pulpa de frutas consume mayormente?

5. ¿Cuál de los siguientes sabores de pulpa de frutas consume mayormente?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Lulo	65	19%
Guayaba	37	11%
Mango	48	14%
Maracuyá	190	56%
TOTAL	340	100%

Fuente: Elaboración Propia



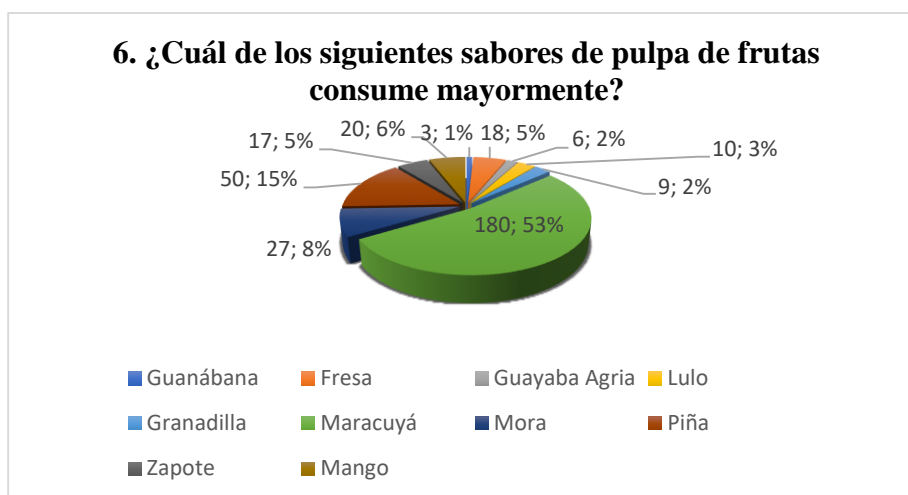
Se evidencia que la mayoría de los hogares de la cabecera municipal de Sahagún encuestados consumen mayormente la pulpa de fruta de maracuyá representando al 56%; el 19% de la población encuestada consume pulpa de fruta de lulo, seguida del 14% que consumen pulpa de mango y finalmente con un 11% se encuentran los hogares que consumen pulpa de frutas sabor mango.

6. ¿Cuál es su sabor de pulpas de frutas favorito?

Tabla 7. ¿Cuál es su sabor de pulpas de fruta favorito?

6. ¿Cuál es su sabor de pulpas de frutas favorito?		
RESPUESTA	NÚMERO	PORCENTAJE
Guanábana	3	1%
Fresa	18	5%
Guayaba Agria	6	2%
Lulo	10	3%
Granadilla	9	3%
Maracuyá	180	53%
Mora	27	8%
Piña	50	15%
Zapote	17	5%
Mango	20	6%
TOTAL	340	100%

Fuente: Elaboración Propia

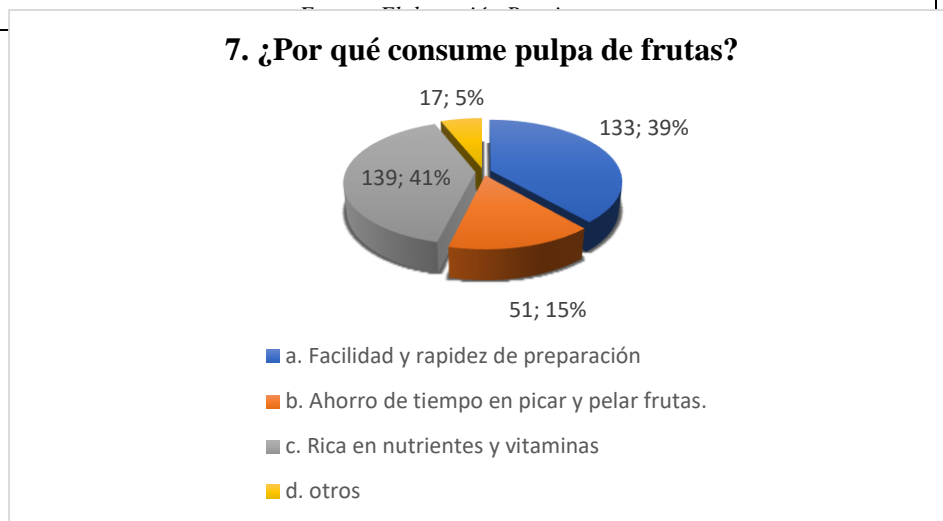


La población encuestada manifiesta que los sabores de pulpa de frutas que consumen mayormente son maracuyá con un 53%, seguida por la piña con un 15%, la mora con el 8%, mango con un 6% y el 19% restante se encuentra distribuido en los sabores: zapote, fresa, guayaba agria, guanábana y granadilla.

7. ¿Por qué consume pulpa de frutas?

Tabla 8. ¿Por qué consume pulpa de frutas?

7. ¿Por qué consume pulpa de frutas?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
a. Facilidad y rapidez de preparación	133	39%
b. Ahorro de tiempo en picar y pelar frutas.	51	15%
c. Rica en nutrientes y vitaminas	139	41%
d. otros	17	5%
TOTAL	340	100%



En cuanto a los motivos por los cuales en los hogares de la cabecera municipal de Sahagún consume pulpa de frutas, la mayoría lo hace porque es rica en nutrientes y vitaminas, representando el 41% de la población objeto; el 39% la consume por la facilidad y rapidez de preparación, el 15% la consume porque se ahorra tiempo en tener que picar y pelar las frutas. Finalmente, el 5% de los encuestados manifiesta consumir pulpa de frutas por otros motivos entre los que se encuentra que es saludable, la conservación y por el precio.

8. ¿Considera usted que una pulpa de fruta conserva propiedades como aroma, color y sabor?

Tabla 9. ¿Considera usted que una pulpa de fruta conserva propiedades como aroma, color y sabor?

8. Considera usted que una pulpa de fruta conserva propiedades como aroma, color y sabor		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE

Si	323	95%
No	17	5%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		



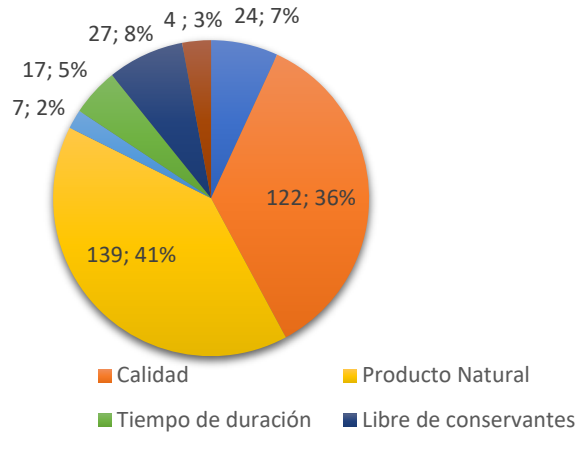
En la indagación sobre la pulpa de frutas conserva sus propiedades como aroma, color y sabor, podemos observar que un 95% de la población encuestada confirma que sí se conservan estas propiedades, mientras que, un 5% de la población considera que la pulpa de fruta no conserva las propiedades de la fruta.

9. ¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas?

Tabla 10. ¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas?

9. ¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Precio	24	7%
Calidad	122	36%
Producto Natural	139	41%
Marca	7	2%
Tiempo de duración	17	5%
Libre de conservantes	27	8%
Otros	4	3%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		

9. ¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas?



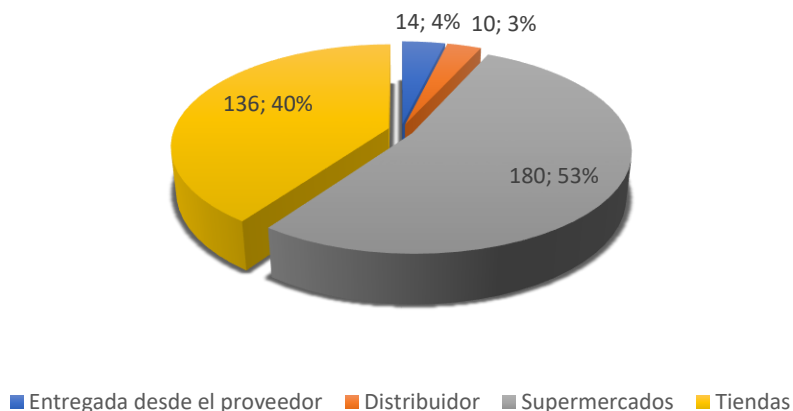
El principal elemento que los hogares de la cabecera municipal de Sahagún tienen en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas es que sea un producto natural, representado el 41% de los hogares que consumen pulpa de frutas. Luego, el 36% representa los hogares que la consumen por la calidad, seguido de que se libre de conservantes con un 8% y el precio con un 7%. El tiempo de duración y la marca representan el 5% y el 2% respectivamente. Finalmente, el 3% manifestó tener en cuenta otros elementos al momento de comprar pulpas de frutas como por ejemplo la variedad de sabores.

10. ¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas?

Tabla 11. ¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas?

10. ¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Entregada desde el proveedor	14	4%
Distribuidor	10	3%
Supermercados	180	53%
Tiendas	136	40%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		

10. ¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas?



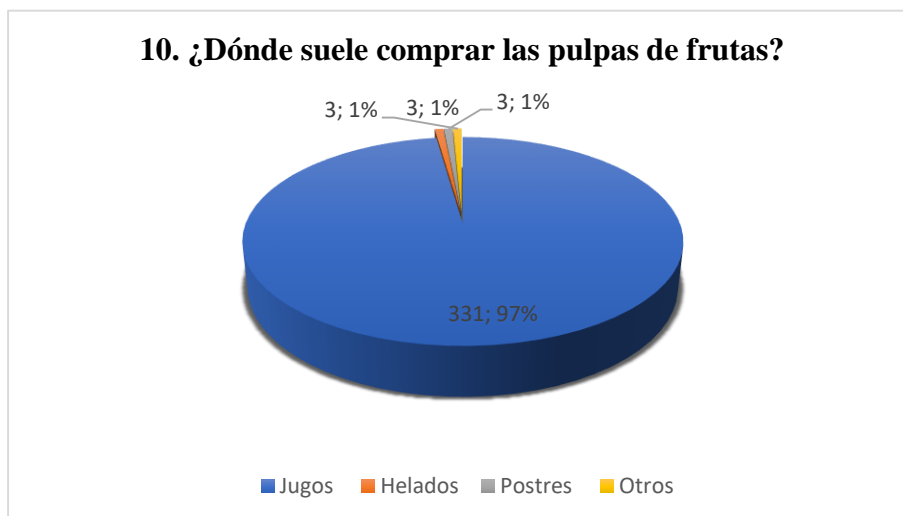
En el análisis de la información con respecto a la pregunta de donde suelen comprar la pulpa de frutas, el 53% de la población objeto que consume pulpas de frutas informa que suele comprarlas en los supermercados, un 40% en las tiendas de barrio y menormente con los proveedores y los distribuidores representados por un 4% y un 3% respectivamente.

11. ¿Para qué preparaciones utiliza la pulpa de frutas?

Tabla 12. ¿Para qué preparaciones utiliza la pulpa de frutas?

11. ¿Para qué preparaciones utiliza la pulpa de frutas?		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Jugos	331	97%
Helados	3	1,0%
Postres	3	1,0%
Otros	3	1,0%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		

10. ¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas?

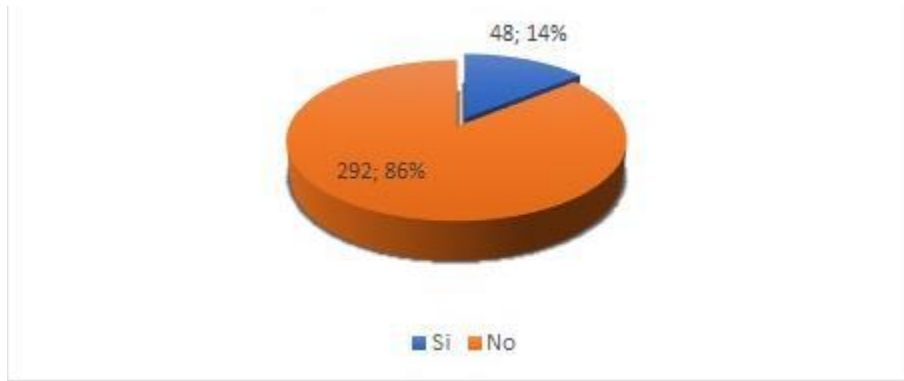


El mercado objetivo del presente estudio muestra que la compra de pulpa de fruta en un muy alto porcentaje de 97% lo utiliza para preparación de jugos. Y para las otras preparaciones solo un 1% la utiliza para diferentes opciones.

12. Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora de Pulpa de fruta que se encuentre ubicada en el municipio de Sahagún – Córdoba.

Tabla 14. Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora Pulpa de fruta que se encuentre ubicada en el municipio de Sahagún – Córdoba.

13. Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora que se encuentre ubicada en el municipio de Sahagún – Córdoba.		
RESPUESTA	NUMERO	PORCENTAJE
Si	48	86%
No	292	14%
TOTAL	340	100%
<i>Fuente: Elaboración Propia</i>		



Los hogares de la cabecera municipal de Sahagún que consumen pulpa de frutas manifiestan No conocer una empresa productora y comercializadora de pulpa de frutas ubicada en este municipio, lo cual representa el 86%; mientras que el 14% restante manifiesta conocer alguna empresa productora y comercializadora de pulpas de frutas localizada en el municipio de Sahagún-Córdoba.

2. Validación de la encuesta

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Consumo pulpa de frutas - validacion del instrumento

Variable que evalúa: Consumo

Dirigido a: Lizeth Troya - Aldayr Martinez

Apellidos y nombres del evaluador: Paulilla Ouedo Gerardo Luis

Grado Académico del Evaluador: Profesional

Valoración Final: Alto

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
	X		



FIRMA DEL EVALUADOR

No.	Ítems / Subistemas	1Pertinencia		2Relevancia		3Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Consumen usted pulpa de frutas en su hogar? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	X		X		X		
2	En el caso de no consumir pulpa de frutas, ¿Estaría dispuesto a hacerlo? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia consume pulpa de frutas? Diariamente _____ Semanalmente _____ Quincenalmente _____ Mensualmente _____	X		X		X		
4	¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente ? 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ Otro _____	X		X		X		
5	¿En qué presentación la prefiere? 250 gr _____ 500gr _____ 750gr _____ 1000gr _____	X		X		X		
6	¿Cuál de los siguientes sabores de pulpa de frutas consume mayormente? Lulo _____ Guayaba _____ Mango _____ Maracuyá _____	X		X		X		

7	¿Cuál es su sabor de pulpas de frutas favorito? _____	X		X		X		
8	¿Por qué consume pulpa de frutas? a. Facilidad y rapidez de preparación b. Ahorro de tiempo en picar y pelar frutas. c. Rica en nutrientes y vitaminas d. Otro _____	X		X		X		
9	Considera usted que una pulpa de fruta conserva propiedades como aroma, color y sabor Si _____ No _____	X		X		X		
10	¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas? a. Precio b. Calidad c. Variedad d. Producto natural e. Marca f. Tiempo de duración g. Libre de conservantes h. Otro _____	X		X		X		

11	¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas? Entregada desde el proveedor ___ Distribuidor ___ Supermercados ___ Tiendas ___	X		X		X	
12	¿Para qué preparaciones utiliza la pulpa de frutas? Jugos ___ Helados ___ Postres ___ Otras, Cual? _____	X		X		X	
14	Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora que se encuentre ubicada en el municipio de Sahagún – Córdoba. Si ___ No ___ Cual? _____	X		X		X	

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): Sin observaciones

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (X) Aplicable luego de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Pedilla Quevedo Gonzalo Luis

Grado y especialidad: Profesional en Administración de Empresas

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Validación del instrumento

Variable que evalúa: Consumo

Dirigido a: Lizeth Troya Diaz - Aldayr Martinez

Apellidos y nombres del evaluador: Jorge Luis Sanchez

Grado Académico del Evaluador: Administrador en Salud - lider integral

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
	X		


FIRMA DEL EVALUADOR

CC - 1027945872

7	¿Cuál es su sabor de pulpas de frutas favorito? _____	X		X		X	
8	¿Por qué consume pulpa de frutas? a. Facilidad y rapidez de preparación b. Ahorro de tiempo en picar y pelar frutas. c. Rica en nutrientes y vitaminas d. Otro _____	X		X		X	
9	Considera usted que una pulpa de fruta conserva propiedades como aroma, color y sabor Si ___ No ___	X		X		X	
10	¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas? a. Precio b. Calidad c. Variedad d. Producto natural e. Marca f. Tiempo de duración g. Libre de conservantes h. Otro _____	X		X		X	

No.	Ítems / Subsistemas	1Pertinencia		2Relevancia		3Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Consumen usted pulpa de frutas en su hogar? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	X		X		X		
2	En el caso de no consumir pulpa de frutas, ¿Estaría dispuesto a hacerlo? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia consume pulpa de frutas? Diariamente _____ Semanalmente _____ Quincenalmente _____ Mensualmente _____	X		X		X		
4	¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente? 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ Otro _____	X		X		X		
5	¿En qué presentación la prefiere? 250 gr _____ 500gr _____ 750gr _____ 1000gr _____	X		X		X		
6	¿Cuál de los siguientes sabores de pulpa de frutas consume mayormente? Lulo _____ Guayaba _____ Mango _____ Maracuyá _____	X		X		X		

11	¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas? Entregada desde el proveedor ___ Distribuidor ___ Supermercados ___ Tiendas ___	X	X	X		
12	¿Para qué preparaciones utiliza la pulpa de frutas? Jugos ___ Helados ___ Postres ___ Otras, Cual? _____	X	X	X		
14	Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora que se encuentre ubicada en el municipio de Sahagún - Córdoba. Si ___ No ___ Cual? _____	X	X	X		

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): No hay observaciones.

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (X) Aplicable luego de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Jorge Luis Sanchez

Grado y especialidad: Administrador en Salud - líder Integral Ferreteria Sami

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Validación del instrumento

Variable que evalúa: Consumo

Dirigido a: Lizeth Troya - Aldayr Martínez

Apellidos y nombres del evaluador: Kathy Paola Kely Díaz

Grado Académico del Evaluador: Profesional en Negocios Internacionales

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
X			


FIRMA DEL EVALUADOR

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Consumes usted pulpa de frutas en su hogar? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	X		X		X		
2	En el caso de no consumir pulpa de frutas, ¿Estarías dispuesto a hacerlo? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	X			X	X		
3	¿Con qué frecuencia consume pulpa de frutas? Diariamente _____ Semanalmente _____ Quincenalmente _____ Mensualmente _____	X		X		X		
4	¿Cuántas pulpas de frutas consume semanalmente ? 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ Otro _____	X		X		X		
5	¿En qué presentación la prefiere? 250 gr _____ 500gr _____ 750gr _____ 1000gr _____	X		X		X		
6	¿Cuál de los siguientes sabores de pulpa de frutas consume mayormente? Lulo _____ Guayaba _____ Mango _____ Maracuyá _____	X		X		X		

7	¿Cuál es su sabor de pulpas de frutas favorito? _____	X		X		X		
8	¿Por qué consume pulpa de frutas? a. Facilidad y rapidez de preparación b. Ahorro de tiempo en picar y pelar frutas. c. Rica en nutrientes y vitaminas d. Otro _____	X			X	X		
9	Considera usted que una pulpa de fruta conserva propiedades como aroma, color y sabor Si _____ No _____	X		X		X		
10	¿Qué elementos tiene en cuenta al momento de comprar pulpas de frutas? a. Precio b. Calidad c. Variedad d. Producto natural e. Marca f. Tiempo de duración g. Libre de conservantes h. Otro _____	X		X		X		

11	¿Dónde suele comprar las pulpas de frutas? Entregada desde el proveedor ___ Distribuidor ___ Supermercados ___ Tiendas ___	X		X		X	
12	¿Para qué preparaciones utiliza la pulpa de frutas? Jugos ___ Helados ___ Postres ___ Otras, Cual? _____	X		X		X	
14	Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora que se encuentre ubicada en el municipio de Sahagún – Córdoba. Sí ___ No ___ Cual? _____	X		X		X	

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): No hay observaciones.

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (X) Áplicable luego de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Kathy Paola Ketsy Diaz

Grado y especialidad: Profesional en Negocios Internacionales