

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA ORGÁNICA CON  
PROPIEDADES DEL PROPÓLEO**

**PRESENTA**

**ERIKA PALOMO LUNA ID: 420810  
MARIO FERNANDO JIMÉNEZ BENAVIDES ID: 419951  
LUISA FERNANDA ORTEGÓN PÉREZ ID: 436935**

**PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -  
UNIMINUTO**

**COLOMBIA - CIUDAD IBAGUÉ**

**DICIEMBRE DE 2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PANELA ORGÁNICA CON  
PROPIEDADES DEL PROPÓLEO**

**PRESENTA**

**ERIKA PALOMO LUNA ID: 420810**

**MARIO FERNANDO JIMÉNEZ BENAVIDES ID: 419951**

**LUISA FERNANDA ORTEGÓN PÉREZ ID: 436935**

**DIRECTOR TRABAJO DE GRADO: Mg. EDICSON RUBIANO ARANZALES**

**PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS -**

**UNIMINUTO**

**COLOMBIA - CIUDAD IBAGUÉ**

**DICIEMBRE DE 2018**

## **AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a DIOS, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi hermano, que durante estos años de carrera ha sabido apoyarme para continuar y nunca renunciar, por ser un gran amigo para mí, que junto a sus ideas hemos pasado momentos inolvidables y es uno de los seres más importantes en mi vida

**Erika Palomo Luna**

Agradezco a DIOS por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida, A mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar ante sus sabios consejos.

También quiero agradecer a la Universidad Uniminuto y a los profesores por la orientación del programa de Administración de Empresas

**Mario Fernando Jiménez Benavides**

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primero mi trabajo a DIOS. Agradezco la confianza y el apoyo brindado por parte de mi familia, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

Finalmente, al profesor Édison Enrique Rubiano Aranzales, por su apoyo incondicional en el transcurso del semestre, por cada una de sus aportaciones, que hicieron posible este proyecto y por la gran calidad humana que lo hace ser un excelente docente

**Luisa Fernanda Ortegón Pérez**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	XIX
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	20 -
2. OBJETIVOS.....	22 -
2.1 GENERAL:.....	22 -
2.2 ESPECÍFICOS:.....	22 -
3. JUSTIFICACION E IMPACTO CENTRAL .....	23 -
4. MARCO DE REFERENCIAL .....	24 -
4.1 MARCO TEÓRICO:.....	24 -
4.2 MARCO CONCEPTUAL:.....	33 -
4.3 MARCO LEGAL: .....	35 -
4.3.1 <i>LEGISLACIÓN SANITARIA</i> .....	35 -
5. DESARROLLO METODOLÓGICO .....	36 -
5.1 METODOS DE INVESTIGACIÓN.....	36 -
5.2 TIPOS DE INVESTIGACION.....	37 -
6. ESTUDIO DE MERCADO.....	38 -
6.1 EL PRODUCTO .....	38 -
6.1.1 <i>Estructura del mercado</i> .....	38 -
6.1.2 <i>Definición Producto</i> .....	38 -
6.2 EL CLIENTE.....	38 -
6.2.1 <i>El perfil del consumidor</i> .....	38 -
6.2.2 <i>Identificación de variables</i> .....	39 -
6.3 LA DEMANDA .....	40 -
6.3.1 <i>La proyección de la demanda</i> .....	40 -
6.4 LA OFERTA.....	41 -
6.4.1 <i>Los competidores en el mercado del producto</i> .....	41 -
6.4.1.1 <i>Información del competidor</i> .....	41 -

6.4.2	<i>Ventas Competencia</i> .....	- 41 -
6.4.3	<i>Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados</i> ...	- 42 -
6.4.3.1	<b>Información del competidor indirecto</b> .....	- 42 -
6.4.3.2	<b>Ventas Competencia Indirecta</b> .....	- 42 -
6.5	<b>EL PRECIO</b> .....	- 42 -
6.6	<b>DISTRIBUCIÓN INDIRECTA</b> .....	- 43 -
6.7	<b>PLANEACIÓN DE LAS VENTAS</b> .....	- 43 -
6.8	<b>ESTRATEGIAS DE MERCADEO</b> .....	- 44 -
6.8.1	<b>ESTRATEGIAS EJE CRECIMIENTO</b> .....	- 44 -
6.8.2	<b>ESTRATEGIAS EJE EFICIENCIA</b> .....	- 45 -
6.8.3	<b>ESTRATEGIAS EJE INNOVACIÓN</b> .....	- 46 -
6.8.4	<b>ESTRATEGIAS DE PRODUCTO</b> .....	- 47 -
6.9	<b>MERCADO DE INSUMOS</b> .....	- 49 -
6.9.1	<i>Aspectos a tener en cuenta</i> .....	- 49 -
6.9.2	<i>Selección de proveedores</i> .....	- 50 -
6.10	<b>PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO E INSUMOS</b> .....	- 51 -
6.10.1	<i>Proyección de los precios del producto</i> .....	- 51 -
6.10.2	<i>Proyección de los precios de insumos</i> .....	- 52 -
7.	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	- 52 -
7.1	<b>TAMAÑO DEL PROYECTO</b> .....	- 52 -
7.1.1	<i>Capacidad</i> .....	- 52 -
7.2	<b>LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO</b> .....	- 53 -
7.2.1	<i>Macro localización</i> .....	- 53 -
7.2.2	<i>Preselección de los puntos de localización</i> .....	- 53 -
7.2.3	<i>Métodos de evaluación</i> .....	- 53 -
7.2.4	<i>Micro localización</i> .....	- 54 -
7.3	<b>INGENIERÍA DEL PROYECTO</b> .....	- 54 -
7.3.1	<i>Selección del proceso productivo</i> .....	- 54 -
7.3.2	<i>Selección de tecnología</i> .....	- 55 -
7.3.3	<i>Selección maquinaria y equipo</i> .....	- 55 -
7.3.4	<i>Selección de materia prima</i> .....	- 55 -

7.3.5	<i>Selección de personal de producción</i>	- 56 -
7.3.6	<i>Descripción del proceso de producción</i>	- 56 -
7.3.6.1	<i>Diagrama de flujo</i>	58
7.3.7	<i>Distribución en planta</i>	59
7.3.8	<i>Obras físicas de la planta</i>	60
7.3.9	<i>Control de calidad</i>	60
7.3.10	<i>Seguridad industrial</i>	60
<b>8.</b>	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	<b>63</b>
8.1	<b>FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL</b>	<b>63</b>
8.1.1	<i>Misión</i>	63
8.1.2	<i>Visión</i>	64
8.1.3	<i>Valores corporativos</i>	64
8.2	<b>ESTRUCTURA LEGAL</b>	<b>64</b>
8.2.1	<i>Esquema de la organización empresarial a utilizar</i>	64
8.3	<b>ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA</b>	<b>65</b>
8.3.1	<i>Diseñar el organigrama</i>	65
8.3.2	<i>Descripción de las funciones</i>	66
8.4	<b>ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL</b>	<b>74</b>
8.4.1	<i>Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas</i>	74
8.5	<b>RECLUTAMIENTO Y CONTRATACIÓN</b>	<b>79</b>
8.6	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>80</b>
8.7	<b>REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO</b>	<b>81</b>
8.8	<b>ESTRUCTURA SALARIAL Y PRESTACIONAL</b>	<b>87</b>
8.9	<b>SEGURIDAD SOCIAL Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>	<b>89</b>
8.9.1	<i>Seguridad social</i>	89
8.9.2	<i>Servicios complementarios</i>	90
<b>9</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	<b>91</b>
9.1	<b>LAS INVERSIONES DEL PROYECTO</b>	<b>91</b>
9.1.1	<i>Inversiones fijas</i>	91
9.1.2	<i>Inversiones diferidas</i>	91

9.1.3	<i>Capital de trabajo inicial</i> .....	92
9.1.4	<i>Inversión total</i> .....	92
<b>9.2</b>	<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS</b> .....	<b>92</b>
9.2.1	<i>presentación de los presupuestos</i> .....	92
9.2.1.1	Presupuesto de ventas .....	92
9.2.1.2	Presupuesto de producción .....	93
9.2.1.3	Presupuesto de ingresos por ventas.....	93
9.2.1.4	Presupuesto de materiales .....	93
9.2.1.5	Presupuesto de mano de obra directa .....	93
9.2.1.6	Presupuesto de costos indirectos de fabricación .....	94
9.2.1.7	Presupuesto de Gasto de ventas.....	94
9.2.1.8	Presupuesto de gastos de administración .....	94
9.2.1.9.	Presupuesto de gastos financieros .....	94
<b>9.3</b>	<b>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS</b> .....	<b>96</b>
9.3.1	<i>Estado de pérdidas y ganancias</i> .....	96
9.3.2	<i>Flujo de caja</i> .....	97
9.3.3	<i>Balance general</i> .....	99
<b>9.4</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b> .....	<b>102</b>
9.4.1	<i>Plan de amortización del crédito</i> .....	102
<b>10.</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b> .....	<b>106</b>
<b>10.1</b>	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	<b>106</b>
10.1.1	<i>Periodo de recuperación de la inversión</i> .....	106
10.1.2	<i>Valor presente neto VPN y Tasa interna de retorno TIR</i> .....	107
10.1.3	<i>Relación costo beneficio</i> .....	107
<b>11</b>	<b>EVALUACIÓN SOCIAL</b> .....	<b>108</b>
<b>11.1</b>	<b>BENEFICIOS Y APORTES SOCIALES DEL PROYECTO</b> .....	<b>108</b>
<b>11.2</b>	<b>EVALUACIÓN AMBIENTAL</b> .....	<b>108</b>
11.2.1	<i>Evaluación del impacto ambiental</i> .....	108
11.2.2	<i>Mitigación y compensación del impacto ambiental</i> .....	109
<b>12.</b>	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>110</b>

<b>13. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>111</b>
<b>14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>113</b>
<b>15. ANEXOS.....</b>	<b>117</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Definición del producto (equipo de trabajo)	- 38 -
Tabla 2 Perfil del consumidor (equipo de trabajo)	- 38 -
Tabla 3 Identificación de variables (equipo de trabajo)	- 39 -
Tabla 4 Proyección de la demanda (equipo de trabajo)	- 40 -
Tabla 5 Información del competidor directo (equipo de trabajo)	- 41 -
Tabla 6 Ventas competencia directa (equipo de trabajo)	- 41 -
Tabla 7 Información del competidor indirecto (equipo de trabajo)	- 42 -
Tabla 8 Ventas de la competencia indirecta (grupo de trabajo)	- 42 -
Tabla 9 Distribución y almacenamiento del producto (equipo de trabajo)	- 43 -
Tabla 10 Planeación de las ventas (equipo de trabajo)	- 44 -
Tabla 11 Estrategias de eje de crecimiento (equipo de trabajo)	- 45 -
Tabla 12 Estrategias Eje de eficiencia (equipo de trabajo)	- 46 -
Tabla 13 Estrategias Eje de innovación (equipo de trabajo)	- 47 -
Tabla 14 Estrategias del ciclo de vida del producto (equipo de trabajo)	- 49 -
Tabla 15 Características de selección de insumos (equipo de trabajo)	- 50 -
Tabla 16 Selección de proveedores (equipo de trabajo)	- 51 -
Tabla 17 Proyección de precios del producto (equipo de trabajo)	- 51 -
Tabla 18 Proyección de precios de insumos (equipo de trabajo)	- 52 -
Tabla 19 Tamaño del proyecto (equipo de trabajo)	- 52 -
Tabla 20 Puntos de localización (equipo de trabajo)	- 53 -
Tabla 21 Métodos de evaluación (equipo de trabajo)	- 54 -
Tabla 22 Selección del proceso productivo (equipo de trabajo)	- 54 -
Tabla 24 Selección de tecnología (equipo de trabajo)	- 55 -
Tabla 25 Selección maquinaria y equipo (equipo de trabajo)	- 55 -
Tabla 26 Selección de materia prima (equipo de trabajo)	- 56 -
Tabla 27 Selección de personal de producción (equipo de trabajo)	- 56 -
Tabla 28 Obras físicas (equipo de trabajo)	60
Tabla 29 Control de calidad (equipo de trabajo)	60
Tabla 30 Funciones del gerente (equipo de trabajo)	67

Tabla 31 Funciones del conductor entregador (equipo de trabajo) _____	68
Tabla 32 Funciones jefe de producción (equipo de trabajo) _____	68
Tabla 33 Funciones de los operarios (equipo de trabajo) _____	69
Tabla 34 Funciones del jefe comercial (equipo de trabajo) _____	70
Tabla 35 Funciones representantes de ventas (equipo de trabajo) _____	71
Tabla 36 Funciones del contador (equipo de trabajo) _____	72
Tabla 37 Funciones de tesorera (equipo de trabajo) _____	73
Tabla 38 Funciones del auxiliar de servicio al cliente (equipo de trabajo) _____	74
Tabla 39 Requisitos cargo gerente (equipo de trabajo) _____	74
Tabla 40 Requisitos cargo conductor (equipo de trabajo) _____	75
Tabla 41 Requisitos cargo jefe de ventas (equipo de trabajo) _____	75
Tabla 42 Requisitos cargo representante de ventas (equipo de trabajo) _____	76
Tabla 43 Requisitos cargo contador (equipo de trabajo) _____	77
Tabla 44 Requisitos cargo tesorero (equipo de trabajo) _____	77
Tabla 45 Requisitos para el cargo de auxiliar de servicio al cliente (equipo de trabajo) ____	78
Tabla 46 Requisitos para el cargo de jefe de producción (equipo de trabajo) _____	78
Tabla 47 Requisitos cargo operarios (equipo de trabajo) _____	79
Tabla 48 Reclutamiento y contratación _____	80
Tabla 49 Muebles y enseres _____	81
Tabla 50 Nomina empleados (grupo de trabajo) _____	88
Tabla 51 Aportes parafiscales (equipo de trabajo) _____	89
Tabla 52 Seguridad social (equipo de trabajo) _____	90
Tabla 53 Servicios complementarios (equipo de trabajo) _____	90
Tabla 54 Activos fijo (equipo de trabajo) _____	91
Tabla 55 Activos diferidos (equipo de trabajo) _____	91
Tabla 56 Capital de trabajo (equipo de trabajo) _____	92
Tabla 57 Inversión total (equipo de trabajo) _____	92
Tabla 58 Presupuesto de ventas (equipo de trabajo) _____	92
Tabla 59 Presupuesto de producción (equipo de trabajo) _____	93
Tabla 60 Presupuesto ingreso por ventas (equipo de trabajo) _____	93
Tabla 61 Presupuesto de materiales (equipo de trabajo) _____	93
Tabla 62 Presupuesto de mano de obra directa (equipo de trabajo) _____	93

Tabla 63 Presupuesto de costos indirectos de fabricación (equipo de trabajo) _____	94
Tabla 64 Presupuesto de gasto de ventas (equipo de trabajo) _____	94
Tabla 65 Presupuesto de gastos de administración (equipo de trabajo) _____	94
Tabla 66 Presupuesto de gastos financieros (equipo de trabajo) _____	94
Tabla 67 Estado de resultados (equipo de trabajo) _____	97
Tabla 68 Flujo de caja (equipo de trabajo) _____	99
Tabla 69 Balance general (equipo de trabajo) _____	101
Tabla 70 Amortización de crédito (equipo de trabajo) _____	106
Tabla 71 Periodo de recuperación (formato de evaluación de proyectos fondo emprendor) _____	106
Tabla 72 TIR Y VAN (equipo de trabajo) _____	107
Tabla 73 Relación costo beneficio (equipo de trabajo) _____	107
Tabla 74 Beneficios y aportes sociales del proyecto _____	108
Tabla 75 Impacto ambiental (equipo de trabajo) _____	109
Tabla 76 Mitigación y compensación del impacto ambiental _____	109

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Proceso del marketing _____	- 24 -
Figura 2 Etapas del proyecto _____	- 27 -
Figura 3 Pasos del estudio técnico _____	- 31 -
Figura 4 Macro localización del proyecto (tomado de <a href="http://www.monumentosdeibague.es.tl">www.monumentosdeibague.es.tl</a> )-	53
-	
Figura 5 Micro localización del proyecto (equipo de trabajo) _____	- 54 -
Figura 6 Diagrama de flujo (equipo de trabajo) _____	58
Figura 7 Distribución en planta _____	59
Figura 8 Organigrama (equipo de trabajo) _____	65

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Sexo de encuestados _____	117
Anexo 2 Estratificación de la población _____	117
Anexo 3 Edad de población _____	118
Anexo 4 Consumo de panela y propóleo _____	118
Anexo 5 Beneficios de la panela y el propóleo _____	119
Anexo 6 Preferencia farmacéutico vs natural _____	119
Anexo 7 Compra del producto _____	120
Anexo 8 Tamaño del producto _____	120
Anexo 9 Presentación del producto _____	121
Anexo 10 Precio del producto _____	121
Anexo 11 Frecuencia de compra _____	122
Anexo 12 Lugar de compra _____	122
Anexo 13 Uso medicinal vs endulzante _____	123

## RESUMEN EJECUTIVO

Con este proyecto se quiere impulsar el sector panelero del Tolima con la elaboración de un producto 100% natural resaltando su importancia en la industria alimenticia. Por esta razón, la panela orgánica con propiedades del propóleo es un producto que puede tener gran aceptación en el mercado, pues sus componentes naturales contienen grandes beneficios que contribuyen al mejoramiento de la salud, dentro de ello prevenir y curar infecciones respiratorias. Además, gracias al alto contenido de vitaminas y minerales que contiene la panela orgánica ayuda a aportar energía necesaria para el desarrollo de los procesos metabólicos y nutrientes esenciales para el organismo.

Adicionalmente, el propóleo es un excelente antibiótico natural que estimula las defensas y tiene numerosas propiedades terapéuticas para la salud, por esta razón, se adiciona este ingrediente para la elaboración de PROPALITO pues es 100% natural. Se cree que este podría tener alta demanda en el mercado, llegando a ser un producto líder por los beneficios que brindan sus componentes. También, para el momento de su comercialización se pretende implementar la distribución indirecta, pues por medio de cadenas de comercialización se quiere llegar al consumidor final para que este pueda disfrutar del producto.

Por otro lado, hablando de su estructuración en la formulación de este estudio, se tiene que para el cálculo del precio se asumirán tres factores básicos para considerar la fijación del mismo, pues en este caso serán los clientes, la competencia y los costos de producción. Teniendo en cuenta que las decisiones de fijación de precios son decisiones estratégicas sobre cuánto se ira a cobrar por este producto. Estas decisiones afectaran las ventas y por consiguiente los ingresos y las utilidades por esta razón el precio de Propalito será el resultante entre la demanda del producto y su oferta.

Seguidamente, en cuanto al estudio técnico, inicialmente se fijará la ubicación de la plata de producción donde se contará con amplias y cómodas instalaciones, maquinaria de alta tecnología e insumos y materia prima de excelente calidad para que el recurso humano se pueda desenvolver de manera eficiente y de esta manera poder responder a las necesidades

que el mercado oferte. Adicionalmente, determinar los canales de distribución para que el producto pueda llegar al consumidor final.

Posteriormente se determinará la estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual se operará el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. Del estudio anterior, se determinarán los requerimientos de recursos humanos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos teniendo en cuenta también la división del trabajo, unidad de mando, la departamentalización, y la delegación de funciones que se deben aplicar al momento de definir esta estructura.

Finalmente, en el estudio financiero se detectará los recursos económicos necesarios para poder llevar a cabo este proyecto. Después de este análisis se calculará también el costo total del proceso de producción, así como los ingresos que se estiman recibir en cada una de las etapas del proyecto. Pues bien, la información generada durante este estudio financiero permitara evaluar si la creación y comercialización de panela orgánica granulada con propiedades del propóleo es viable.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto analiza un estudio de factibilidad para instalar una planta de producción y comercialización de panela orgánica granulada con propóleo, para lo cual se realizaron los estudios respectivos, desde el punto de vista de mercadeo, técnico, económico y de rentabilidad

Después del estudio de mercado se realiza el análisis técnico de la empresa que comprende: la localización óptima del diseño, determinando las instalaciones lo cual responderá a la demanda del estudio realizado.

Por otro lado, si se mira el sector panelero se puede observar que este no ha podido aprovechar al máximo su potencial debido a las crisis que ha estado viviendo últimamente por la falta de apoyo del estado y su respectivo acompañamiento frente a la situación del mercado actual, adicional a esto el cambio del clima ha interferido de manera negativa en la producción de materia prima y por ende el proceso para llegar a el producto final, estancando el crecimiento de las microempresas que se dedican a esta labor y en el peor de sus casos el cierre de la misma.

En muchas ocasiones, los productores se han dedicado a la elaboración, (en este caso de la panela) mas no a la transformación del mismo, esto lleva a que el sector no pueda salir de su zona de confort donde las ganancias son mínimas, mientras que algunos buscan más allá del producto base siendo así más competitivos generando mayor reconocimiento en el mercado.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Es importante indicar que Ibagué al igual que otras ciudades se enfrentan a cambios climáticos constantes lo que produce enfermedades respiratorias por llovizna he inhalación de polvo causando molestias en la salud de los ibaguereños. Por esta razón, nace la idea de crear un producto a base de panela orgánica y propóleo que permita aliviar y prevenir estas afecciones respiratorias. Hoy en día, los clientes exigen un producto con precios accesibles, empaques novedosos, calidad y una excelente atención al consumidor. Por este motivo, la panela orgánica granulada con propiedades del propóleo será una opción alterna para satisfacer estas necesidades del mercado actual.

Según datos estadísticos el mundo está pidiendo endulzantes diferentes al azúcar, con menos tratamientos químicos”, indicó Leonardo Ariza, gerente general de la Federación Nacional de Productores de Panela, Fedepanela; En febrero de 2014 se dio inicio a la campaña de fomento al consumo de la panela, la cual iba acompañada por gestiones comerciales y empresariales.

Esta tuvo el apoyo de la Secretaría Técnica de la Cadena Productiva de la Panela y del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. A prueba de esto fue el aumento en las exportaciones de panela.

De acuerdo con las cifras del gremio, hace 5 años, menos de 2.000 toneladas habían salido del país, mientras que en 2013 la comercialización del producto alcanzó las 4.000 toneladas y según las proyecciones, se espera que al finalizar 2014 en total se hayan exportado 5.000 toneladas a países de América, Europa, Asia y Australia y de esta manera al pasar de los años aumente su exportación.

El azúcar también ocupa su lugar, el presidente de la Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia, Asocaña, Luis Fernando Londoño Capurro, indicó en el más reciente informe que “la producción de azúcar en nuestro país registró un aumento de 2,4%” y agregó que el consumo per cápita nacional es de 34,8 kilos anuales, mientras que la panela ronda un promedio de 22,3 kilos al año. De esta manera se puede ver como se ha visto afectado de manera directa evitando así que su comercialización incremente y sobre salga en el mercado.

Esta investigación quiere proponer el estudio de factibilidad de la panela orgánica granulada con propóleo como alternativa para impulsar el sector panelero y de esta manera demostrar con datos estadísticos la viabilidad que puede tener la transformación de la panela y así evidenciar la aceptación de dicho producto en el mercado.

**¿Es viable la creación de una empresa productora y comercializadora de panela orgánica con propóleo para incrementar la participación en el mercado de la industria panelera?**

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 General:**

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de panela orgánica con propiedades del propóleo mediante un proceso de investigación con el fin de contribuir a la viabilidad en la distribución del producto.

### **2.2 Específicos:**

- Realizar un estudio de mercado donde se establecerá el precio, la oferta, la demanda, el perfil del consumidor y nichos de mercado.
  
- Realizar el estudio técnico que permita detallar el tamaño del proyecto estableciendo los factores que puedan influir en la localización e ingeniería del producto.
  
- Identificar esquemas para el estudio organizacional que permitan ver la estructura legal de la empresa con la ayuda de principios administrativos para que estos sean aplicados en la administración del personal.
  
- Establecer el estudio financiero que genere bases para ver la inversión del proyecto mediante cronogramas que ayuden a coincidir los estados financieros y resultados de la TIR y el VPN.
  
- Elaborar una evaluación económica, ambiental y social con base a un plan de acción que arroje mejoras para el rendimiento del proyecto.

### **3. JUSTIFICACION E IMPACTO CENTRAL**

Uno de los intereses del proyecto es contratar mujeres ama de casa o personas que han sido desplazados por la violencia, pues esta opción, como alternativa a la situación que están viviendo, sería algo positivo para sus vidas, pues podrán desempeñarse en funciones laborales; allí nos encargaremos de brindar las capacitaciones pertinentes e inducciones necesarias para que puedan ejercer cada una de las funciones que exige la organización y de esta manera contribuir y aplicar los valores que la Corporación Universitaria Minuto de Dios nos ha inculcado en este trayecto profesional. Tomando estos como base, tenemos que el servir y ayudar a las personas que en realidad lo necesitan, son elementos necesarios para el crecimiento personal. De esta manera lograremos aumentar el prestigio de la universidad como eje principal y así utilizar este como instrumento para la elaboración de nuestro proyecto y de la misma manera incentivar a muchos estudiantes a realizar este tipo de actividades que ayudan a transformar el país positivamente.

Finalmente, aumentar la participación en el mercado del sector panelero, pues Colombia es el segundo país con mayor producción de panela después de la india; esto con el fin de que intervengan directamente con un porcentaje alto, pues los paneleros del Tolima serán nuestros proveedores y portadores de ayuda en esta labor que deseamos emprender con el fin de obtener el título de Administrador de Empresas de la Universidad Minuto de Dios.

## 4. MARCO DE REFERENCIAL

### 4.1 MARCO TEÓRICO:

Para fines de este proyecto se comparan diferentes autores en lo que respecta etapas de un proyecto y estudio de factibilidad. Sobre la base conceptual de la planificación estratégica del marketing y sus componentes, desde la perspectiva de diversos autores, citados a continuación:

Según Philip Kotler (1992), con la planificación Estratégica se dice que es el proceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre los objetivos de la organización, sus peculiaridades y las oportunidades cambiantes del contexto de marketing. Todo el proceso de planificación, consiste en estudiar el pasado para decidir en el presente, qué hacer en el futuro, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo hará, Las metas del marketing deben estar estrechamente relacionadas con las metas de toda compañía y cada objetivo del marketing debe recibir un grado de prioridad para que los recursos se asignen de acuerdo a esa prioridad estrategia de la empresa y de marketing.

Según Sallenave, J.-P. (1990). es la meta alcanzar rentabilidad y crecimiento a largo plazo y así mismo ayudar a proteger los recursos de la empresa.



**Figura 1** Proceso del marketing

**Objetivos del Marketing:** Las metas del marketing deben estar estrechamente relacionadas con las metas de toda compañía y cada objetivo del marketing debe recibir un grado de prioridad para que los recursos se asignen de acuerdo a esa prioridad.

Por otro lado, William J. Stanton (2014) - **fundamentos de Marketing**, Publicado 12 de enero de Ciudad de México (3 Ed) – capítulo 8, 9 y 10 planeación y desarrollo del producto, empaque y otras características

Este análisis abarca las fuerzas del ambiente externo, los recursos internos aparte del marketing, considera los grupos de consumidores que atiende la compañía y competidores que atienden el mismo mercado Stanton recomienda para el análisis de las políticas de precio, mercadeo de servicios, administración en ventas.

De acuerdo a Nassir Sapag Chain (2011), Chile, el estudio de viabilidad en la parte técnica, busca determinar si es posible física o materialmente, hacer un proyecto. Además, busca evaluar la capacidad técnica y el nivel de motivación del personal de la empresa que se involucra en el nuevo proyecto. Legalmente, se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto como la falta de normas internas de la empresa que pudieran afectar la puesta en marcha del mismo. Adicionalmente, en la parte económica, se debe comparar los beneficios y costos para determinar si es rentable la inversión que demanda su implantación, teniendo en cuenta las habilidades y capacidades requeridas del personal en el mercado laboral.

Según Rafael Méndez (2010) en el enfoque para emprendedores el estudio de factibilidad es un proyecto desde las siguientes perspectivas, mercado, técnica, legal, organizativa, inversión y fuentes de funcionamiento, ingresos costos y gastos e impacto socio económico.

Varela Villegas Rodrigo, (1997) afirma que la evaluación económica de proyectos de inversión, se entiende por la factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Para Raúl Coss (2014) un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

- Presentar un resumen de proyecto.
- Elaborar cada parte por separado.
- Fundamentar cada parte en las anteriores.
- Elaborar conclusiones y recomendaciones.

Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes.

Según W. Edward Deming (2002) la gestión de un proyecto es el conjunto de actividades planificadas y ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos tiene como objeto crear un producto o servicio único.

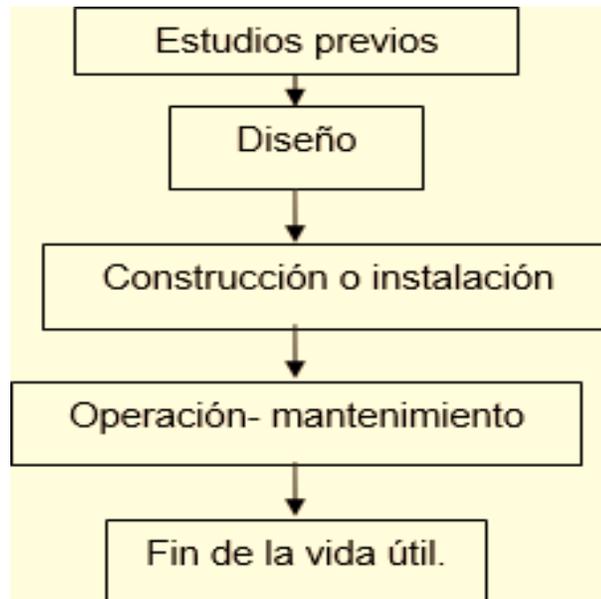
Según Paul Lira Briseño (2014) la evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

Este estudio contiene 5 etapas, a continuación se citara el concepto de diferentes autores como:

Bolívar, H. (2001) dice que son:

- **Estudios previos:** está integrado por el estudio de mercado, estudio técnico, la evaluación económica y financiera del proyecto.
- **Diseño:** Se considera como una etapa independiente que comienza con el diseño definitivo o ejecutivo.
- **Construcción o instalación:** Se lleva a cabo por las actividades de programación, organización de obra, instalaciones provisionales y elaboración de planes para suministros e insumos.

- **Operación o mantenimiento:** Es la llamada “puesta en marcha” o “puesta en servicio” de las instalaciones. Durante esta etapa se ejecutan todos los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo para que los equipos estén disponibles para operar dentro de las condiciones previstas en el diseño.
- **Fin de la vida útil:** Cuando las condiciones de operación ya no son satisfactorias llega el fin de la vida útil, momento en el que se toma la decisión de abandonarlo o de rehabilitar, modernizar las instalaciones para continuar con el proyecto.



**Figura 2 Etapas del proyecto**

Miguel, A. (2001) dice que:

- **Identificación de la idea:** Decidir la realización de un análisis que asegure la existencia de una alternativa factible.
- **Realización del perfil de la idea:** Formulación escrita que permite evaluar la factibilidad de la idea.
- **Anteproyecto preliminar o pre factibilidad:** Resolver invertir en estudios que permitan una decisión definitiva.
- **Anteproyecto definitivo o factibilidad:** Definir la aceptación o rechazo del proyecto. En el primer caso, se toman medidas para su ejecución.

- **Proyecto definitivo o diseño final de ingeniería:** Por último, la preparación de un proyecto requiere muchas veces cuantiosas inversiones en sus estudios, inversiones que crecen en razón directa con su grado de detalle y profundidad.

Molina, C. Oswaldo (2004-08) afirma que:

- **Estudio legal:** Referido a las condiciones de salubridad, seguridad ambiental, régimen de promoción industrial, etc.
- **Estudio de mercado:** Dimensión de la demanda, calidad, precio, comercialización, competencia, etc.
- **Ingeniería del proyecto:** Análisis de las técnicas a adoptar en base a los equipos a utilizar, tecnologías apropiadas, distribución de equipos en la planta, posibles problemas técnicos, etc.
- **Tamaño y localización:** Análisis de la infraestructura requerida para satisfacer la demanda, disponibilidad de mano de obra, ubicación física considerando costos de transporte, etc.
- **Magnitud y estructura de la inversión:** Se refiere al volumen y discriminación del capital que se necesita para la inversión.

El proyecto incluye cinco etapas de las cuales sólo se realizará la primera etapa como se mencionó anteriormente, que incluye los aspectos; técnicos, económicos, financieros, y de mercado, ya que sólo se quiere determinar la factibilidad del proyecto. Posteriormente el inversionista podrá tomar en cuenta las demás fases.

Por otro lado, Geoffrey Randall (2003), define el estudio de mercado como la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.

Según Naresh Malhotra (2011), los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

Según Philip Kotler, con la planificación estratégica (1992), un estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

- **Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar:** El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.
  
- **Realización de investigación exploratoria:** Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
  
- **Búsqueda de información primaria:** Se suele realizar de las siguientes maneras:
  - Investigación basada en la observación.
  - Entrevistas cualitativas
  - Entrevista grupal
  - Investigación basada en encuestas
  - Investigación experimental
  
- **Análisis de los datos y presentación del informe:** La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

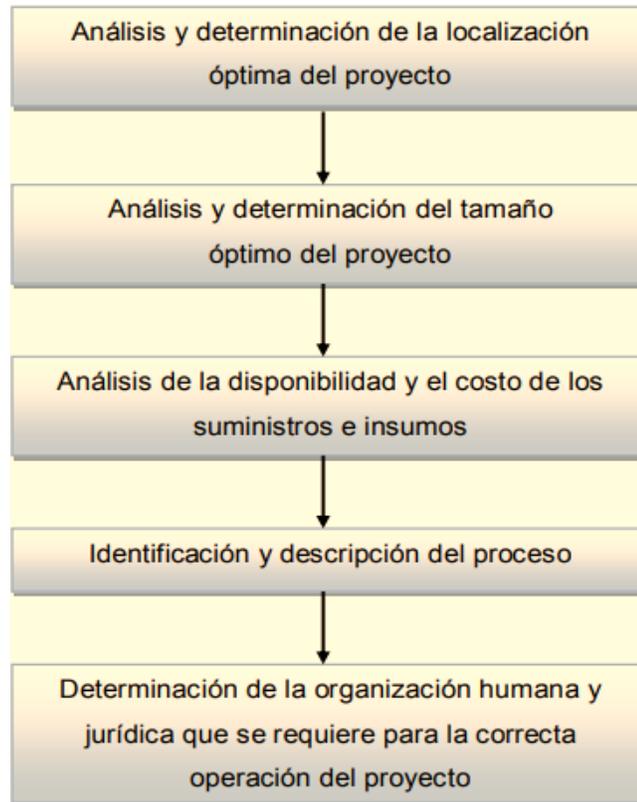
Según Nassir Sapag Chain (2007) en el estudio de mercado se define las características de la demanda y la oferta del bien o servicio que se vaya a producir o proporcionar mediante el proyecto; en términos de mercadotecnia suele denominarse como la caracterización del nicho de mercado del proyecto. Se analizan meticulosamente los precios vigentes en el mercado, y se estudia la competencia interna y externa, incluyendo el comportamiento de bienes o servicios complementarios y sustitutos.

En el estudio técnico, Ramón Rosales Posada (2005) afirma que la formulación y evaluación de proyectos permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

Gabriel Baca (2010), el estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

Nassir Sapag (2008) una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

En síntesis, el objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirán cuantificar el costo de operación. (Nassir Sapag, 2008).



**Figura 3** Pasos del estudio técnico

El estudio técnico, Según el libro Proyectos De Inversión, Se ocupa de determinar aspectos como: tamaño, proceso, localización, tipo y dimensiones de las obras físicas, necesidades y disponibilidad de bienes y servicios para la ejecución del proyecto y su ubicación, organización para la producción, programa de realización del proyecto, las estimaciones de costos, y todos aquellos aspectos de índole tecnológica relacionados con el proyecto, inclusive deberá prever las posibles mejoras que puedan implantarse en virtud del avance técnico actual y del esperado a futuro. Este estudio también deberá contemplar los riesgos asociados al proyecto, relacionados tanto con fenómenos naturales (sismos, huracanes, inundaciones, etc.), como con otras contingencias de orden técnico, político o social, que pudieran presentarse durante las fases de construcción y operación del proyecto.

El estudio o análisis financiero, de acuerdo con el libro *Proyectos De Inversión* (2011) este estudio se ocupa de analizar las posibles fuentes de los recursos necesarios para realizar el proyecto y la forma en que se aplicarán dentro del mismo, esto es, se analiza el origen y destino del financiamiento. También se revisa la capacidad de pago del proyecto y se estudia la relación del proyecto y los recursos disponibles, con la capacidad de pago y las condiciones financieras del individuo, o empresa que realizará el proyecto de inversión.

Con un mercado tan cambiante las empresas tienen la necesidad de identificar cuáles son los factores que inducen al consumidor a la compra de los productos y a la adquisición de los servicios que el entorno les ofrece. El conocer cómo se comporta el cliente para satisfacer estas necesidades y deseos, se podrá resolver solo a través de identificar diversas variantes como lo son: en qué momento deciden buscar o comprar, como evalúan y que usan, actividades que se desprenden directamente a procesos mentales y emocionales como acciones físicas y sus estrategias de Mercado.

Según Laura Fischer (2009), la estrategia de marketing es un tipo de estrategia con el que cada unidad de negocios espera lograr sus objetivos de marketing mediante:

- La selección del mercado meta al que desea llegar
- La definición del posicionamiento que intentará conseguir en la mente de los clientes meta,
- La elección de la combinación o mezcla de marketing (producto, plaza, precio y promoción) con el que pretenderá satisfacer las necesidades o deseos del mercado meta y la determinación de los niveles de gastos en marketing

Según Philip Kotler, (1998) el mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios.

Para Jerome McCarthy un enfoque global (2001), es la realización de las actividades que pueden ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, anticipándose a los deseos de los consumidores y a desarrollar productos o servicios aptos para el mercado.

Por su parte John A. Howard, quien trabaja en la Universidad de Columbia, asegura que está convencido de que el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas.

Por otro lado, Al Ries y Jack Trout, opinan que marketing es sinónimo de “guerra” donde cada competidor debe analizar a cada “participante” del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazar un plan a fin de explotarlas y defenderse.

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el marketing es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

#### **4.2 MARCO CONCEPTUAL:**

La panela se considera un alimento que, a diferencia del azúcar, que es básicamente sacarosa, presenta, además, significativos contenidos de glucosa, fructosa, proteínas, minerales (como calcio, hierro, cobre y fósforo) y vitaminas como el ácido ascórbico y complejo B.

- **LA PANELA:** Apoyada en la evidencia científica, la dietista y nutricionista, los minerales de la panela son esenciales para el óptimo funcionamiento del organismo.
- **EL AZÚCAR:** es la principal fuente de energía que nuestro cuerpo necesita para realizar las actividades diarias.

- **CAÑA DE AZÚCAR:** Caña de tallo leñoso que está lleno de un tejido esponjoso y dulce del que se extrae el azúcar.
- **PROPÓLEO:** es un excelente antibiótico natural que estimula las defensas frente a las infecciones y tiene numerosas propiedades terapéuticas para la salud, sobre todo en caso de infecciones respiratorias.
- **MIEL:** La miel es utilizada desde hace miles de años en todo el mundo, ya sea como saborizante de brebajes, alimento o medicamento. Su composición es variable sin embargo su principal componente son carbohidratos en la forma de monosacáridos como la fructosa y la glucosa, así como disacáridos tales como la maltosa.
- **ORGÁNICO:** es un término que define los alimentos destinados al consumo que han sido producidos sin productos químicos y procesados sin aditivos.
- **COMERCIALIZADORA:** es aquella que, como su mismo nombre lo dice, se encarga de comercializar un producto finalizado.
- **PEQUEÑOS PRODUCTORES:** son aquellos productores que se dedican a la explotación de pequeñas extensiones de terreno.
- **ENSACADO:** Luego de que ya se ha granulado y enfriado la panela lo suficiente se procede a recoger utilizando un recogedor de acero inoxidable y ponerla unas fundas plásticas dentro del saco para así proteger a la panela de la humedad.
- **FACTORES DETERMINANTES:** presentación, composición, pureza, tratamiento tecnológico, conservación, aspecto sanitario, valor nutritivo y biológico.
- **FACTOR HUMANO:** tienen mayor importancia y lo conforman: productores, comerciantes y consumidores, etc.

### **4.3 MARCO LEGAL:**

#### **4.3.1 LEGISLACIÓN SANITARIA**

- ✓ **Resolución 2674 De 2013.** Esta resolución establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.
  
- ✓ **Resolución 5109 De 2005.** Reglamento Técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
  
- ✓ **Resolución 765 De 2010. Artículo Primero.- Objeto.** La presente resolución tiene por objeto regular el proceso de capacitación para manipulación de alimentos dirigida a:

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

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

- ✓ **Resolución No. 002505 De 2004.** “Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles” EL MINISTRO DE TRANSPORTE En ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas por la Ley 769 de 2002 y el Decreto 2053 de 2003.

## **5. DESARROLLO METODOLÓGICO**

### **5.1 METODOS DE INVESTIGACIÓN**

Para llevar a cabo el proceso de la investigación se consideró pertinente el enfoque cualitativo y cuantitativo, por la posibilidad que brinda de estudiar las interacciones entre los sujetos en su contexto, permitiendo centrar el interés investigativo. De esta forma, se tienen dos aspectos importantes desde la perspectiva sociocultural que dan fuerza al propósito, por un lado las características a ser estudiadas del contexto, como las relaciones propias del lugar, la elaboración de la panela, y su proceso de producción, y en segunda instancia la construcción común y científica que los sujetos han elaborado en este contexto.

Además, tomando como referencia a Frederick Erickson (1986) la principal característica de la investigación cualitativa es el lugar central que ocupa la interpretación, en este sentido, la investigación se caracteriza por estar inmersa en el enfoque cualitativo de carácter interpretativo, pues esta se asume como una característica oportuna a los intereses que permiten realizar una interpretación subjetiva y detallada mediante la aplicación de talleres analizando la trayectoria de los hechos presentes obteniendo conclusiones que parten de antecedentes particulares para aplicarlos en hechos generales pues se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales.

Por otro lado y de acuerdo a Hernández Sampieri (2010), se puede decir que este proyecto también tiene un enfoque cuantitativo, pues este estudio realiza un proceso para llegar a las debidas conclusiones. Dicho proceso empieza con el surgimiento de una idea donde una vez delimitada, se plantea el problema en el que se va a hacer énfasis y más tarde resultan los objetivos trazados para construir un marco teórico. Seguidamente se realiza la visualización del alcance que va a tener este estudio para que se pueda elaborar las hipótesis y así determinar las variables que serán la base para desarrollar un diseño útil en la definición de la muestra y de esta manera recolectar datos que serán analizados con un reporte final de resultados.

Teniendo en cuenta que para la toma de decisiones y una viabilidad del proyecto, es necesario contar con fuentes de información sustentables, se ha optado por manejar el tipo de información secundaria.

## **5.2 TIPOS DE INVESTIGACION**

**Descriptiva:** Como afirma Salkind (1998), la investigación descriptiva se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Es por esta razón que el proyecto tiene este tipo de investigación, pues de acuerdo con el autor, una de las funciones de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto a estudiar y su detallada descripción.

Por otro lado, teniendo en cuenta el estudio de mercado como primera fase del estudio, se tiene que soportar principalmente en técnicas de recolección de datos como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental para identificar variables de aceptación del producto y así reconocer su viabilidad al presentarlo ante el mercado pues se logra identificar que la panela orgánica con sabor a propóleo se encuentra dentro de una competencia perfecta ya que es un producto con gran número de productores y un gran número de consumidores.

## 6. ESTUDIO DE MERCADO

### 6.1 El producto

#### 6.1.1 Estructura del mercado

Según el estudio de mercado la panela orgánica granulada con propiedades del propóleo se encuentra dentro de una competencia perfecta, pues esta se caracteriza por el precio que se determina entre la oferta y la demanda, pues se establece entre muchos demandantes y oferentes teniendo en cuenta la elasticidad en el precio de la demanda.

#### 6.1.2 Definición Producto

<b>Producto Básico</b>	Es la panela ya que este satisface la necesidad de endulzar
<b>Producto Real</b>	Panela orgánica (granulada) que se caracteriza por su presentación atractiva en envase de vidrio que puede ser reutilizable
<b>Producto Aumentado</b>	En este caso sería la panela con propóleo porque este presenta una característica diferenciadora ante la competencia, aportando beneficios al consumidor.

**Tabla 1** Definición del producto (equipo de trabajo)

### 6.2 El cliente

#### 6.2.1 El perfil del consumidor

<b>Perfil del consumidor</b>	Cadenas de comercialización
------------------------------	-----------------------------

**Tabla 2** Perfil del consumidor (equipo de trabajo)

## 6.2.2 Identificación de variables

<b>Identificación del cliente</b>	El consumidor de Panela Orgánica (granulada) con sabor a Propóleo es una persona perteneciente a cualquier clase social (aunque la consumen más las clases media y baja) con un rango de edad entre 5 a 70 años, excepto personas que presenten problemas de azúcar.
<b>Población objetivo</b>	490,623 personas
<b>Variables Geográficas</b>	Ibagué, barrio Restrepo en el centro de la ciudad, 1439km <sup>2</sup>
<b>Variables demográficas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distribución por edades de nuestra población objetiva es Menores de 18 años 7% Entre 19 y 27 años 46% Entre 28 y 60 años 47% Mayores de 61 0%</li> <li>Del total de la población objetiva de Ibagué el 62% son mujeres y el 38% son hombres.</li> <li>Los ingresos son Entre 1 y 2 SMLV (\$781.244 - \$1.562.488).</li> <li>Estratos 1- 5% estrato 2- 42% estrato 3- 38% estrato 4-10% estrato 5- 2% estrato 6- 3%</li> </ul>
<b>Hábitos de consumo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beneficios nutricionales y medicinales.</li> <li>Calidad.</li> <li>Precios asequibles.</li> <li>Alto contenido en vitaminas.</li> </ul>
<b>Sitios de compra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supermercados 69%</li> <li>Droguerías 13%</li> <li>Tiendas naturistas 18%</li> </ul>
<b>Volúmenes periódicos de compra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Semanal 13%</li> <li>Quincenal 30%</li> <li>Mensual 38%</li> <li>Otro 19%</li> </ul>

**Tabla 3** Identificación de variables (equipo de trabajo)

## 6.3 La demanda

### 6.3.1 La proyección de la demanda

Año	Categoría	Consumo per cápita	Población objetivo	Unidades (frascos x 250grs)	Precio promedio	Demanda total en el año
1	Panela orgánica granulada	38	490623	18.643.674	\$6.500	121.183.881.000
2	Panela orgánica granulada	38	495038	18.811.444	\$6.531	122.857.540.764
3	Panela orgánica granulada	38	499740	18.990.120	\$6.572	124.803.068.640
4	Panela orgánica granulada	38	504497	19.170.886	\$6.656	127.601.417.216
5	Panela orgánica granulada	38	509289	19.352.982	\$6.723	130.110.097.986

**Tabla 4** Proyección de la demanda (equipo de trabajo)

## 6.4 La oferta

### 6.4.1 Los competidores en el mercado del producto

#### 6.4.1.1 Información del competidor

Competidor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Ecorgánicos de Colombia	Bogotá	Lunes – viernes 8:00am – 6:00pm	6464330	<a href="mailto:ecorganico@gmail.com">ecorganico@gmail.com</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Frutas deshidratadas</li> <li>Miel de yacon.</li> </ul>
Delight Cane-panela pulverizada orgánica	Bogotá	Lunes – viernes 8:00am – 6:00pm	3155666032	<a href="mailto:gerencia@delightcane.com">gerencia@delightcane.com</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Smoothie verde endulzado con panela.</li> <li>Pasta con salsa bbq de panela</li> </ul>

**Tabla 5** Información del competidor directo (equipo de trabajo)

### 6.4.2 Ventas Competencia

Competidor	Categoría	Oferta total año en kgs	Precio de venta promedio	Oferta total año en \$
Ecorgánicos de Colombia	Limón (275Gr)	14.400	\$5.500	\$79.200.000
	Maracuyá (275Gr)	9.600	\$5.500	\$52.800.000
	Natural (275Gr)	8.400	\$5.500	\$46.200.000
	Propóleo (300Gr)	3.600	\$6.500	\$23.400.000
Delight Cane-panela pulverizada orgánica	Frutos rojos (500gr)	3.600	\$10.500	\$37.800.000
	Natural (500gr)	4.200	\$10.500	\$44.100.000

**Tabla 6** Ventas competencia directa (equipo de trabajo)

### 6.4.3 Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados

#### 6.4.3.1 Información del competidor indirecto

Competidor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
INCAUCA	Cr 9 #28 – 103 Cali	8am a 12am y 2pm a 6pm	4183000	<a href="mailto:incauca@incauca.com">incauca@incauca.com</a>	Azúcar granula
MELATOS	Cr7 # 180-75 local 17	8am a 4pm	2402801	<a href="mailto:miel.melatos@melatos.com">miel.melatos@melatos.com</a>	Jarabe de miel

**Tabla 7** Información del competidor indirecto (equipo de trabajo)

#### 6.4.3.2 Ventas Competencia Indirecta

Competidor	Categoría	Oferta total año en kgs	Precio de venta promedio	Oferta total año en \$
INCAUCA	Azúcar granulada	883.121	\$8.000	\$7.064.968.000
	Panela orgánica	176.624	\$6.500	\$11.480.560
MELATOS	Jarabe de miel	353.248	\$9.000	\$3.179.232.000

**Tabla 8** Ventas de la competencia indirecta (grupo de trabajo)

### 6.5 El precio

Después de realizar una proyección de demanda y teniendo en cuenta los métodos de fijación el precio se establece por 3 factores importantes como son los clientes, competencia, costos de producción. Argumentando este precio de acuerdo con los objetivos del proyecto, se llega a la determinación de fijar su precio en \$ 6.500.

## 6.6 Distribución indirecta

<b>Transporte y abastecimiento a los puntos de venta.</b>	Se implementará: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución Indirecta: Fabricante – Mayorista – Consumidor final</li> </ul> La mercancía se entregará en vehículos de transporte de alimentos de propiedad de la compañía.
<b>Almacenamiento, embalaje y manejo de materiales</b>	El almacenamiento será realizado en bodegas a temperatura ambiente y almacenado en estantería debidamente ubicada en estibas, estará situado lo más cerca al lugar de transformación de la materia prima. Como embalaje se tendrá doce unidades por caja, cada unidad en envase de vidrio por 250 grs.

**Tabla 9** Distribución y almacenamiento del producto (equipo de trabajo)

## 6.7 Planeación de las ventas

<b>Descuento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente obtendrá un descuento por pronto pago del 3% sobre el volumen de sus compras.</li> <li>• Bonificación en producto.</li> </ul>	<b>Experiencia de Cliente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de bienestar mental.</li> <li>• Contribuir con la responsabilidad ambiental.</li> </ul>	<b>Ubicación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicado en un eje central de Ibagué cerca de la caja de compensación Comfenalco y a 10 minutos del centro de la ciudad.</li> </ul>	<b>Accesibilidad:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un local amplio con iluminación LED, estructura moderna con fachada de vidrio y excelentes acabados.</li> </ul>
---	--	---	--

<p><b>Atención al Cliente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar al cliente una atención personalizada, basada en un acompañamiento y seguimiento constante con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor.</li> </ul>	<p><b>Factores higiénicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio libre de humo de tabaco</li> <li>• Certificación del Invima.</li> <li>• Iluminación adecuada.</li> <li>• Ambientación locativa acorde al servicio que se brinda.</li> <li>• Excelente limpieza</li> </ul>	<p><b>Servicio post venta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisado por la superintendencia financiera.</li> <li>• Implementación de PQR para mejora continua del servicio.</li> <li>• Respaldo de la empresa en caso de inconformidad con el producto (cambios).</li> </ul>	<p><b>Facilidades de pago:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago con tarjeta (débito y crédito)</li> <li>• Pagos ach y transferencia bancaria</li> <li>• Créditos a 30 días (grandes superficies)</li> </ul>
--	---	--	--

**Tabla 10** Planeación de las ventas (equipo de trabajo)

## 6.8 Estrategias de mercadeo

### 6.8.1 Estrategias Eje Crecimiento

Plazo	Objetivo	Estrategia	Actividad
Corto	Ingresar en el mercado de manera positiva para que se pueda comercializar el producto.	Implementar campañas publicitarias y degustaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cuñas radiales, redes sociales página web</li> <li>• Degustación de la panela orgánica.</li> </ul>

<b>Mediano</b>	Generar recordación del producto en los ibaguereños.	Ofrecer un buen servicio en la venta y pos venta, enfocado en la calidad y beneficio del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor interacción con el cliente y aliados comerciales.</li> <li>• Capacitación al personal para un mejor servicio e información al consumidor.</li> </ul>
<b>Largo</b>	Aumentar la participación en el mercado departamental.	Nuevos aliados comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Invertir en infraestructura y tecnología para otro punto de venta.</li> <li>• Realizar negociaciones con grandes súper mercados de cadena.</li> </ul>

**Tabla 11** Estrategias de eje de crecimiento (equipo de trabajo)

### 6.8.2 Estrategias Eje eficiencia

<b>Plazo</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Actividad</b>
<b>Corto</b>	Incentivar a los empleados para que den un mejor rendimiento laboral.	Generar ambiente laboral positivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación y charlas motivacionales</li> <li>• Implementar manual de funciones y ética en el trabajo.</li> </ul>
<b>Mediano</b>	Realizar actividades de fidelización de los clientes para que perdure la satisfacción de los mismos.	Realizar activaciones de marca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• por medio de encuestas nos cuenten las cosas por mejorar o resaltar</li> <li>• Revisar las opiniones semanales y evaluar si se está mejorando</li> </ul>

<b>Largo</b>	Generar crecimiento de la compañía	Mejora de infra estructura, tecnología y proceso logístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustituir equipos desactualizados para mejorar el funcionamiento.</li> <li>• Retroalimentación en proceso de distribución y entregas.</li> </ul>
--------------	------------------------------------	---	---

**Tabla 12** Estrategias Eje de eficiencia (equipo de trabajo)

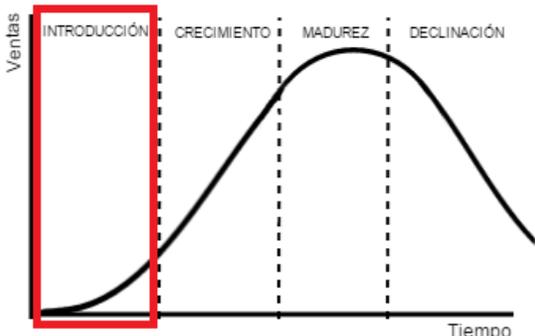
### 6.8.3 Estrategias Eje innovación

<b>Plazo</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Actividad</b>
<b>Corto</b>	Lograr reconocimiento del producto en el mercado, mediante programas de publicidad en línea	Realizar campañas publicitarias en redes sociales mediante la implementación del marketing digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de blogs</li> <li>• Promociones inmediatas en línea</li> <li>• Creación de medios de pago electrónicos</li> </ul>
<b>Mediano</b>	Realizar mejoras en la imagen del producto para mayor aceptación del mercado, generando recordación de marca	Diseñar etiquetas con colores llamativos que sean acordes al producto y a las tendencias del mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización de programas ofimáticos</li> <li>• Realizar encuestas a los consumidores para conocer sus preferencias</li> </ul>

<b>Largo</b>	Ampliar nuestro portafolio incorporando otras propiedades medicinales a la panela orgánica (jengibre) para cumplir con la demanda del mercado.	Efectuar una investigación de mercados para identificar los gustos y preferencias de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabular información obtenida</li> <li>• Realizar prueba piloto del producto nuevo para conocer la aceptación del mismo.</li> </ul>
--------------	--	---	---

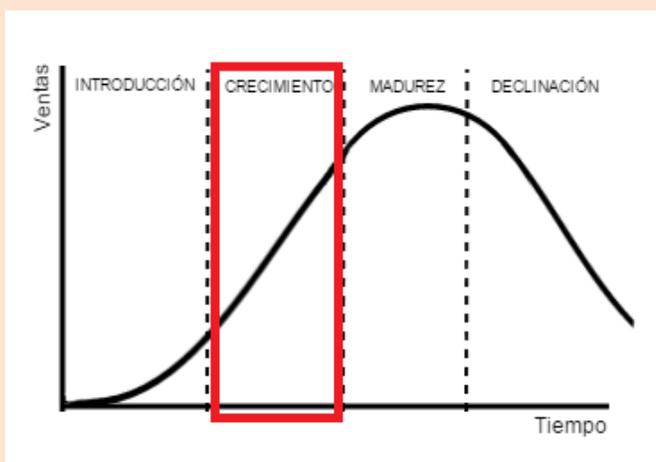
**Tabla 13** Estrategias Eje de innovación (equipo de trabajo)

#### 6.8.4 Estrategias de Producto

<b>Etapas de introducción</b>	<p>Mediante la investigación de mercado se implementaran distintas técnicas de recolección de datos (encuestas, entrevistas, muestreo, recolección de antecedentes, entre otros), referente a los canales de distribución son un medio que se utilizara para que el producto llegue al consumidor final, su posicionamiento será establecido por medio de un logo y color que genere recordación en los clientes, la panela orgánica con las propiedades del propóleo, en su etapa de introducción llegara al mercado con la expectativa de suplir y satisfacer las necesidades de los consumidores, esto se realiza con el riesgo de obtener pocas ganancias debido a los costos de inversión en los canales de distribución en que será implementado.</p> 
-------------------------------	--

**Etapa de crecimiento**

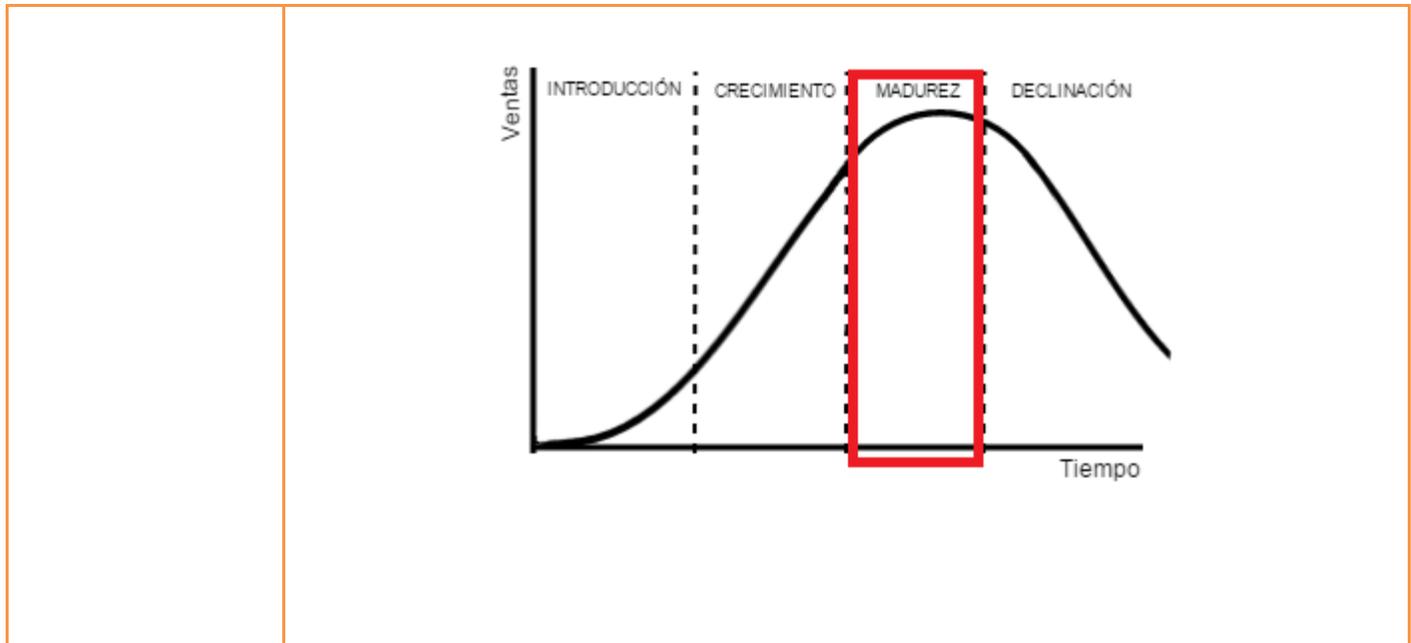
Para promover la panela orgánica con las propiedades del propóleo se implementaran estrategias de promoción que contengan mensajes informativos (volantes, vallas, mensajes por radio), que llamen la atención de los consumidores, reforzando el posicionamiento y a su vez la relación con los canales de distribución se verá reforzada de forma positiva en beneficio del producto, además se innovara constantemente con el fin de mejorar la aceptación e incursión en el mercado, esto podría conllevar a un aumento en los volúmenes de venta.



**Etapa de madurez**

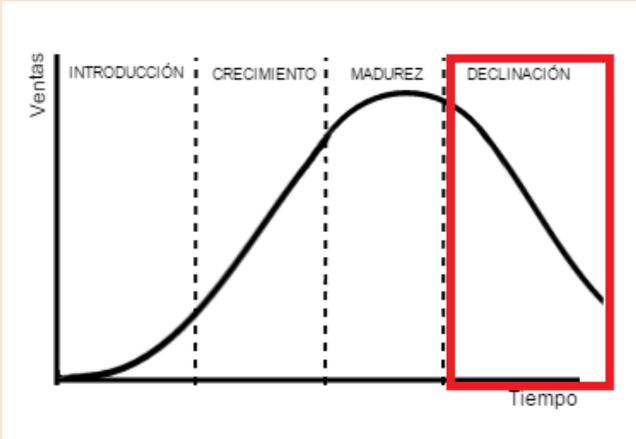
El producto entra en una fase de aumento decreciente en ventas, y se observa como el nivel de ventas va disminuyendo y comienza a declinar lentamente, para este caso se implementarán diversas estrategias como:

- Cambio o mejora en el empaque
- Aumento en el contenido (%)
- Cupones de descuento
- Reducir inversiones en publicidad
- Seguimiento post-venta



Cuando el producto entra en este último ciclo de vida, resulta más viable sacarlo del mercado que reinvertir, pues resulta mejor no asumir los costos que significarían intentar que vuelva a tener aceptación en el mercado.

**Etapas de decadencia**



**Tabla 14** Estrategias del ciclo de vida del producto (equipo de trabajo)

**6.9 Mercado de insumos**

**6.9.1 Aspectos a tener en cuenta**

<b>Calidad del producto</b>	Que sea 100% natural y orgánica
<b>Perfil general del</b>	Empresa con trayectoria, calidad de productos y puntualidad en las

<b>proveedor</b>	entregas, con costos favorables para la empresa
<b>Referencias y clientes</b>	Contactar a otras empresas con las que estén trabajando e investigar el funcionamiento en fabricación y distribución con estos clientes.
<b>Tecnología, infraestructura y logística</b>	Que cuente con la tecnología necesaria para la producción de la panela granulada orgánica, con una infra estructura amplia tanto para su almacenamiento y distribución en la parte logística
<b>Filosofía y forma de trabajo</b>	Contar con una filosofía definida tanto en misión, visión y valores corporativos como el compañerismo, esfuerzo, trabajo en equipo, compromiso, motivación, fijación de metas y cumplimiento en las labores diarias.
<b>Postventa</b>	Estar pendiente de posibles acontecimientos con los insumos que nos llegan si hay algún retraso o avería realice el cambio en tiempos establecidos que no perjudiquen el funcionamiento de la empresa
<b>Precio y cuestiones financieras</b>	Precios cómodos al de la competencia incentivos por pronto pago, y facilidad de pago.

**Tabla 15** Características de selección de insumos (equipo de trabajo)

### 6.9.2 Selección de proveedores

Proveedor	Ubicación	Horarios de atención	Teléfonos	E-mail/redes sociales	Otros servicios
Discomerla SAS	Cll 49D # 40-145 Envigado - Antioquia	Lunes a Viernes de 8 am – 6 pm Sábados 8 am - 1pm	3003418638	<a href="http://www.discomerla.com.co">www.discomerla.com.co</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Azúcar</li> <li>• Pulpas de fruta</li> <li>• Bebida de panela</li> <li>• Manjar diet</li> </ul>

Propoleo Miel de Colombia	Calle 37 #58b – 23 Molinares, Medellín-Antioquia	Lunes a viernes de 7 am – 7 pm Sábados de 7 am – 12 m	3012020777 3117402833	<a href="http://www.mieldecolombia.com/">www.mieldecolombia.com/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miel de abejas</li> <li>• Polen</li> <li>• Propóleos</li> <li>• Jalea real</li> </ul>
Discordoba	Cra 22 #14-31 Paloquemao, Bogotá, Colombia	Lunes a Viernes de 10 am – 12:30 pm y 2 a 5Pm	3602300	<a href="http://www.discordoba.com">www.discordoba.com</a>	Envases de vidrio.
Lizeth mendoza	Mz c Casa 7 jordan 3 etapa, Ibagué - Tolima	Lunes a Viernes de 8 a 12 y de 2 a 6 pm	3212121776	<a href="mailto:lizamendoza1901@hotmail.com">lizamendoza1901@hotmail.com</a>	Diseños y publicidad

**Tabla 16** Selección de proveedores (equipo de trabajo)

## 6.10 Proyección de los precios del producto e insumos

### 6.10.1 Proyección de los precios del producto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Panela orgánica con propiedades del propóleo.	\$6.500	\$6.788	\$7.089	\$7.403	\$7.728

**Tabla 17** Proyección de precios del producto (equipo de trabajo)

## 6.10.2 Proyección de los precios de insumos

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Panela	\$550	\$574	\$599	\$625	\$653
Propóleos	\$1.300	\$1.358	\$1.418	\$1.481	\$1.547
Envase de vidrio	\$400	\$418	\$436	\$455	\$475
Etiqueta de envase	\$50	\$52	\$54	\$56	\$58
Tapa hermética	\$50	\$52	\$54	\$56	\$58

**Tabla 18** Proyección de precios de insumos (equipo de trabajo)

## 7. ESTUDIO TÉCNICO

### 7.1 Tamaño del proyecto

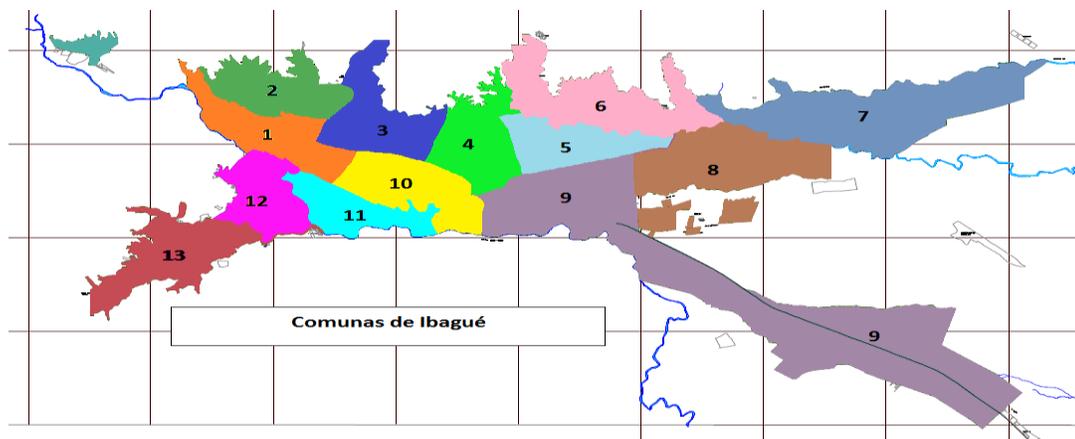
#### 7.1.1 Capacidad

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Capacidad diseñada</b>	186.436	186.436	186.436	186.436	186.436
<b>Capacidad Instalada</b>	149.149	149.149	149.149	149.149	149.149
<b>Capacidad Real</b>	119.319	126.777	134.234	141.692	149.149
<b>Utilización (%)</b>	80%	85%	90%	95%	100%

**Tabla 19** Tamaño del proyecto (equipo de trabajo)

## 7.2 Localización del producto

### 7.2.1 Macro localización



**Figura 4** Macro localización del proyecto (tomado de [www.monumentosdeibague.es.tl](http://www.monumentosdeibague.es.tl))

### 7.2.2 Preselección de los puntos de localización

Zona	Comuna	Estrato	Dirección
A	4	2	Cra 6 #39 – 40 Barrio Restrepo
B	13	2	Terrazas del tejar
C	7	2	Mz h cs 20 barrio Comfatolima

**Tabla 200** Puntos de localización (equipo de trabajo)

### 7.2.3 Métodos de evaluación

Factor	Peso	Califica	Ponderac	Calificaci	Ponderac	Calificaci	Ponderac
		ción zona A	ión zona A	ón zona B	ión zona B	ón zona C	ión zona C
Localización de materias primas e insumos	0.4	5	2	4	1.6	5	2

Ubicación de la población objetivo	0.2	8	1.6	4	0.8	2	0.4
Vías de comunicación y medios de transporte	0.1	6	0.6	6	0.6	4	0.4
Clima	0.1	3	0.3	2	0.2	1	0.1
Tamaño y tecnología	0.2	4	0.8	5	1	4	0.8
<b>Totales</b>	<b>1.0</b>		<b>5.3</b>		<b>4.2</b>		<b>3.7</b>

**Tabla 211** Métodos de evaluación (equipo de trabajo)

### 7.2.4 Micro localización



**Figura 5** Micro localización del proyecto (equipo de trabajo)

## 7.3 Ingeniería del proyecto

### 7.3.1 Selección del proceso productivo

<b>Selección del proceso productivo</b>	Línea (continuo o en serie)
---	-----------------------------

**Tabla 222** Selección del proceso productivo (equipo de trabajo)

### 7.3.2 Selección de tecnología

Tecnología	Características	Proveedor	Precio
Computadores	Instalaciones de software operativos, larga vida útil.	HP	\$799.000 C/U
Teléfonos	Con servicio inalámbrico y extensiones.	Panasonic.	\$80.000 C/U

**Tabla 233** Selección de tecnología (equipo de trabajo)

### 7.3.3 Selección maquinaria y equipo

Maquinaria y/o equipo	Características	Proveedor	Precio
<b>Mezcladora Industrial</b>	De tipo pesado, capacidad del disco 18", motor de 9 a 13 HP, peso sin motor 86kg.	MAQUIMOL COLOMBIA S.A.S	\$3.500.000
<b>Máquina de Empaque y sellamiento</b>	Película de termo encogido: PVC, etc, peso total 480kg, espesor de la película 0.02-0.15 mm, sellado y corte.	MAQUIMOL COLOMBIA S.A.S	\$2.000.000
<b>Máquina registradora</b>	Calcular y registrar transacciones comerciales, imprime recibos o facturas para el cliente.	CASIO	\$328.900
<b>Maquina pulverizadora</b>	Acero inoxidable, motor de 5 velocidades, control de temperatura y tiempo.	MAQUIMOL COLOMBIA S.A.S	\$10.000.000

**Tabla 244** Selección maquinaria y equipo (equipo de trabajo)

### 7.3.4 Selección de materia prima

Nombre	Unidad de medida	Cantidad necesaria	Proveedor	Precio
--------	------------------	--------------------	-----------	--------

<b>Envases de vidrio</b>	Unds	500	EnvaPack	\$600 C/U
<b>Panela orgánica</b>	Lb	330	Discomerla SAS	\$1.111 C/Lb
<b>Propoleo</b>	Lb	22	Propóleos Miel de Colombia	\$3.000 C/Lb

**Tabla 255** Selección de materia prima (equipo de trabajo)

### 7.3.5 Selección de personal de producción

<b>CARGO</b>	<b>VACANTES</b>	<b>SALARIO</b>
Auxiliar de etiqueta y embalaje	1	\$781.142
Auxiliar de producción	1	\$781.142
Jefe de producción	1	\$1'200.000

**Tabla 266** Selección de personal de producción (equipo de trabajo)

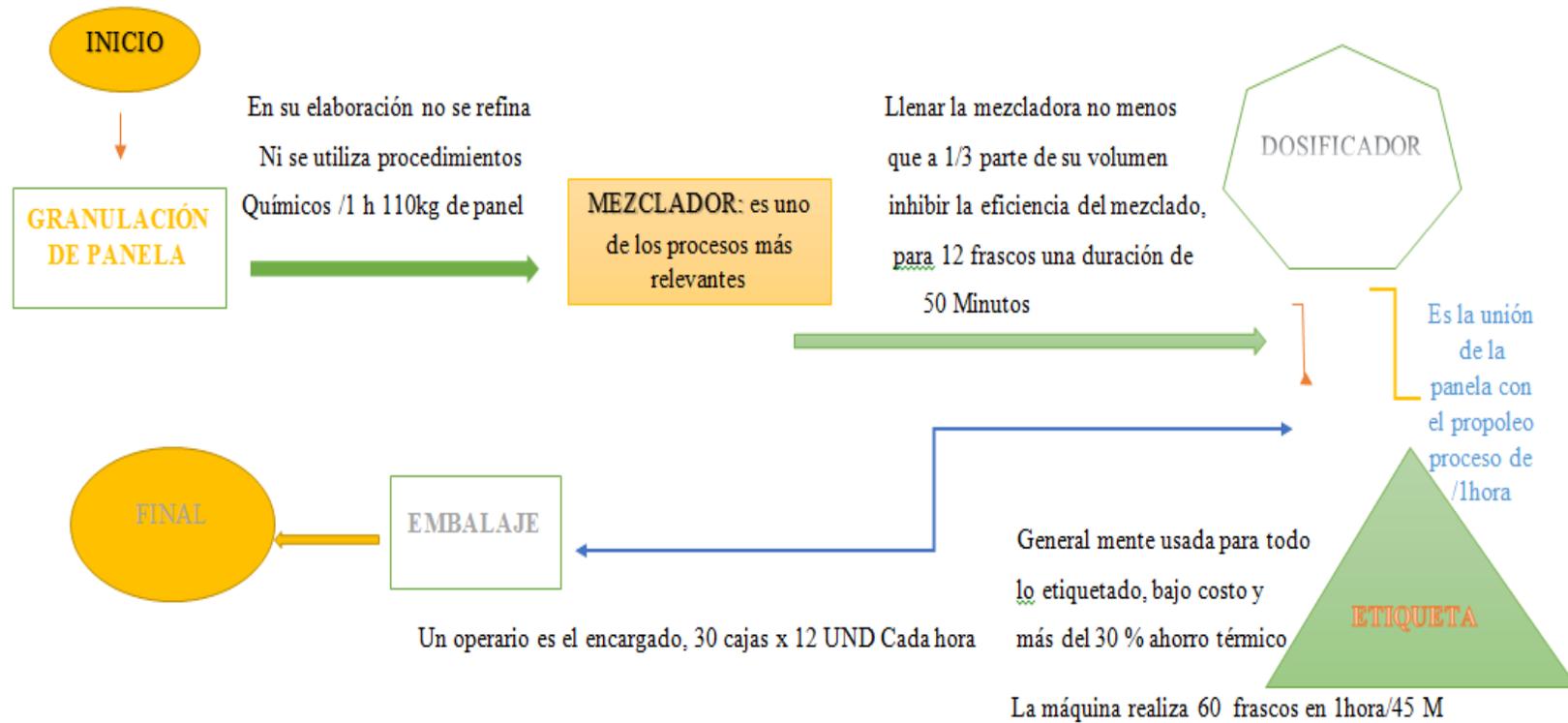
### 7.3.6 Descripción del proceso de producción

La elaboración de Propalito inicia con el proceso de llevar la panela en atado a la máquina de granulación durante 1 hora y así finaliza su primer proceso, luego se pasa a la mezcladora donde se adiciona la panela con el propóleo y esperamos 50 minutos para que esté listo. Una vez obtenido este proceso pasamos a la parte de empaque donde la máquina se encarga de distribuir correctamente el gramaje en cada envase para un total de 12 unidades y adicionalmente complementar con la incorporación de la tapa hermética; después por la banda magnética llega a la zona de etiqueta y siguiendo al embalaje y por último su debido almacenamiento en las estibas ubicadas en la bodega.

- **Panela orgánica:** No requiere de tiempo para su procesamiento, pues los proveedores nos la envían en bloques.
- **Granulación de la panela:** La máquina granula en una hora 110 kg de panela.

- **Mezclador:** Para la producción de la mezcla de la panela granulada de 12 frascos, la mezcladora realizara dicho proceso en 50 minutos.
- **Dosificador:** En la unión de la panela orgánica con el propóleo se utilizara un dosificador para que el producto tenga una mejor calidad, dicha maquina realizara este proceso en una hora.
- **Etiqueta:** La máquina etiquetadora en una hora realiza dicho proceso con 60 frascos.
- **Embalaje:** Estará a cargo de un operario, con un tiempo establecido de 30 cajas (x 12 unds) en una hora

### 7.3.6.1 Diagrama de flujo



**Figura 6** Diagrama de flujo (equipo de trabajo)



### 7.3.8 Obras físicas de la planta

ACCIÓN	PRESUPUESTO
Divisiones para oficinas	<b>\$2.000.000</b>
Pintura y embellecimiento de paredes	<b>\$1.000.000</b>

**Tabla 277** Obras físicas (equipo de trabajo)

### 7.3.9 Control de calidad

Acción	Encargado	Periodo	Lugar	Presupuesto
Supervisión en el proceso de la transformación.	Jefe de Producción	Diario	Planta de producción	\$1.200.000
Seguridad y salud en el trabajo	Subgerente de procesos	Diario	La organización en general	\$1.500.000
Estándares de producción	Jefe de producción	Diario	Bodega de almacenamiento	\$1.200.000

**Tabla 288** Control de calidad (equipo de trabajo)

### 7.3.10 Seguridad industrial

#### PROPALITO

La empresa, ubicada en la esquina de la manzana 11 del barrio Restrepo del municipio de IBAGUE, TOLIMA en la confluencia de la calle sexta, sin contar con sucursales, y que se dedica a la elaboración de panela con propolio a partir de panela derretida y el producto fermentado de miel, prescribe el presente reglamento, contenido en los siguientes términos:

#### ARTÍCULO 1

PROPALITO se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una adecuada y

oportuna prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales, de conformidad con los artículos 34, 57, 58, 108, 205, 206, 217, 221, 282, 283, 348, 349, 350 y 351 del Código Sustantivo de Trabajo, el artículo 140 del Decreto 19 de 2012 que modificó el artículo 220 del Código Sustantivo de Trabajo La ley 9ª de 1979, Resolución 2400 de 1979, Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Ley 100 de 1993, Decreto 1295 de 1994, Resolución 1401 de 2007, Resolución 2346 de 2007, Ley 1562 de 2012,

Decreto 1072 de 2015 (Libro 2, parte 2, título 4, capítulo 6), Resolución 1111 de 2017 y demás normas que con tal fin se establezcan.

## **ARTÍCULO 2**

La Empresa se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Vigía de Seguridad y Salud en el Trabajo, de conformidad con lo establecido por el Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Decreto 1295 de 1994, Decreto 1072 de 2015 (Libro 2, parte 2, título 4, capítulo 6).

## **ARTÍCULO 3**

La Empresa se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes, de conformidad con el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, elaborado de acuerdo a la Ley 1562 de 2012, Decreto 614 de 1984, Decreto 1072 de 2015 (Libro 2, parte 2, título 4, capítulo 6) y Resolución 1111 de 2017 el cual contempla, como mínimo, los siguientes aspectos:

- a. Medicina Preventiva y del Trabajo.** Orientado a promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, en todos los oficios, prevenir cualquier daño a su salud, control de los riesgos generados por la presencia de agentes y procedimientos nocivos; colocar y mantener al trabajador en una actividad acorde con sus aptitudes fisiológicas y psicosociales.
  
- b. Higiene y Seguridad Industrial.** Dirigido a establecer las mejores condiciones de saneamiento básico industrial y a desarrollar acciones dirigidas a eliminar o

controlar los factores de riesgo que se originen en los lugares de trabajo y puedan ser causa de enfermedades laborales o accidentes de trabajo.

**PARÁGRAFO:** a efecto que los peligros contemplados en el presente artículo no se traduzcan en accidentes de trabajo o enfermedades de origen laboral, PROPALITO ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor y en el trabajador, con intervenciones tales como eliminación, sustitución, controles de ingeniería, señalización y advertencia, controles administrativos y dotación de equipos y elementos de protección personal de conformidad con lo estipulado en el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo de la empresa, el cual se da a conocer a todos los trabajadores al servicio de ella.

#### **ARTÍCULO 4**

La empresa y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como a las normas técnicas e internas que adopten para lograr implantación de las actividades de medicina preventiva y del trabajo, higiene y seguridad industrial que sean concordantes con el presente Reglamento y con el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de PROPALITO

El incumplimiento por parte de los trabajadores de las acciones de gestión adelantadas en el marco del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo emitidos por el empleador en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, constituye un incumplimiento de sus obligaciones contractuales legales y reglamentarias, por lo tanto, puede dar lugar a la imposición de sanciones disciplinarias conforme al Reglamento Interno de Trabajo.

#### **ARTÍCULO 5**

La Empresa ha establecido un proceso de inducción, reinducción capacitación y entrenamiento de seguridad y salud para el trabajador, de acuerdo a la identificación de peligros, a las actividades a desempeñar y a los riesgos evaluados producto de las labores generales y específicas a desarrollar.

## **ARTÍCULO 6**

Este Reglamento permanecerá exhibido en por lo menos dos lugares visibles en las instalaciones de trabajo, cuyos contenidos se dan a conocer a todos los trabajadores en el momento de su ingreso y en los momentos que la empresa lo considere pertinente.

## **ARTÍCULO 7**

El presente Reglamento entra en vigencia a partir de su firma y publicación por el Representante Legal del Sistema de Gestión y durante el tiempo que la empresa conserve, sin cambios sustanciales, las condiciones existentes en el momento de su aprobación, tales como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del reglamento o que limiten su vigencia.

## **ARTÍCULO 8**

De acuerdo a la Ley 962 de 2005, en su artículo 55 en donde establece la supresión de la revisión y aprobación del Reglamento de Higiene y Seguridad por el Ministerio de la Protección Social, la empresa no realiza la inscripción ante dicho estamento, pero sí realiza la divulgación correspondiente y su publicación en dos sitios visibles de la compañía, todo con el fin primordial de establecer una comunicación permanente con sus trabajadores que le permita mantener identificados y controlados los riesgos de origen laboral.

### **8. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **8.1 Filosofía Organizacional**

##### **8.1.1 Misión**

Nuestra razón de ser es innovar, desarrollar, producir y comercializar panela orgánica granulada, elaborada bajo altos estándares de calidad certificada,

garantizando la satisfacción del cliente mediante la mejora continua al interior de la organización, generando oportunidades de trabajo

### **8.1.2 Visión**

Propalito S.A busca ser la empresa líder en ventas de productos naturales a base de Panela, con alto grado de participación de sus productos a nivel nacional. Logrando duplicar sus ventas del año 2019 al año 2024. Proporcionando a sus clientes la mejor calidad de producto y servicio.

### **8.1.3 Valores corporativos**

- Trabajo en equipo
- Solidaridad
- Sentido de pertenencia
- Responsabilidad
- Compromiso
- Respeto
- Integridad

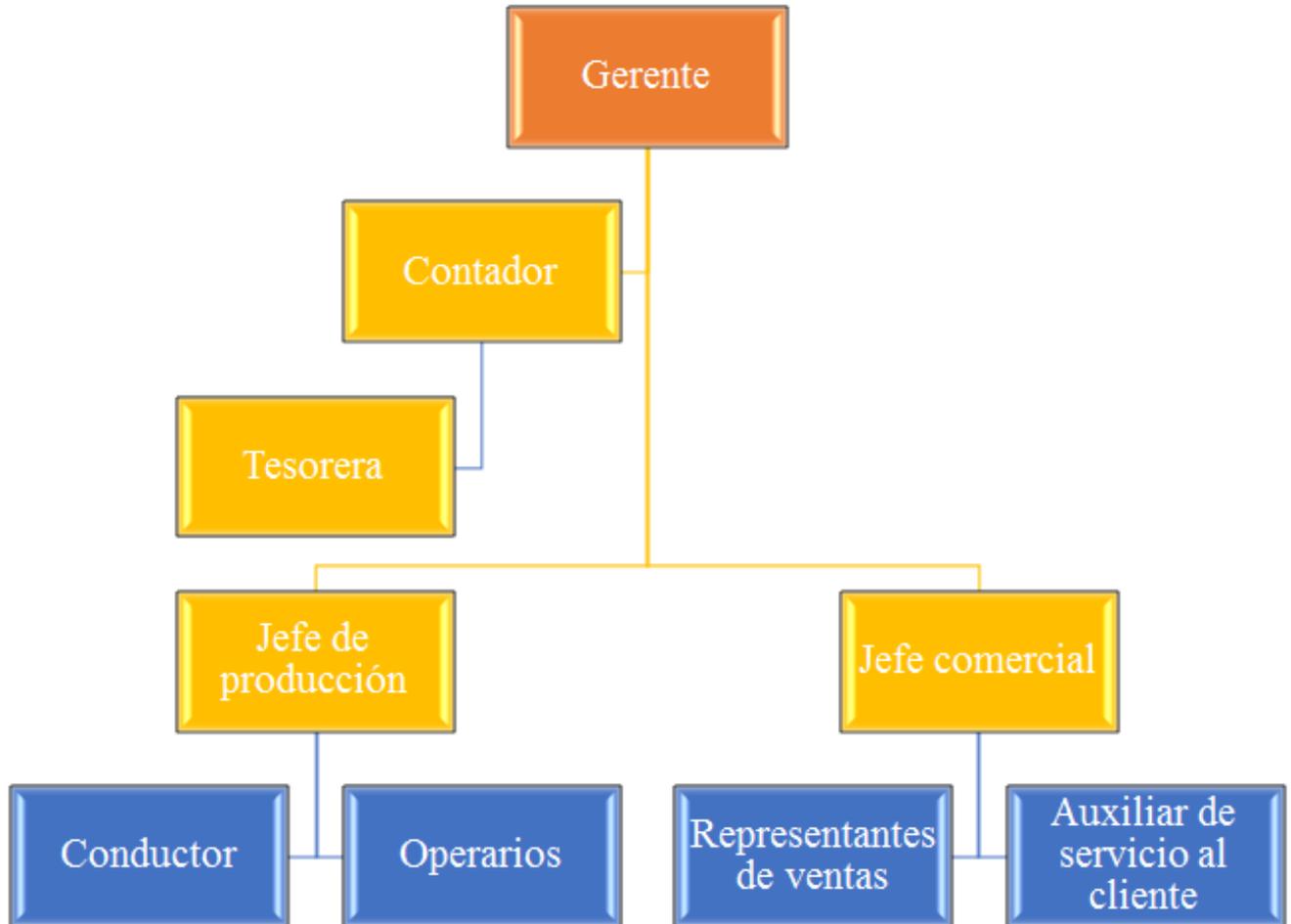
## **8.2 Estructura legal**

### **8.2.1 Esquema de la organización empresarial a utilizar**

De acuerdo al Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, PROPALITO se considera una Sociedad Anónima (SA) pues estará constituida por socios accionistas que serán responsables solo hasta el monto de sus aportes, pues no están obligados a responder con su patrimonio personal las deudas de la empresa, generando utilidades distribuidas en proporción a las aportaciones que cada socio suscite.

## 8.3 Estructura Administrativa

### 8.3.1 Diseñar el organigrama



**Figura 8** Organigrama (equipo de trabajo)

### 8.3.2 Descripción de las funciones

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Gerente General</b>
<b>Dependencia</b>	Ninguna
<b>Jefe Inmediato</b>	Ninguno
<b>Personas a Cargo</b>	10
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Liderar la gestión estratégica</li> <li>– Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios</li> <li>– Dirigir y controlar los departamentos de la organización</li> <li>– Establecer relaciones comerciales</li> <li>– Contratar personal</li> <li>– Planificar los objetivos generales y específicos a corto, mediano y largo plazo</li> <li>– Tomar decisiones, supervisar y ser un líder.</li> <li>– Asignar las tareas de sus subordinados.</li> <li>– Registrar permanentemente la concreción efectiva de esas tareas.</li> <li>– Atender a las contingencias que pueden surgir.</li> <li>– Evaluar el desempeño de sus subordinados, así como la conjunción de las tareas que ellos realizan a los fines de los objetivos generales de la empresa.</li> <li>– Si se trata de un gerente general, reunir a los subgerentes y comunicar objetivos comunes.</li> <li>– Si se trata de un gerente general, supervisar a los gerentes de área.</li> <li>– Si se trata de un gerente de un área, comunicarse con las otras áreas a fin de conocer la concordancia de tareas y la posibilidad de combinar esfuerzos.</li> <li>– Informarse acerca de todas las encuestas de satisfacción de los clientes.</li> <li>– Sacar conclusiones sobre las condiciones de trabajo e informarlas a sus superiores.</li> </ul>

- Cubrir rápidamente los puestos en los casos de que algún empleado se vea imposibilitado.
- En algunos casos, decidir sobre la incorporación de nuevos productos al mercado.
- Llevar una buena relación con los clientes, al mismo tiempo que buscar nuevos.
- Seleccionar personal competente, así como hacerse responsable de esa selección.
- En algunos casos, firmar cheques y decidir acerca de políticas financieras de la empresa.
- Vincularse con sectores externos a la organización: familiares de los trabajadores, vecinos de la organización, autoridades.
- Procurar por el orden en las tareas, así como en el espacio físico donde se trabaja.
- Atender a los posibles impactos ambientales de la actividad productiva.
- Mantener contacto continuo con los proveedores.
- Informarse acerca de las novedades en los mercados que atañen a la empresa y sus competencias.
- Crear un ambiente de trabajo en donde se conozcan los objetivos, las metas, la misión y la visión de la empresa.

**Tabla 29** Funciones del gerente (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Conductor y entregador</b>
<b>Dependencia</b>	Producción
<b>Jefe Inmediato</b>	Jefe de Producción
<b>Personas a Cargo</b>	Ninguno
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Distribuir la mercancía en buen estado y a tiempo</li> <li>– Organizar la mercancía</li> <li>– Encargado de cargue y descarga de la mercancía</li> </ul>

- Realizar una ruta
- Liquidación de dinero
- Mantener el aseo y cuidado del vehículo y de su equipamiento.
- Mantener el móvil con combustible
- Prestar apoyo a personal técnico en actividades que correspondan a su cargo
- Participar en forma activa en todas las actividades de capacitación ya sean Formales o informales
- Controlar la mantención periódica del móvil y asegurar su buen funcionamiento, informando a quien corresponda y con anticipación las revisiones técnicas y reparaciones necesarias
- Mantener el inventario de equipos e insumos del vehículo

**Tabla 30** Funciones del conductor entregador (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Jefe de producción</b>
<b>Dependencia</b>	Producción
<b>Jefe Inmediato</b>	Sub gerente
<b>Personas a Cargo</b>	3
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informar al gerente general sobre cualquier anomalía que se presente</li> <li>– Participar en las reuniones de personal cuando se requiera</li> <li>– Responsable del adecuado almacenamiento del producto y su distribución</li> <li>– Vigilar y hacer cumplir la Prevención de Riesgos, Seguridad y Salud</li> <li>– Responsable del buen estado del producto</li> <li>– Recepción de materiales</li> <li>– Revisión de mediciones: de proyecto, de coste, de producción, de liquidación, proformas</li> </ul>

**Tabla 31** Funciones jefe de producción (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Operarios</b>
<b>Dependencia</b>	Producción
<b>Jefe Inmediato</b>	Jefe de producción
<b>Personas a Cargo</b>	Ninguno
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Responsable del empaque y etiquetado del producto según las normas vigentes en la elaboración.</li> <li>– Empacar</li> <li>– Organizar producto terminado</li> <li>– Control de stock</li> <li>– Entiende y aclara todas las dudas de la orden de fabricación con el encargado de turno</li> <li>– Recibe el plan de fabricación, con las anotaciones de los ingredientes que se utilizarán, los parámetros que tiene que controlar (ej.: temperatura a la que se tiene que llevar a cabo el proceso, parámetros de calidad, medio ambiente, etc.), inspecciones a realizar y la documentación a registrar</li> <li>– Registra, identifica y segrega productos defectuosos o no conformes para su posterior análisis según los protocolos establecidos en la empresa</li> <li>– Realiza el almacenamiento de los productos en condiciones adecuadas para asegurar su conservación y características organolépticas, después de utilizarlos en la fabricación programada</li> <li>– Gestiona adecuadamente los residuos (limpieza de equipos y maquinaria, restos, subproductos intermedios, etc.)</li> </ul>

**Tabla 32** Funciones de los operarios (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Jefe Comercial</b>
<b>Dependencia</b>	Área Comercial
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente General

<b>Personas a Cargo</b>	3
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyectar ventas</li> <li>- Programar rutas de visitas comerciales</li> <li>- Establecer relaciones comerciales</li> <li>- Establecer objetivos y cuotas del equipo de ventas</li> <li>- Organizar el equipo de ventas</li> <li>- Diseñar programas de incentivos remuneración</li> <li>- Diseñar el servicio post-venta que se le prestara al cliente</li> <li>- Realizar informes de ventas</li> <li>- Establecer prioridades</li> <li>- Actuar como líder</li> <li>- Dar ejemplo a toda la estructura de ventas</li> <li>- Reclutar, seleccionar y formar al personal de ventas</li> <li>- Elegir las formas de retribución de éstos (fijo, variable, incentivos, comisiones)</li> <li>- Diseñar las estrategias</li> <li>- Apoyar en la captación y negociación con las Grandes Cuentas, o con los Clientes establecidos</li> <li>- Gestionar la cartera de clientes asignada a Dirección Comercial (grandes cuentas, clientes estratégicos).</li> <li>- Defender y responder dentro de la organización al Equipo Comercial.</li> </ul>

**Tabla 33** Funciones del jefe comercial (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Representantes de venta</b>
<b>Dependencia</b>	Área Comercial
<b>Jefe Inmediato</b>	Jefe comercial
<b>Personas a Cargo</b>	Ninguno

**Funciones**

- Visitar clientes
- Tomar pedidos
- Presentar informes de venta
- Cumplir metas establecidas
- retener a los clientes actuales
- captar nuevos clientes
- lograr determinados volúmenes de venta
- mantener o mejorar la participación en su zona de ventas, generar una determinada utilidad o beneficio
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa
- contribuir a la solución de problemas
- integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa

**Tabla 34** Funciones representantes de ventas (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Dependencia</b>	Gerencia
<b>Jefe Inmediato</b>	Gerente
<b>Personas a Cargo</b>	9
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera del plan de cuentas</li> <li>- .llevar en orden los libros mayores</li> <li>- preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa</li> <li>- clasificar los estados financieros</li> <li>- asesorar al gerente y a la junta de socios</li> <li>- declarar impuestos</li> <li>- auditar</li> <li>- generar estados financieros y crear nóminas</li> </ul>

- Llevar las cuentas y razón de gastos de una institución, administración o persona
- Cumplir con las obligaciones fiscales
- Contribuir con las demás áreas departamentales de una empresa para proporcionar la información necesaria para una mejor toma de decisiones.
- Administrar de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento
- Velar y garantizar el cumplimiento de las normas y políticas de la empresa
- Velar por el cumplimiento de los procedimientos generales.
- Administrar el flujo de caja
- Velar por el oportuno cumplimiento de las obligaciones tributarias con los entes regulatorios
- Establecer Manual de Procedimientos y funciones – MOF
- Revisar y aprobar la planilla de Remuneraciones
- Controlar el oportuno pago de Beneficios Sociales
- Implementar políticas que garanticen un buen clima laboral.

**Tabla 35** Funciones del contador (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	Tesorería
<b>Dependencia</b>	Contador
<b>Jefe Inmediato</b>	Contador
<b>Personas a Cargo</b>	Ninguno

**Funciones**

- Recepción de recaudos
- Manejo de caja menor
- Pago a proveedores
- Elaboración de recibos de caja y comprobante de egresos
- Registrar y controlar los registros financieros
- Pago de nomina
- Gestión de cobros a cliente y pagos
- Dirigir, coordinar y gestionar el recaudo oportuno de las rentas y recursos de capital del Presupuesto General del Departamento
- Presentar informes periódicos sobre el movimiento y estado de los recursos que administran las dependencias competentes a quien lo solicite
- Efectuar el pago de las obligaciones a cargo del Departamento conforme a las disposiciones legales vigentes
- Organizar y llevar los documentos soportes de la tesorería
- Elaborar estados consolidados que permitan observar el comportamiento del movimiento de las cuentas corrientes y de ahorro
- Entregar la información y participar en la elaboración y desarrollo del Plan Financiero.
- Elaborar las notificaciones y requerimientos a los deudores morosos, activar los cobros por la vía persuasiva y promover los correspondientes juicios por jurisdicción coactiva

**Tabla 36** Funciones de tesorera (equipo de trabajo)

<b>Nombre del Cargo</b>	Auxiliar de servicio al cliente
<b>Dependencia</b>	Área comercial
<b>Jefe Inmediato</b>	Jefe comercial
<b>Personas a Cargo</b>	Ninguno

**Funciones**

- Organizar agenda del Gerente general
- Recibir, revisar, contestar, enviar y archivar la correspondencia y documentos de la empresa
- Contestar las líneas telefónicas
- Atención al cliente en el punto de venta
- Registrar y facturas ventas diarias
- Participar en capacitaciones cuando se requiera
- Atención al cliente
- Fundamentos de configuración de computadores
- Contabilidad básica
- Solución de problemas a través del teléfono
- Gestión y entrega de solicitudes de las distintas áreas
- Entrega de información oportuna.

**Tabla 37** Funciones del auxiliar de servicio al cliente (equipo de trabajo)

**8.4 Administración de personal**
**8.4.1 Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas**

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
<b>Gerente</b>	Administrador de empresas	Profesional especializado en el área financiera	Word, Excell Acces, Power Point, Outlook OpenOffice, Office.	Tener un alto conocimiento en administración, de recursos humanos, habilidades para la dirección general, conocimiento contables y poder de liderazgo.	Planear objetivos a corto y largo plazo. Supervisar y ser líder Tomar diferentes decisiones. Realizar cálculos matemáticos.

**Tabla 38** Requisitos cargo gerente (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Conductor y entregador	Bachiller	Ninguno	Ninguno	Conductor con alto conocimiento en viajes de manera oportuna aplicando la inteligencia vial.	- Transportar los vehículos automotores, oportuna. - Realizar reportes físicos de cada ruta - Mantener los documentos del vehículo actualizados

**Tabla 39** Requisitos cargo conductor (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Jefe de ventas	Administración de empresas y mercadeo	Posgrado en mercadeo y publicidad.	Microsoft, Excell, Word, SysCafe.	Alta experiencia con trato de clientes y conocimiento en la planeación de ventas y elaboración de rutas.	- Preparar planes y presupuesto de ventas. - Establecer metas y objetivos. - Calcular la demanda pronosticar las ventas

**Tabla 40** Requisitos cargo jefe de ventas (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Representantes de ventas	Técnico en ventas	Especializado en Marketing digital	Word, Excell, Acces, Power Point, Outlook	Conocimiento en el área de ventas buena comunicación y relaciones interpersonales..	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesorar a los clientes</li> <li>- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa.</li> <li>- Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico para su zona</li> </ul>

**Tabla 41** Requisitos cargo representante de ventas (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Contador	Contador Público	Especialización en contabilidad financiera	Microsoft, Excell, Word, SysCafe.	Aplica su experiencia como contador, implementando la contabilidad en la empresa con la finalidad de producir informes para la empresa.	- Certificación de estados financieros. - Dictamen de estados financieros. - Verificación de estados financieros. - Asesoría contable

**Tabla 42** Requisitos cargo contador (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Tesorera	Administración financiera	Técnico en administración contable	Microsoft, Excell, Word, SysCafe.	Un alto grado de conocimientos en el manejo de recaudos y control de documentos financieros de la empresa.	- Control de movimientos financieros. - Comprobación de pagos e ingresos. - Contabilidad general

**Tabla 43** Requisitos cargo tesorero (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Auxiliar de Servicio al cliente	Estudios universitarios	Técnico en asistente administrativo	Microsoft, Excell, Word, Microsoft Office	un orden de los archivos y documentos de la empresa, al igual que una excelente atención al cliente.	agenda del gerente. -Contestar líneas telefónicas. -Disposición a nuevas tareas asignadas.

**Tabla 44** Requisitos para el cargo de auxiliar de servicio al cliente (equipo de trabajo)

Cargo	Formación	Conocimientos		Experiencia	
		Técnico/especializado	Ofimáticos	General	Específica
Jefe de producción	Ingeniero de alimentos	Ninguno	Microsoft, Excell, Word, Microsoft Office, SysCafe	La actividad principal del jefe de producción será diseñar y desarrollar el Plan de Producción de acuerdo a cumplir con la línea de acción de su departamento marcada en el Plan Estratégico de la organización.	- Gestionar y supervisar las personas a su cargo. - Organizar y planificar la producción de la empresa. -Optimizar los procesos de trabajo dentro de la planta.

**Tabla 45** Requisitos para el cargo de jefe de producción (equipo de trabajo)

		Técnico /especializado	Ofimáticos	General	Específica
Operarios	Bachiller	Ninguna	Ninguna	<p>El operario de procesamiento en la empresa es el que realiza los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración del producto o sea, en la fabricación.</p>	<p>- Realiza las operaciones de transformación y elaboración del producto.</p> <p>- Prepara y acondiciona el espacio de trabajo aplicando las medidas establecidas por la empresa.</p> <p>- Recibe las materias primas e ingredientes, aditivos y coadyuvantes, materiales auxiliares, envases y embalajes.</p>

**Tabla 46** Requisitos cargo operarios (equipo de trabajo)

### 8.5 Reclutamiento y contratación

<b>Medios para la convocatoria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediante solicitud (hoja de vida)</li> <li>- Consulta en los archivos internos</li> <li>- Presentación de candidatos por parte de funcionarios de la empresa</li> <li>- Contactos con sindicatos y asociaciones gremiales</li> <li>- Contactos con universidades</li> <li>- Avisos en diarios y revistas</li> </ul>
------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agencias de reclutamiento como: compu trabajo, empleo.com, linkedin</li> <li>- Periódicos</li> <li>- Por medio de la radio.</li> </ul>
<b>Evaluación</b>	Entrevista presencial, presentación de pruebas psicotécnicas, prueba de campo para luego cumplir con su objetivo, es decir evaluar integralmente el comportamiento laboral en un periodo dado y compararlos.
<b>Selección</b>	Las personas seleccionadas serán quienes cumplan con la mayor efectividad de las pruebas realizadas respecto al cargo, de esta manera se hará la valoración de los recursos existentes y la plantación de los que van a ser necesarios para alcanzar esos objetivos, y que comprende la determinación de las necesidades presentes y futuras en cuanto a cantidad y calidad.
<b>Contratación</b>	Se deberá escoger entre los candidatos reclutados a los más adecuados, para ocupar los cargos existentes en la empresa, tratando de mantener o aumentar la eficiencia y el rendimiento del personal. Adicionalmente, tener en cuenta las necesidades de la organización y su potencial humano así como la satisfacción que el trabajador encuentra en el desempeño del puesto.
<b>Inducción y capacitación</b>	Se le realizará una inducción a la persona contratada de sus labores diarias respecto al cargo. Capacitación constante para un buen direccionamiento y desempeño de su labor.

**Tabla 47** Reclutamiento y contratación

## 8.6 Muebles y enseres

producto	Cantidad	características	Proveedor	Precio
Computadores	4	20 pulgadas	hp	\$ 2.000.000
Impresora	1	Multi funcional	hp	\$ 900.000
Escritorios	4	Madera	Homecenter	\$ 250.000 c/u
Papelería	#	General	Dispapeles	\$ 150.000

Datáfono	1	CrediBanco	Credibanco	\$ 600.000
Sillas	6	Ergonómicas	Homecenter	\$ 630.000

**Tabla 48** Muebles y enseres

## 8.7 Reglamento interno de trabajo

### CAPÍTULO I..... Presentación

#### PRESENTACIÓN

**ARTICULO 1.** El presente es el Reglamento Interno de Trabajo prescrito por **PROPALITO**, domiciliada en la cll 39 con cr 6 en la ciudad de Ibagué, Departamento de Tolima, y a sus disposiciones quedan sometidos todos sus trabajadores.

**ARTICULO 2.** Este Reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores de **PROPALITO**, salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador, en concordancia con lo que se establezca en pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales.

### CAPITULO II.....Condiciones de Admisión

**ARTICULO 3.** Son condiciones para ingresar al servicio de **PROPALITO**:

1. Tramitar las solicitudes de empleo en formulario de **PROPALITO** y/o entidad encargada de la selección del personal.
2. Aprobar las pruebas o exámenes que exija **PROPALITO**.
3. Someterse y aprobar el examen de los médicos de **PROPALITO** o de los que ésta designe para demostrar su estado de salud, que le permita desempeñar a cabalidad el

oficio designado.

4. Presentar los siguientes documentos:
  - a. Cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según el caso.
  - b. Los varones colombianos mayores de 18 años deben presentar la Libreta del Servicio Militar.
  - c. Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
  - d. Examen de sangre, serología y grupo sanguíneo.
  - e. Dos fotos recientes, a color y tamaño cédula.

Los profesionales además de los anteriores documentos deben presentar la fotocopia autenticada del acta de grado, del diploma o de la matrícula profesional.

### **CAPITULO III..... Periodo de Prueba**

**ARTICULO 4. PROPALITO** una vez admitido el aspirante podrá pactar con él, un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de PROPALITO, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo (artículo 76, C.S.T.).

**ARTICULO 5.** El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo o por la convención colectiva.

**ARTICULO 6.** El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el período de prueba no

podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses. (artículo 7, Ley 50 de 1.990).

**ARTICULO 7.** Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a éste se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones (artículo 80, C.S.T.).

#### **CAPITULO IV..... Jornada y Horario de Trabajo**

**ARTICULO 8.** La jornada de trabajo para los empleados de PROPALITO será de cuarenta y cinco (48) horas semanales distribuidas de lunes a sábado.

**ARTICULO 9.** Las horas de entrada y salida de los trabajadores, son las que a continuación se expresan así: MAÑANA 8:00 a.m. a 12:00 m. TARDE 2:00 p.m. a 6:00 p.m.

**PARAGRAFO 1:** Por la naturaleza de las labores especiales que desarrolla PROPALITO, ésta tendrá la facultad de fijar el horario de trabajo de acuerdo a las necesidades del servicio y podrá además establecer turnos rotatorios para atender las labores requeridas, de acuerdo con lo previsto por el decreto 2352 de 1965.

**ARTICULO 10.** Del horario aquí establecido quedan exceptuados quienes realizan actividades discontinuas e intermitentes y los que ejercen labores de simple vigilancia, en los cuales la jornada ordinaria será la que establezca la ley para dichas actividades.

**ARTICULO 11.** El número de horas de trabajo señalado podrá ser elevado por orden de **PROPALITO** y sin permiso de la autoridad, por razón de fuerza mayor, caso fortuito, de amenaza y ocurrencia de accidentes, o cuando sean indispensables trabajos de urgencia que

deban efectuarse en las máquinas En tales casos, el trabajo suplementario se remunerará con los recargos que señala la ley.

## **CAPITULO V..... Las Horas Extras y Trabajo Nocturno**

### **ARTICULO 12. Trabajo ordinario y nocturno:**

1. Trabajo ordinario es el que se realiza entre las seis horas (6:00 a.m.) y las veintidós horas (10:00 p.m.).
2. Trabajo nocturno es el comprendido entre las veintidós horas (10:00 p.m.) y las seis horas (6:00 a.m.).

(Artículo 25, Ley 789 de 2002)

**ARTICULO 13.** Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal o convencional.

(Artículo 159, C.S.T.).

**ARTICULO 14. PROPALITO** no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras, sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en este reglamento y en los ordenamientos internos de la entidad.

**ARTICULO 15.** Tasas y liquidación de recargos.

## **CAPITULO VI..... Días de Descanso Legalmente Obligatorios**

**ARTICULO 16.** Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1 de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1 de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25

de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón de Jesús.

#### **ARTICULO 17. Trabajo dominical y festivo.**

1. El trabajo en domingo y festivos se remunerará con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas.
2. Si el domingo coincide con otro día de descanso remunerado solo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el numeral anterior.

#### **VACACIONES REMUNERADAS**

**ARTICULO 18** Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (artículo 186, numeral primero, C.S.T.).

**ARTICULO 19.** La época de las vacaciones debe ser señalada por PROPALITO a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (artículo 187, C.S.T.).

**ARTICULO 20.** Sí se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (artículo 188, C.S.T.).

#### **ARTICULO 21. Compensación en dinero.**

1. Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero. Sin embargo, el Ministerio de la Protección Social podrá autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de éstas en

casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria.

2. Cuando el contrato de trabajo termine sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá proporcionalmente por fracción de año.
3. Para la compensación en dinero de las vacaciones, en el caso de los numerales anteriores se tomará como base el último salario devengado por el trabajador.

## **CAPITULO VII..... Salario Mínimo, Convencional, Lugar, Días, Horas de Pagos y periodos que lo regulan**

### **ARTICULO 22. Formas y libertad de estipulación**

1. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra o a destajo y por tarea, etc., pero siempre respetando el salario mínimo legal o el fijado en los pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.
2. Este salario no estará exento de las cotizaciones a la seguridad social, ni de los aportes al SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar.

## 8.8 Estructura salarial y prestacional

NOMBRE DEL EMPLEADO	SUELDO	DIAS	DEVENGADO				TOTAL	DEDUCCIONES					TOTAL	NETO	RECIBI
	BASICO	LIQUIDA	BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	HORAS EXTRAS	COMISIONES	DEVENGADO	SALUD	PENSION	FONDO DE SOLIDARIDAD	RETENCION EN LA FUENTE	OTRAS DEDUCCIONES	DEDUCCIONES	PAGADO	CONFORME (FIRMA Y C.C.)
<b>Gerente general</b>	\$ 3.000.000	30	\$ 3.000.000	\$ 0			\$ 3.000.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 0			\$ 240.000	\$ 2.760.000	
<b>Conductor</b>	\$ 781.242	30	\$ 781.242	\$ 88.211			\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 0			\$ 62.499	\$ 806.954	
<b>Jefe de produccion</b>	\$ 1.300.000	30	\$ 1.300.000	\$ 88.211			\$ 1.388.211	\$ 52.000	\$ 52.000	\$ 0			\$ 104.000	\$ 1.284.211	
<b>Operario 1</b>	\$ 781.242	30	\$ 781.242	\$ 88.211			\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 0			\$ 62.499	\$ 806.954	
<b>Operario 2</b>	\$ 781.242	30	\$ 781.242	\$ 88.211			\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 0			\$ 62.499	\$ 806.954	
<b>jefe comercial</b>	\$ 1.200.000	30	\$ 1.200.000	\$ 0		\$ 300.000	\$ 1.500.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 0			\$ 120.000	\$ 1.380.000	
<b>Representante de ventas 1</b>	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 0		\$ 150.000	\$ 1.050.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 0			\$ 84.000	\$ 966.000	
<b>Representante de ventas 2</b>	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 0		\$ 150.000	\$ 1.050.000	\$ 42.000	\$ 42.000	\$ 0			\$ 84.000	\$ 966.000	

0											
<b>Contador</b>	\$	30	\$	\$ 0	\$	\$	\$	\$ 0	\$	\$	\$
	1.900.00		1.900.00		1.900.00	76.000	76.000			\$ 152.000	\$
	0		0		0						1.748.00
											0
<b>Tesorerera</b>	\$	30	\$	\$ 88.211	\$	\$	\$	\$ 0	\$	\$	\$
	781.242		781.242		869.453	31.250	31.250			\$ 62.499	\$
											806.954
<b>Auxiliar de servicio al cliente</b>	\$	30	\$	\$ 88.211	\$	\$	\$	\$ 0	\$	\$	\$
	781.242		781.242		869.453	31.250	31.250			\$ 62.499	\$
											806.954
<b>TOTALES</b>	\$		\$	\$ 0	\$	\$	\$	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$
	13.106.2		13.106.2	529.266	600.000	14.235.4	548.24	548.24			1.096.497
	10		10			76	8	8			79
Neto pagado \$ 13.138.979 <b>SON: Trece Millones Ciento Treinta y Ocho Mil Novecientos Setenta y Nueve Pesos M/Cte</b>											

**Tabla 49** Nomina empleados (grupo de trabajo)

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropriaciones	Valor
<b>Salud</b>	\$ 1.165.028	Cesantia	\$ 1.186.290
<b>Riesgos Profesionales</b>	\$ 71.546	Int. S/Cesantia	\$ 142.355
<b>Fondo de Pensiones</b>	\$ 1.644.745	Prima de Servicios	\$ 1.186.290
<b>ICBF</b>	\$ 411.186	Vacaciones	\$ 571.092
<b>SENA</b>	\$ 274.124	Esap	\$ 137.062
<b>Subsidio Familiar</b>	\$ 548.248	Escuelas industriales	\$ 137.062
Subtotal	<b>\$ 4.114.878</b>	Subtotal	<b>\$ 3.360.150</b>
Total Apropriaciones \$ 7.475.029			

**Tabla 50** Aportes parafiscales (equipo de trabajo)

## 8.9 Seguridad social y servicios complementarios

### 8.9.1 Seguridad social

<b>SALUD:</b>	<b>PENSION Y</b>	<b>ARL –RIESGOS</b>	<b>CAJA</b>
Salud Total	<b>CESANTIAS</b>	<b>PROFESIONALES</b>	<b>COMPENSACION</b>
	Protección	Colmena	Comfenalco
Por cada ingreso y retiro de un empleado realizara los exámenes ocupacionales correspondientes al cargo o desempeño que van a realizar con el fin que	Este subsidio se garantizara bajo las normas establecidas y regidas por las leyes colombianas, al momento de firmar contratación se dejara notificado por escrito el pago de pensión ,	Por ley debemos darle la seguridad a nuestros trabajados que estarán afiliados a riesgos laborales, se realizara capacitaciones, verificación control sobre las actividades	La caja de compensación escogida por la gerencia es Comfenalco, por su amplio portafolio y todos los beneficios que tienen como caja familiar y de compensación en

nuestros empleados llevara el registro de funciones para cuento a educación, tenga una calidad de semanas cotizadas prevenir algún mal viviendas, salud excelente por de los empleadores acontecimiento o recreación, adicional esta razón nuestra por su tiempo de prevenir que queremos que empresa, le brindara servicio. enfermedades nos colaboren con la facilidad de asistir laborales y que capacitaciones si las a citas médicas genere gastos o requerimos, y les control si lo problemas legales den opciones ellos requieran todo para para la compañía. que puedan tomar el bienestar de ellos, de acuerdo su la empresa será capacidad monetaria. responsable con la seguridad social y salud

**Tabla 51** Seguridad social (equipo de trabajo)

### 8.9.2 Servicios complementarios

#### SERVICIOS SOCIALES COMPLEMENTARIOS

- Kit escolar
- Celebración de eventos especiales
- Integración de fin de año
- Planes de prestamos
- Estímulos educativos
- Tours al mejor empleado del mes
- Bonos sorpresa por cumplimiento de metas
- Día libre el día de cumpleaños
- Viernes de integración (jornadas de recreación, comitivas)

**Tabla 52** Servicios complementarios (equipo de trabajo)

## 9 ESTUDIO FINANCIERO

### 9.1 Las inversiones del proyecto

#### 9.1.1 Inversiones fijas

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>Año 0</b>
Terrenos	\$ -
Construcciones o obras civiles	\$ 3.000.000
Maquinaria	\$ 15.828.000
Muebles y enseres	\$ 5.280.000
Vehículos	\$ 50.000.000
Otros	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 74.108.000</b>

**Tabla 53** Activos fijo (equipo de trabajo)

#### 9.1.2 Inversiones diferidas

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>Año 0</b>
Estudios	\$ 1.000.000
Gastos de organización (notariales- otros)	\$ 1.500.000
Gastos de montaje	\$ 1.800.000
Gastos de puesta en marcha	\$ 2.000.000
Capacitación	\$ 500.000
Otros	\$ 500.000
Imprevistos	\$ 8.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 15.300.000</b>

**Tabla 54** Activos diferidos (equipo de trabajo)

### 9.1.3 Capital de trabajo inicial

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>Año 0</b>
<b>Efectivo</b>		\$ 160.000.000
<b>Inventario de materia prima</b>		\$ 10.000.000
<b>Inventario de productos en proceso</b>		\$ -
<b>Inventario de productos terminados</b>		\$ -
<b>Cartera</b>		\$ -
<b>Otros</b>		\$ -
<b>Total</b>		\$ <b>170.000.000</b>

**Tabla 55** Capital de trabajo (equipo de trabajo)

### 9.1.4 Inversión total

<b>INVERSIÓN</b>	<b>Año 0</b>
<b>TOTAL</b>	
<b>Activos fijos</b>	\$ 74.108.000
<b>Activos diferidos</b>	\$ 15.300.000
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 170.000.000
<b>Total</b>	\$ 259.408.000

**Tabla 56** Inversión total (equipo de trabajo)

## 9.2 Presupuesto de ingresos y egresos

### 9.2.1 presentación de los presupuestos

#### 9.2.1.1 Presupuesto de ventas

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Panela orgánica con propiedades del propóleo.	\$6.500	\$6.788	\$7.089	\$7.403	\$7.728

**Tabla 57** Presupuesto de ventas (equipo de trabajo)

La proyección del precio se calcula con el incremento del IPC tomando como referencia los últimos 5 años

### 9.2.1.2 Presupuesto de producción

Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendidas					
Producto 1	119.319	126777	134234	141692	149149

**Tabla 58** Presupuesto de producción (equipo de trabajo)

### 9.2.1.3 Presupuesto de ingresos por ventas

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Totales					
Producto 1	775.573.500	860.562.276	951.584.826	1.048.945.876	1.152.623.472

**Tabla 59** Presupuesto ingreso por ventas (equipo de trabajo)

### 9.2.1.4 Presupuesto de materiales

Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima					
Producto 1	2.350,0	2.454,0	2.562,0	2.673,0	2.791,0

**Tabla 60** Presupuesto de materiales (equipo de trabajo)

### 9.2.1.5 Presupuesto de mano de obra directa

Mano de obra directa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1	372,0	388,4	405,5	423,3	441,9

**Tabla 61** Presupuesto de mano de obra directa (equipo de trabajo)

### 9.2.1.6 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Indirectos de fabricación					
Producto 1	77.000.000	80.388.000	83.925.072	87.617.775	91.472.957

**Tabla 62** Presupuesto de costos indirectos de fabricación (equipo de trabajo)

### 9.2.1.7 Presupuesto de Gasto de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de Ventas	75.374.904	78.691.400	82.153.821	85.768.590	89.542.407

**Tabla 63** Presupuesto de gasto de ventas (equipo de trabajo)

### 9.2.1.8 Presupuesto de gastos de administración

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	164.174.904	171.398.600	178.940.138	186.813.504	195.033.298

**Tabla 64** Presupuesto de gastos de administración (equipo de trabajo)

### 9.2.1.9. Presupuesto de gastos financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Financieros	239.549.808	250.090.000	261.093.960	272.582.094	284.575.706

**Tabla 65** Presupuesto de gastos financieros (equipo de trabajo)



### 9.3 Estados financieros proyectados

#### 9.3.1 Estado de pérdidas y ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>Ventas</b>	775.573.500	860.562.276	951.584.826	1.048.945.876	1.152.623.472
<b>Devoluciones y rebajas en ventas</b>	23.267.205	25.816.868	28.547.545	31.468.376	34.578.704
<b>Materia Prima, Mano de Obra</b>	324.786.318	360.346.888	398.333.514	438.720.410	482.186.979
<b>Depreciación</b>	14.122.133	14.122.133	14.122.133	12.788.800	12.788.800
<b>Agotamiento</b>	0	0	0	0	0
<b>Otros Costos</b>	77.000.000	80.388.000	83.925.072	87.617.775	91.472.957
Utilidad Bruta	<b>336.397.844</b>	<b>379.888.386</b>	<b>426.656.561</b>	<b>478.350.514</b>	<b>531.596.032</b>
<b>Gasto de Ventas</b>	75.374.904	78.691.400	82.153.821	85.768.590	89.542.407
<b>Gastos de Administración</b>	164.174.904	171.398.600	178.940.138	186.813.504	195.033.298
<b>Provisiones</b>	0	0	0	0	0
<b>Amortización Gastos</b>	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	<b>96.848.036</b>	<b>129.798.387</b>	<b>165.562.602</b>	<b>205.768.420</b>	<b>247.020.326</b>
<b>Otros ingresos</b>					
<b>Intereses</b>	33.033.839	25.419.510	18.142.413	11.558.788	5.517.934
<b>Otros ingresos y egresos</b>	-33.033.839	-25.419.510	-18.142.413	-11.558.788	-5.517.934
Utilidad antes de impuestos	<b>63.814.197</b>	<b>104.378.877</b>	<b>147.420.189</b>	<b>194.209.632</b>	<b>241.502.392</b>
<b>Impuestos (35%)</b>	21.058.685	34.445.029	48.648.662	64.089.179	79.695.789

Utilidad Neta Final	<b>42.755.512</b>	<b>69.933.847</b>	<b>98.771.527</b>	<b>130.120.454</b>	<b>161.806.602</b>
---------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------

**Tabla 66** Estado de resultados (equipo de trabajo)

### 9.3.2 Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Utilidad Operacional</b>		96.848.036	129.798.387	165.562.602	205.768.420	247.020.326
<b>Depreciaciones</b>		14.122.133	14.122.133	14.122.133	12.788.800	12.788.800
<b>Amortización Gastos</b>		0	0	0	0	0
<b>Agotamiento</b>		0	0	0	0	0
<b>Provisiones</b>		0	0	0	0	0
<b>Impuestos</b>		0	-21.058.685	-34.445.029	-48.648.662	-64.089.179
Neto Flujo de Caja Operativo		<b>110.970.169</b>	<b>122.861.835</b>	<b>145.239.706</b>	<b>169.908.558</b>	<b>195.719.947</b>
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		-96.946.688	-10.623.597	-11.377.819	-12.170.131	-12.959.700
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		4.547.785	-597.160	-637.715	-677.351	-729.792
Variación Inv. Prod. En Proceso		-941.412	-98.779	-105.518	-108.482	-120.740
Variación Inv. Prod. Terminados		-941.412	-98.779	-105.518	-108.482	-120.740
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0

Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	40.598.290	4.445.071	4.748.328	5.048.362	5.433.321	
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-53.683.438	-6.973.245	-7.478.242	-8.016.085	-8.497.651
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-3.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-15.828.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-5.280.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-50.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-4.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	15.300.000	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-78.108.000	15.300.000	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-78.108.000	-38.383.438	-6.973.245	-7.478.242	-8.016.085	-8.497.651
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	140.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-28.000.000	-28.000.000	-28.000.000	-28.000.000	-28.000.000

Intereses Pagados		-33.033.839	-25.419.510	-18.142.413	-11.558.788	-5.517.934
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	160.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	300.000.000	-61.033.839	-53.419.510	-46.142.413	-39.558.788	-33.517.934
Neto Periodo	221.892.000	11.552.892	62.469.080	91.619.051	122.333.685	153.704.362
Saldo anterior		196.592.000	208.144.892	270.613.972	362.233.024	484.566.709
Saldo siguiente	221.892.000	208.144.892	270.613.972	362.233.024	484.566.709	638.271.071

**Tabla 67** Flujo de caja (equipo de trabajo)

### 9.3.3 Balance general

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Efectivo</b>	196.592.000	208.144.892	270.613.972	362.233.024	484.566.709	638.271.071
<b>Cuentas X Cobrar</b>	0	96.946.688	107.570.285	118.948.103	131.118.235	144.077.934
<b>Provisión Cuentas por Cobrar</b>		0	0	0	0	0
<b>Inventarios Materias Primas e Insumos</b>	10.000.000	5.452.215	6.049.376	6.687.090	7.364.442	8.094.233
<b>Inventarios de Producto en Proceso</b>	0	941.412	1.040.192	1.145.710	1.254.192	1.374.933
<b>Inventarios Producto Terminado</b>	0	941.412	1.040.192	1.145.710	1.254.192	1.374.933
<b>Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Gastos Anticipados</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>206.592.000</b>	<b>312.426.620</b>	<b>386.314.016</b>	<b>490.159.638</b>	<b>625.557.769</b>	<b>793.193.104</b>

<b>Terrenos</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Construcciones y Edificios</b>	3.000.000	2.850.000	2.700.000	2.550.000	2.400.000	2.250.000
<b>Maquinaria y Equipo de Operación</b>	15.828.000	14.245.200	12.662.400	11.079.600	9.496.800	7.914.000
<b>Muebles y Enseres</b>	5.280.000	4.224.000	3.168.000	2.112.000	1.056.000	0
<b>Equipo de Transporte</b>	50.000.000	40.000.000	30.000.000	20.000.000	10.000.000	0
<b>Equipo de Oficina</b>	4.000.000	2.666.667	1.333.333	0	0	0
<b>Semovientes pie de cria</b>	0	0	0	0	0	0
<b>Cultivos Permanentes</b>	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	<b>78.108.000</b>	<b>63.985.867</b>	<b>49.863.733</b>	<b>35.741.600</b>	<b>22.952.800</b>	<b>10.164.000</b>
Total Otros Activos Fijos	<b>15.300.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>300.000.000</b>	<b>376.412.486</b>	<b>436.177.750</b>	<b>525.901.238</b>	<b>648.510.569</b>	<b>803.357.104</b>
Pasivo						
<b>Cuentas X Pagar Proveedores</b>	0	40.598.290	45.043.361	49.791.689	54.840.051	60.273.372
<b>Impuestos X Pagar</b>	0	21.058.685	34.445.029	48.648.662	64.089.179	79.695.789
<b>Acreedores Varios</b>		0	0	0	0	0
<b>Obligaciones Financieras</b>	140.000.000	112.000.000	84.000.000	56.000.000	28.000.000	0
<b>Otros pasivos a LP</b>		0	0	0	0	0
<b>Obligacion Fondo Emprender (Contingente)</b>	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>140.000.000</b>	<b>173.656.975</b>	<b>163.488.390</b>	<b>154.440.352</b>	<b>146.929.230</b>	<b>139.969.162</b>
Patrimonio						
<b>Capital Social</b>	160.000.000	160.000.000	160.000.000	160.000.000	160.000.000	160.000.000
<b>Reserva Legal Acumulada</b>	0	0	4.275.551	11.268.936	21.146.089	34.158.134
<b>Utilidades Retenidas</b>	0	0	38.479.961	101.420.423	190.314.797	307.423.206
<b>Utilidades del Ejercicio</b>	0	42.755.512	69.933.847	98.771.527	130.120.454	161.806.602

<b>Revalorización patrimonio</b>	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	<b>160.000.000</b>	<b>202.755.512</b>	<b>272.689.359</b>	<b>371.460.886</b>	<b>501.581.340</b>	<b>663.387.942</b>
PASIVO + PATRIMONIO	<b>300.000.000</b>	<b>376.412.486</b>	<b>436.177.750</b>	<b>525.901.238</b>	<b>648.510.569</b>	<b>803.357.104</b>

**Tabla 68** Balance general (equipo de trabajo)

## 9.4 Financiamiento

### 9.4.1 Plan de amortización del crédito

Esta es la tabla de amortización del crédito el cual se generó a un periodo de 60 meses (5 años) con una tasa fija mensual del 1.03% efectiva anual del 13.08% con una cuota fija de 3.139.446

CONVERSION DE TASAS					
<b>Valor del Crédito</b>	\$	140.000.000	<b>Efectiva Anual:</b>	13,08%	
<b>Tasa (mensual):</b>		1,03%	<b>EMV:</b>	1,03%	
<b>Tiempo (meses):</b>		60	<b>ETV:</b>	3,12%	
<b>Fecha del crédito</b>	22	11	2018	<b>ETA:</b>	3,03%
	<b>Día</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>	<b>NATA:</b>	12,11%

valor total acumulado			\$	\$	\$
			140.000.000	48.366.753	188.366.753
Cuota	Vencimiento	Saldo capital	Abono capital	Intereses	Total cuota
0	22 Nov 2018	\$ 140.000.000			
1	22 Dic 2018	\$ 138.302.053	\$ 1.697.947	\$ 1.441.499	\$ 3.139.446
2	22 Ene 2019	\$ 136.586.623	\$ 1.715.430	\$ 1.424.016	\$ 3.139.446
3	22 Feb 2019	\$ 134.853.531	\$ 1.733.092	\$ 1.406.354	\$ 3.139.446
4	22 Mar 2019	\$ 133.102.594	\$ 1.750.937	\$ 1.388.509	\$ 3.139.446
5	22 Abr 2019	\$ 131.333.629	\$ 1.768.965	\$ 1.370.481	\$ 3.139.446

6	22	May	2019	\$	\$	\$	\$
				129.546.449	1.787.180	1.352.266	3.139.446
7	22	Jun	2019	\$	\$	\$	\$
				127.740.868	1.805.581	1.333.865	3.139.446
8	22	Jul	2019	\$	\$	\$	\$
				125.916.696	1.824.172	1.315.274	3.139.446
9	22	Ago	2019	\$	\$	\$	\$
				124.073.741	1.842.955	1.296.491	3.139.446
10	22	Sep	2019	\$	\$	\$	\$
				122.211.811	1.861.930	1.277.516	3.139.446
11	22	Oct	2019	\$	\$	\$	\$
				120.330.709	1.881.102	1.258.344	3.139.446
12	22	Nov	2019	\$	\$	\$	\$
				118.430.239	1.900.470	1.238.976	3.139.446
13	22	Dic	2019	\$	\$	\$	\$
				116.510.201	1.920.038	1.219.408	3.139.446
14	22	Ene	2020	\$	\$	\$	\$
				114.570.393	1.939.808	1.199.638	3.139.446
15	22	Feb	2020	\$	\$	\$	\$
				112.610.612	1.959.781	1.179.665	3.139.446
16	22	Mar	2020	\$	\$	\$	\$
				110.630.652	1.979.960	1.159.486	3.139.446
17	22	Abr	2020	\$	\$	\$	\$
				108.630.306	2.000.346	1.139.100	3.139.446
18	22	May	2020	\$	\$	\$	\$
				106.609.363	2.020.943	1.118.503	3.139.446
19	22	Jun	2020	\$	\$	\$	\$
				104.567.612	2.041.751	1.097.695	3.139.446
20	22	Jul	2020	\$	\$	\$	\$
				102.504.838	2.062.774	1.076.672	3.139.446

21	22	Ago	2020	\$	\$	\$	\$
				100.420.825	2.084.013	1.055.433	3.139.446
22	22	Sep	2020	\$	\$	\$	\$
				98.315.354	2.105.471	1.033.975	3.139.446
23	22	Oct	2020	\$	\$	\$	\$
				96.188.204	2.127.150	1.012.296	3.139.446
24	22	Nov	2020	\$	\$	\$	\$
				94.039.152	2.149.052	990.394	3.139.446
25	22	Dic	2020	\$	\$	\$	\$
				91.867.973	2.171.179	968.267	3.139.446
26	22	Ene	2021	\$	\$	\$	\$
				89.674.438	2.193.535	945.911	3.139.446
27	22	Feb	2021	\$	\$	\$	\$
				87.458.318	2.216.120	923.326	3.139.446
28	22	Mar	2021	\$	\$	\$	\$
				85.219.380	2.238.938	900.508	3.139.446
29	22	Abr	2021	\$	\$	\$	\$
				82.957.389	2.261.991	877.455	3.139.446
30	22	May	2021	\$	\$	\$	\$
				80.672.107	2.285.282	854.164	3.139.446
31	22	Jun	2021	\$	\$	\$	\$
				78.363.295	2.308.812	830.634	3.139.446
32	22	Jul	2021	\$	\$	\$	\$
				76.030.710	2.332.585	806.861	3.139.446
33	22	Ago	2021	\$	\$	\$	\$
				73.674.108	2.356.602	782.844	3.139.446
34	22	Sep	2021	\$	\$	\$	\$
				71.293.242	2.380.866	758.580	3.139.446
35	22	Oct	2021	\$	\$	\$	\$
				68.887.861	2.405.381	734.065	3.139.446

36	22	Nov	2021	\$	\$	\$	\$
				66.457.713	2.430.148	709.298	3.139.446
37	22	Dic	2021	\$	\$	\$	\$
				64.002.543	2.455.170	684.276	3.139.446
38	22	Ene	2022	\$	\$	\$	\$
				61.522.094	2.480.449	658.997	3.139.446
39	22	Feb	2022	\$	\$	\$	\$
				59.016.105	2.505.989	633.457	3.139.446
40	22	Mar	2022	\$	\$	\$	\$
				56.484.313	2.531.792	607.654	3.139.446
41	22	Abr	2022	\$	\$	\$	\$
				53.926.453	2.557.860	581.586	3.139.446
42	22	May	2022	\$	\$	\$	\$
				51.342.256	2.584.197	555.249	3.139.446
43	22	Jun	2022	\$	\$	\$	\$
				48.731.451	2.610.805	528.641	3.139.446
44	22	Jul	2022	\$	\$	\$	\$
				46.093.764	2.637.687	501.759	3.139.446
45	22	Ago	2022	\$	\$	\$	\$
				43.428.919	2.664.845	474.601	3.139.446
46	22	Sep	2022	\$	\$	\$	\$
				40.736.635	2.692.284	447.162	3.139.446
47	22	Oct	2022	\$	\$	\$	\$
				38.016.630	2.720.005	419.441	3.139.446
48	22	Nov	2022	\$	\$	\$	\$
				35.268.619	2.748.011	391.435	3.139.446
49	22	Dic	2022	\$	\$	\$	\$
				32.492.313	2.776.306	363.140	3.139.446
50	22	Ene	2023	\$	\$	\$	\$
				29.687.421	2.804.892	334.554	3.139.446

51	22	Feb	2023	\$	\$	\$	\$
				26.853.649	2.833.772	305.674	3.139.446
52	22	Mar	2023	\$	\$	\$	\$
				23.990.699	2.862.950	276.496	3.139.446
53	22	Abr	2023	\$	\$	\$	\$
				21.098.271	2.892.428	247.018	3.139.446
54	22	May	2023	\$	\$	\$	\$
				18.176.061	2.922.210	217.236	3.139.446
55	22	Jun	2023	\$	\$	\$	\$
				15.223.763	2.952.298	187.148	3.139.446
56	22	Jul	2023	\$	\$	\$	\$
				12.241.067	2.982.696	156.750	3.139.446
57	22	Ago	2023	\$	\$	\$	\$
				9.227.660	3.013.407	126.039	3.139.446
58	22	Sep	2023	\$	\$	\$	\$
				6.183.225	3.044.435	95.011	3.139.446
59	22	Oct	2023	\$	\$	\$	\$
				3.107.444	3.075.781	63.665	3.139.446
60	22	Nov	2023	0	\$	\$	\$
					3.107.444	31.995	3.139.439

**Tabla 69** Amortización de crédito (equipo de trabajo)

## 10. Evaluación del proyecto

### 10.1 Evaluación financiera

#### 10.1.1 Periodo de recuperación de la inversión

**PRI (Periodo de recuperación de la inversión) 2,22**

**Tabla 70** Periodo de recuperación (formato de evaluación de proyectos fondo emprender)

### 10.1.2 Valor presente neto VPN y Tasa interna de retorno TIR

Flujo de caja para evaluación	-	72.586.	115.888.	137.761.	161.892.	187.222.
	300.000.000	731	590	464	473	296
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	<b>25%</b>					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	<b>29,14%</b>					
VAN (Valor actual neto)	<b>30.432.111</b>					

**Tabla 71** TIR Y VAN (equipo de trabajo)

La tasa mínima de rendimiento que se espera obtener es del 25%, esto hace que los indicadores de rentabilidad como lo es la TIR y el VAN demuestren la viabilidad del proyecto.

### 10.1.3 Relación costo beneficio

Suma de Ingresos	<b>\$ 2.465.769.977,67</b>
Suma de egresos	<b>\$ 1.759.373.008,45</b>
Costos – inversión	<b>\$ 2.059.373.008,45</b>
B/C	<b>1,20</b>

**Tabla 72** Relación costo beneficio (equipo de trabajo)

La suma de los egresos de la empresa durante los últimos 5 años como lo son gasto de producción y gastos operacionales proyectados con el incremento del IPC, más la inversión inicial contando préstamo y capital de los socios, esto se divide en la suma de los ingresos y nos da la relación de costo beneficio.

## 11 Evaluación social

### 11.1 Beneficios y aportes sociales del proyecto

<b>Cómo se beneficia la sociedad</b>	<p>Propalito es una empresa comprometida al aporte social incluyendo dentro de sus prioridades iniciativas que generan un impacto positivo y crean conciencia en sus empleados generando programas de reciclaje que contribuyen a la formación personal de sus colaboradores.</p> <p>Adicionalmente, generar empleo a las madres cabeza de familia para contribuir con el mejoramiento de su calidad de vida y de esta manera ayudar el crecimiento personal de los empleados de la organización.</p>
<b>Cómo se maximiza el bienestar colectivo</b>	<p>Gracias a este proyecto los colaboradores de la empresa podrán crecer personal y profesionalmente, pues si la empresa cuenta con personal capacitado podrán aportar sus conocimientos para beneficio de la compañía y al mismo tiempo contar con la posibilidad de ascender dentro de la misma.</p>

**Tabla 73** Beneficios y aportes sociales del proyecto

### 11.2 Evaluación Ambiental

#### 11.2.1 Evaluación del impacto ambiental

Categoría	Nivel de impacto			
	Alto	Medio	Bajo	Nulo

El Ser humano, la fauna y la flora				<b>X</b>
El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje				<b>X</b>
Los bienes materiales y el patrimonio cultural				<b>X</b>

**Tabla 74** Impacto ambiental (equipo de trabajo)

### 11.2.2 Mitigación y compensación del impacto ambiental

Factores	Objetivo	Estrategia	Actividades
El Ser humano, la fauna y la flora	Crear conciencia ambiental a nivel empresarial.	Cumplir cabalidad políticas ambientales de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilizar empaques reutilizables.</li> <li>– Crear etiquetas biodegradables.</li> <li>– Manejar materias primas 100% orgánicas.</li> </ul>
El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje	Clasificar y almacenar residuos para evitar la contaminación del medio ambiente	Disponer en forma adecuada todos los residuos derivados de todas las actividades de producción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Control de plagas</li> <li>– Limpieza y desinfección</li> <li>– Imprimir medidas preventivas</li> <li>– Separación de residuos</li> </ul>
Los bienes materiales y el patrimonio cultural	Conservar estructuras arquitectónicas de la ciudad	Cumplir con las políticas establecidas que permitan llevar a cabo la realización de estas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ajustar la imagen corporativa acorde con las tradiciones.</li> </ul>

**Tabla 75** Mitigación y compensación del impacto ambiental

## 12. CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios pertinentes para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de este proyecto se puede concluir que:

- La demanda del producto hace que los clientes exijan un precio justo y calidad, teniendo una ventaja competitiva, para el público objetivo, analizando el entorno empresarial.
- De acuerdo al análisis técnico se logra identificar el tamaño del proyecto y su localización para generar puntos estratégicos de ubicación del mismo.
- A lo largo de este estudio organizacional se relaciona con el direccionamiento y clima laboral, estableciendo las variables satisfaciendo el cumplimiento de metas, motivación, comunicación.
- Frente al estudio financiero se podrán cubrir costos y a partir de ahí hacia adelante se iniciará la generación de utilidades. dado que para un periodo de 5 años de duración del mismo, se obtiene un valor actual Neto.\$ 30.432,111 y una Tasa Interna de Retorno de 29.14 %.
- por último, se procede analizar la viabilidad, tanto económico como financiero del proyecto de inversión, el periodo de recuperación de la inversión inicial 2.22% eso quiere decir que la empresa recupera la inversión en 2 años.

### **13. RECOMENDACIONES**

En función de los resultados obtenidos en todos los estudios que comprenden el presente proyecto de factibilidad se recomienda lo siguiente:

#### **RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Considerando que la Investigación de Mercados señalamos la importancia de asesorar al cliente con respecto a la calidad del servicio a prestar, se recomienda realizar capacitación permanente en esta área a las personas que vayan a asesorar al consumidor.
- Fortalecer la estrategia de diferenciación de precios por medio de los servicios prestados para atraer mayor volumen de clientes

#### **RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO**

- Tomar en cuenta la optimización de tiempos para prestar mayor número de servicios

#### **RECOMENDACIONES DE LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

- Capacitar a todos los empleados creando una cultura organizacional y trabajo en equipo
- Contar con el personal mínimo sugerido para el estudio
- Establecer buenos procedimientos de selección de personal para garantizar la calidad de servicio

#### **RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO**

- La implementación del proyecto debe realizarse en los plazos establecidos para garantizar el TIR y el VAN propuestos

- Mantener niveles de rentabilidad del proyecto para garantizar el tiempo de recuperación de la inversión inicial

## **RECOMENDACIÓN DE LA EVALUACION DEL PROYECTO**

- Establecer dentro de las políticas internas de la empresa, esta iniciativa, para que sea una normatividad dentro de la misma, ya que su impacto generara una rentabilidad como ingreso no operacional, la venta del reciclaje y así el aporte y el compromiso que se da al medio ambiente

## 14. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- PHILIP KOTLER (1992). Dirección de Marketing, edición del milenio, Prentice-Hall, Madrid.  
<http://www4.ujaen.es/~emurgado/tema3.pdf>
- JEAN PAUL SALLENAVE (1990). Gerencia INTEGRAL, editorial norma, Canadá  
<http://www.academia.edu/22755568/sallenaveJ>.
- William J. Stanton – (2014). **fundamentos de Marketing**, Tercera Edición Ciudad de México  
<https://www.amazon.com/Fundamentos-Marketing-WILLIAM-J>
- Nassir Sapag Chain (2011) **Preparación y evaluación de proyectos** Segunda Edición , Chile  
<https://www.bajalibros.com/CO/Proyectos-de-inversion2-edicion-NassirSapag->
- Rafael Méndez –(2010) **Formulación y evaluación de proyectos**, Segunda Edición, Bogotá  
<http://www.bibvirtual.ucb.edu.bo/opac/Record/100000168/Details>
- Varela Villegas Rodrigo, (1997) –Evaluación Económica de proyectos de inversión, Revista javeriana BOGOTA  
[file:///C:/Users/Lu/Downloads/5443-Texto%20del%20art%C3%ADculo-19996-1-10-20130617%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Lu/Downloads/5443-Texto%20del%20art%C3%ADculo-19996-1-10-20130617%20(2).pdf)
- Raul Coss, (2014) ADMINISTRACION DE OPERACIONES, Segunda Edición,  
<https://es.scribd.com/document/258560081/Analisis-y-Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion-2da-Ed-Coss-Bu-Raul>

- Edwards Deming, (2002) **Calidad productividad y Competitividad**, Primera Edición, Estados Unidos  
<http://www.editdiazdesantos.com/libros/deming-w-edwards-calidad-productividad-y-competitividad-L02000221501.html>
- Ramón Rosales posada , (2005) **Formulación y evaluación de proyectos**  
<https://www.aya.go.cr/centroDocumetacion/catalogoGeneral/Propuesta%20Metodo%20%20C3%B3gica%20para%20realizar%20evaluaci%C3%B3n%20ex-post%20proyectos.pdf>
- Bolívar, H. (2001) **Elementos para la evaluación de inversión**, Primera Edición MEXICO  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/mepi/mateos\\_1\\_ja/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mepi/mateos_1_ja/capitulo2.pdf)
- Miguel, A. (2001) Evaluación de proyectos – Primera Edición ,COLOMBIA  
<https://es.scribd.com/doc/185215860/Proyectos-de-inversion-Andres-E-Miguel>
- Molina, C. Oswaldo (2004-08), Efectos Macroeconómicos
- Geoffrey Randall, (2003) **PRINCIPIOS DE MARKETING , Editorial: THOMSON LEARNING (EXTRANJERO) Madrid, España**
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Caracas. Episteme
- Franklin. E. (1998). Organización de empresas: análisis, diseño y estructura. México D.F. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- CHIAVENATO, Adalberto. Introducción a la teoría general a la administración. Bogotá: MC Graw-Hill. 1981.
- BERNAL, Augusto (2006) “Metodología de la Investigación”, Segunda Edición.
- GOMEZ CEJA, Guillermo (1997) "Planeación y Organización de Empresas, Octava Edición"

- Código sustantivo del trabajo (CST) Colombia  
  
[http://leyes.co/codigo\\_sustantivo\\_del\\_trabajo.htm](http://leyes.co/codigo_sustantivo_del_trabajo.htm)
- Martínez, K. (2009). Investigación descriptiva: Tipos y características.  
  
<https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Página Web IMS SA <http://www.imssa.co/index.php>
- Banco de la Republica. (27 de 09 de 2016). *Sala de prensa/ comunicados de prensa*. Obtenido de Índice de Precios del Productor - IPP 2016-04-01 (En Línea):  
<http://www.banrep.gov.co/es/node/6285>
- Empaques y Embalajes. (13 de 10 de 2016). *Materiales de empaque*. Obtenido de Zuncho plástico y grapas (En Línea):  
[http://www.empaquesyembalajes.com/industria-colombia/Materiales\\_de\\_Empaque/Zuncho Pl%C3%A1stico\\_y\\_Grapas/Zuncho Pl%C3%A1stico\\_y\\_Grapas\\_7.asp](http://www.empaquesyembalajes.com/industria-colombia/Materiales_de_Empaque/Zuncho_Pl%C3%A1stico_y_Grapas/Zuncho_Pl%C3%A1stico_y_Grapas_7.asp)
- Hughes, G, D. Mckee y C. Singler. (2000). Administración de ventas: Un enfoque de orientación profesional. México: International Thomsom Editores.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (2004). Guía para lapresentación de proyectos. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Kleppner, O. Citado por Russell J, y W. Lane. (1994) Kleppner Publicidad. México: Prentice Hall.
- Lamb, C W, J F. Hair, C. McDaniel. (1998). Marketing. México: International Thomson Editores.
- Moyer, C R, J R. McGuigan, W J. Kretlow. (2004). Administración financiera

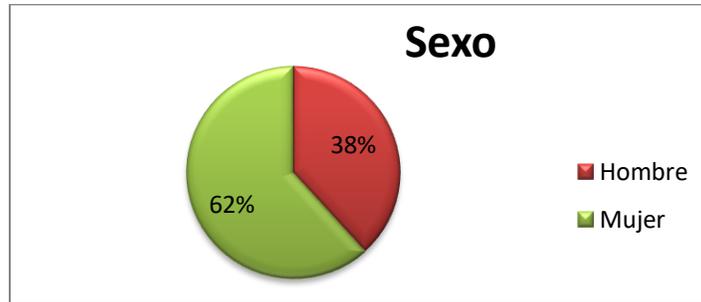
contemporánea. México: International Thomson Editores.

- O'Brien, J. (2001). Sistemas de información gerencial. México: Mc Graw-Hill.
- Ross, S A, R W Westerfield, J F. Jaffe, (2004). Finanzas corporativas. México: Mc Graw- Hill.

## 15. ANEXOS

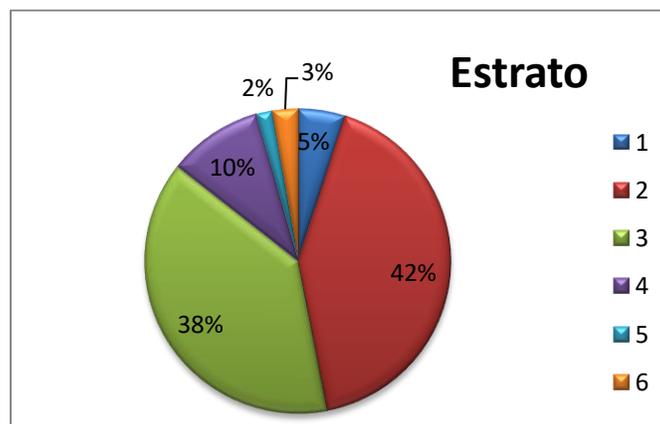
### 1. RESULTADOS ENCUESTA

SEXO		
Hombre	115	38,3%
Mujer	185	61,7%



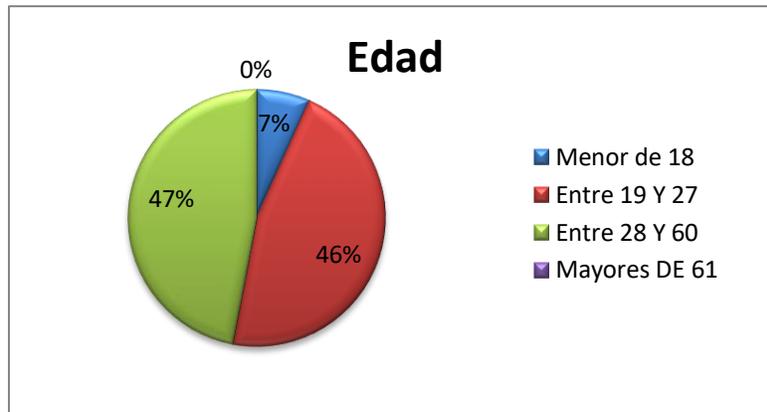
Anexo 1 Sexo de encuestados

ESTRATO		
1	15	5,0%
2	126	42,0%
3	116	38,7%
4	30	10,0%
5	5	1,7%
6	8	2,7%



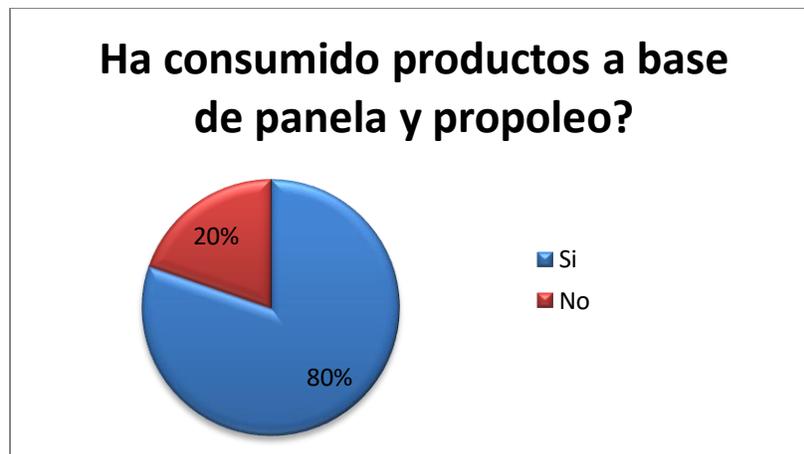
Anexo 2 Estratificación de la población

<b>EDAD</b>		
<b>Menor de 18</b>	20	6,7%
<b>Entre 19 Y 27</b>	139	46,3%
<b>Entre 28 Y 60</b>	141	47,0%
<b>Mayores DE 61</b>	0	0,0%



**Anexo 3** Edad de población

<b>Ha consumido productos a base de panela y propóleo?</b>		
<b>Si</b>	241	80,3%
<b>No</b>	59	19,7%



**Anexo 4** Consumo de panela y propóleo

**Conoce los beneficios de la panela y el propóleo?**

<b>Si</b>	214	71,3%
<b>No</b>	86	28,7%

**Conoce los beneficios de la panela y el propóleo?**

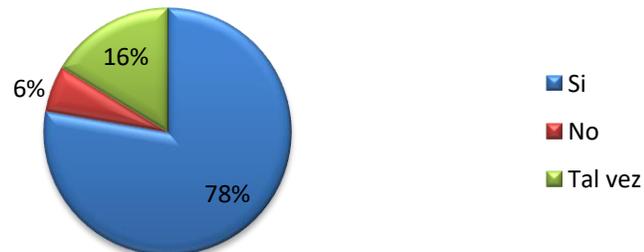


**Anexo 5** Beneficios de la panela y el propóleo

**Cambiaría un producto farmacéutico por uno 100% natural?**

<b>Si</b>	233	77,7%
<b>No</b>	18	6,0%
<b>Tal vez</b>	49	16,3%

**Cambiaría un producto farmacéutico por uno 100% natural?**

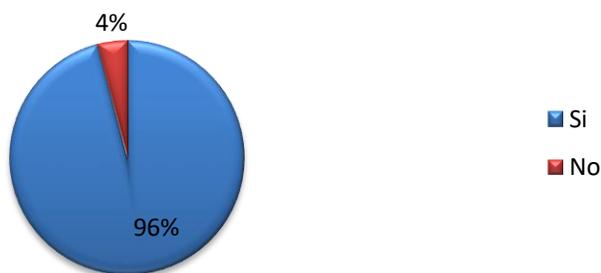


**Anexo 6** Preferencia farmacéutico vs natural

**Compraría un producto que contenga  
 panela y propoleo?**

<b>Si</b>	288	96,0%
<b>No</b>	12	4,0%

**Compraría un producto que  
 contenga panela y propoleo?**

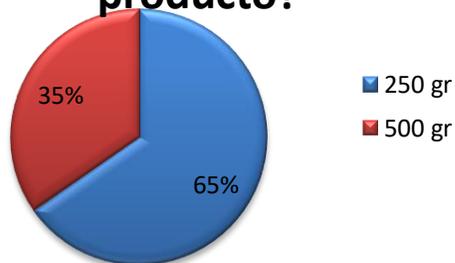


**Anexo 7** Compra del producto

**Que cantidad le gustaría encontrar de  
 este producto?**

<b>250 gr</b>	196	65,3%
<b>500 gr</b>	104	34,7%

**Que cantidad le gustaria  
 encontrar de este  
 producto?**



**Anexo 8** Tamaño del producto

**Como preferiría ver su presentación?**

<b>Jarabe</b>	136	45,3%
<b>Granulada</b>	164	54,7%



**Anexo 9** Presentación del producto

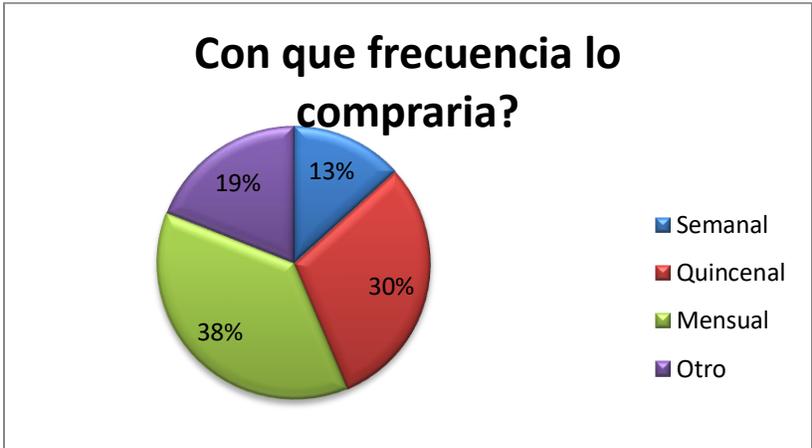
**Cuanto estaria dispuesto a pagar por este producto?**

<b>Entre \$3.000 y \$5.000</b>	117	39,0%
<b>Entre \$6.000 y \$8.000</b>	131	43,7%
<b>Entre \$9.000 y \$11.000</b>	52	17,3%



**Anexo 10** Precio del producto

Con que frecuencia lo compraría?		
Semanal	40	13,3%
Quincenal	91	30,3%
Mensual	112	37,3%
Otro	57	19,0%



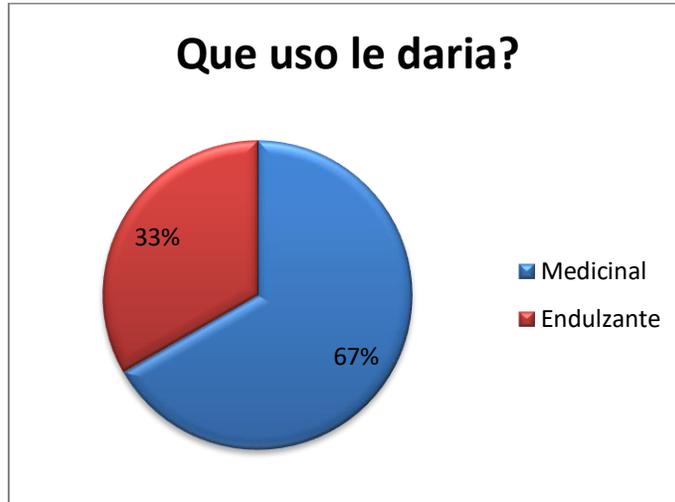
**Anexo 11** Frecuencia de compra

En donde le gustaría encontrar este producto?		
Supermercados	206	68,7%
Droguerías	39	13,0%
Tiendas naturistas	55	18,3%



**Anexo 12** Lugar de compra

Que uso le daría?		
Medicinal	200	66,7%
Endulzante	100	33,3%



**Anexo 13** Uso medicinal vs endulzante