

**Análisis de estudio de factibilidad para la producción y comercialización de los derivados
de la fresa en Villapinzón**

Deisy Liliana García Chaves

Asesor

Jaime Enrique Morales

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios – ECACEN

Programa de Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

2023

Dedicatoria

Este proyecto se lo dedico, primeramente, a Dios porque a pesar de que se me presentaron muchas dificultades económicas y de salud, Dios siempre me sostuvo de su mano, siempre me regalo la sabiduría, y multiplico mis fuerzas para nunca darme por vencida.

A mi esposo, a mi hija quien viene en camino, mis padres y hermanos quienes fueron las personas que me motivaron, apoyaron desde el momento que tome la decisión de iniciar esta carrera, quienes me animaban a continuar cuando quería darme por vencida, quienes me explicaban cuando no entendía, y quienes han estado presente en todo este proceso de mi vida.

Y por último a la familia de la Universidad Nacional Abierta y A distancia, desde la parte de registro y control, profesores y coordinación, porque cada uno de ellos me asesoraban, me escuchaban, me colaboraban y gracias a cada uno de ellos adquirí experiencia en esta formación.

Deisy García

Agradecimientos

JORGE ENRIQUE LEÓN RODRÍGUEZ, actualmente Director CEAD Gacheta, porque siempre estuvo apoyándome en este proceso y estuvo presente para colaborarme ante cualquier duda que se presentara.

JAIME ENRIQUE MORALES MORALES, Administrador de Empresas con Especialización en Auditoría y Control de la Universidad Central, Magister en Administración de las Organizaciones de la UNAD en la ciudad de Bogotá, diplomado y certificado como tutor virtual de curso académico y E-mediador de la UNAD, porque estuvo asesorándome en todo el proceso del desarrollo del proyecto de grado.

A cada uno de los **TUTORES** de la Universidad Nacional Abierta y A Distancia (UNAD) que hicieron parte de mi formación académica, gracias por su paciencia y cada uno de los conocimientos que me brindaron.

Resumen

Este proyecto tiene como finalidad demostrar que derivados podemos producir con la fresa para que no haya tanto desperdicio en los diferentes cultivos en el municipio de Villapinzón ya que se ha encontrado una problemática y es que solo se está comercializando la mejor fresa (fresa seleccionada), siendo transportada a la ciudad y del resto desechada al pie de pocetas, pastos o como de alimento para algunos animales; debido a lo anterior vemos que se está presentando un gran desperdicio de este producto, puesto que no hay un aprovechamiento del 100% de la producción, por ello el objetivo es producir los derivados de la fresa como lo son: el yogurt, la mermelada, tartaleta y batidos de fresa, siendo productos naturales y saludables; Por eso por medio de este plan de negocios se reflejara los insumos e implementos necesarios para fabricar cada uno de estos productos, igualmente se podrá observar el estudio de mercadeo que se llevara a cabo por medio de degustaciones de los diferentes productos y la aplicación de encuesta en la zona rural o urbana, para de esta manera obtener los resultados, si estos son favorables, se llegaría al mercado con precios justos y al alcance del bolsillo, se realizaría publicidad a través de los diferentes medios comunicativos, ya teniendo el producto es buscar alianzas con canales de distribución como supermercados, tiendas de barrio y negocios intermunicipales; el enfoque principal es crear una empresa que sea reconocida a nivel nacional en un futuro, destacándose por la calidad de producto y el valor que se le va a dar al trabajo campesino, teniendo la oportunidad de que la inversión económica mejore y que hayan mucho más puertas laborales para la comunidad. (Autoria propia, 2022)

Palabras Claves: Factibilidad, Producción, comercialización, inversión, crecimiento, distribución.

Abstract

The purpose of this project is to demonstrate what derivatives we can produce with strawberries so that there is not so much waste in the different crops in the municipality of Villapinzón, since a problem has been found and that is that only the best strawberry (selected strawberry) is being marketed. being transported to the city and the rest discarded at the foot of pools, pastures or as food for some animals; Due to the above we see that a great waste of this product is being presented, since there is not a 100% use of the production, therefore the objective is to produce strawberry derivatives such as: yogurt, jam, strawberry tart and shakes, being natural and healthy products; For this reason, through this business plan, the necessary inputs and implements to manufacture each of these products will be reflected, as well as the marketing study that will be carried out through tastings of the different products and the application of a survey. in the rural or urban area, in order to obtain the results, if these are favorable, the market would be reached with fair prices and within reach of the pocket, advertising would be carried out through the different communication media, already having the product is to look for alliances with distribution channels such as supermarkets, neighborhood stores and inter-municipal businesses; The main focus is to create a company that is recognized nationally in the future, standing out for the quality of the product and the value that will be given to peasant work, having the opportunity for economic investment to improve and for there to be much more labor doors for the community. (Own authorship, 2022)

Keywords: Feasibility, Production, commercialization, investment, growth, distribution.

Tabla de Contenido

Introducción	19
Justificación	20
Objetivos	22
General	22
Específicos	22
Antecedentes	23
Módulo de Mercados	25
Investigación de Mercados.....	25
Fuente Primaria.....	25
Fuente Secundaria.....	25
Análisis del Sector.....	25
Análisis del Mercado.....	27
Mercado Objetivo	27
Justificación Mercado Objetivo.....	27
Textura del Producto.....	27
Calidad de Producto.....	27
Servicio al Cliente.....	28
Disposición para PQRS.....	28
Establecimiento.....	28
Consumo Aparente y per Capital del Bien o Servicio.....	31
Magnitud de la Necesidad	31
Nichos de Mercado del Bien o Servicio.....	32

Aspectos Geográficos	33
Límites Municipales.....	35
Análisis Demográfico.	35
Turismo.....	35
Artesanías.....	35
Economía	36
Análisis Psicográficos.....	36
Perfil del Cliente y/o Consumidor a Atender	37
Análisis de Competencia.....	42
Competencia Directa	42
Estrategias de Mercadeo.....	51
Concepto del Producto o Servicio	51
Qué se va a Vender	51
Nivel de Estacionalidad o Moda del Bien o Servicio	51
Yogurt.	51
Batidos.	52
Tartaletas.....	52
Mermelada.	52
Definición del Producto de Manera más Amplia y Detallada.....	52
Características del Producto	53
Producto de Consumo Directo e Indirecto	53
Diseño y Empaque.....	54
Empaque.	54

Composición y Medida.....	55
Código de Barras.....	56
Aplicaciones.....	56
Calidad.....	56
Embalaje.....	57
Estrategias de Distribución.....	58
Alternativas de Penetración del Mercado.....	59
Estrategias para la Comercialización del Bien o Servicio.....	60
Degustación.....	60
Precio.....	60
Publicidad.....	60
La Radio.....	60
La Televisión.....	60
Volantes.....	60
Redes Sociales.....	61
Presupuesto de Distribución.....	61
Estrategias de Venta.....	61
Gancho para Llegar y Motivar al Consumidor.....	61
Condiciones de Pago.....	62
Selección del Personal de Ventas.....	62
Selección del Medio de Ventas.....	62
Estrategias de precios.....	63
Precio de Lanzamiento.....	66

Punto de Equilibrio.....	66
Condiciones de Pago	69
Porcentaje de Gravamen IVA (Enunciado Según Estatuto Tributario).....	69
Estrategias para Resistir la Guerra de Precios	70
Estrategias Promocionales.....	76
Muestra Gratis	76
Descuentos.....	76
Estrategias para Clientes Especiales.....	76
Estrategias de Comunicación	77
Publicidad por los Medios de Comunicación	77
La radio.	77
La televisión.....	77
Volantes.	77
Redes Sociales.	77
Por Qué Razón la Empresa Usará Estos Medios de Publicidad.....	77
Distribución.....	79
Promoción.....	79
Comunicación.....	79
Servicio.....	79
Estrategias de Servicio	79
Procedimientos para la Prestación del Servicio (Post Venta).....	79
Garantías	80
Servicio a Domicilio.....	80

	10
Proyecciones de Ventas.....	80
Metodología Utilizada para Proyección de Ventas	84
Fórmula para Hallar Muestra.	85
Módulo Operación	106
Operación	106
Ficha Técnica de Mermelada.....	106
Estado de Desarrollo	111
Descripción del Proceso	113
Entrada de Insumos	114
Desinfección y Limpieza de los Productos.....	114
Proceso de Insumo.....	114
Preparación del Producto.....	114
Combinación de Insumos	114
Revolver Insumos	114
Enfriamiento del Producto.....	115
Empaque y Comercialice.....	115
Necesidades y Requerimiento	120
Plan de Producción.....	148
Plan de producción Yogurt	148
Plan de Producción Mermelada.....	150
Plan de Producción Tartaletas	153
Plan de Producción Batidos.....	155

Costos de Producción	157
Infraestructura	171
Modulo Organizacional	176
Estrategia Organizacional	176
Estructura Organizacional	179
Aspectos Legales.....	179
Tipo de Empresa	179
Clasificación CIIU	180
Documentos para Formalizar la Empresa.....	180
Reunir la Documentación	180
Inscripción en la Cámara de Comercio.....	180
Tramitar el RUT Definitivo.	180
Resolución de Facturación y Firma Digital.	181
Costos Administrativos	184
Modulo Finanzas.....	188
Impactos	195
Económico.....	195
Regional	196
Social.....	196
Ambiental	197
Conclusiones	199
Recomendaciones	201

Referencias Bibliográficas 202

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Estimación Mercado Potencial</i>	29
Tabla 2 <i>Productos Sustitutos o Similares</i>	38
Tabla 3 <i>Empresas Competidoras Provincia de Almeidas</i>	45
Tabla 4. <i>Factores de Análisis de Competencia</i>	47
Tabla 5 <i>Análisis de Precios de Ventas de la Competencia</i>	49
Tabla 6 <i>Composición y Medida</i>	55
Tabla 7 <i>Punto de Equilibrio</i>	68
Tabla 8 <i>Análisis Competitivo Frente a la Mermelada</i>	71
Tabla 9 <i>Empresas Competidoras Frente al Yogurt</i>	72
Tabla 10 <i>Empresas Competidores Frente a la Tartaleta</i>	73
Tabla 11 <i>Empresas Competidoras Frente a Batidos</i>	74
Tabla 13 <i>Presupuesto de Mezcla de Mercadeo</i>	78
Tabla 14	81
Tabla 15 <i>Proyección de Ventas Año 3</i>	82
Tabla 16 <i>Proyección de Ventas Año 5</i>	83
Tabla 17 <i>Capacidad Instalada</i>	104
Tabla 18 <i>Ficha Técnica de Mermelada</i>	106
Tabla 19 <i>Ficha Técnica de Yogurt</i>	107
Tabla 20 <i>Ficha Técnica de Tartaletas</i>	109
Tabla 21 <i>Ficha Técnica de Batidos</i>	110
Tabla 22 <i>Necesidades y Requerimientos del Yogurt, Tamaño 150gr</i>	121
Tabla 23 <i>Necesidades y Requerimientos Yogurt 250gr</i>	124

Tabla 24 Necesidades y Requerimiento Yogurt 1000ml.....	127
Tabla 25 Necesidades y Requerimientos Yogurt 2000ml	130
Tabla 26 Necesidades y Requerimientos de Mermelada 250gr	133
Tabla 27 Necesidades y Requerimiento Mermelada 370gr.....	135
Tabla 28 Necesidades y Requerimiento Mermelada 500gr.....	137
Tabla 29 Necesidades y Requerimiento Tartaletas Personales	139
Tabla 30 Necesidades y Requerimiento Tartaleta Familiar.....	142
Tabla 31 Necesidades y Requerimiento Batido	146
Tabla 32 Plan Producción Yogurt.....	149
Tabla 33 Plan Producción Mermelada	151
Tabla 34 Plan Producción Tartaletas	154
Tabla 35 Plan Producción Batidos.....	156
Tabla 36 Costos Unitarios.....	158
Tabla 37 Capacidad Mano de Obra.....	170
Tabla 38 Costo Mano de Obra por Unidad.....	171
Tabla 39 Costo de Inversión.....	172
Tabla 40 Análisis DOFA	176
Tabla 41 Análisis FODA	177
Tabla 42 Estructura Organizacional.....	182
Tabla 43 Presupuesto de Nómina Año 1	184
Tabla 44 Gastos Administrativos	187
Tabla 45 Amortización Pago Cuota Fija.....	188
Tabla 46 Inversión Fija	193

Lista de Figuras

<i>Figura 1</i> Mapa de Ubicación Villapinzón.....	33
<i>Figura 2</i> Mapa Área Urbana Villapinzón.....	34
<i>Figura 3</i> Logo de Empresa.....	54
<i>Figura 4</i> Embalaje de Plástico.....	57
<i>Figura 5</i> Estrategia de Distribución #1	58
<i>Figura 6</i> Estrategia de Distribución # 2	59
<i>Figura 7</i> Precio Yogurt	64
<i>Figura 8</i> Precio Mermelada	64
<i>Figura 9</i> Precio Tartaletas.....	65
<i>Figura 10</i> Precio Batido.....	65
<i>Figura 11</i> Porcentaje de Gravamen IVA.....	70
<i>Figura 12</i>	75
<i>Figura 13</i> Genero.....	86
<i>Figura 14</i> Edad.....	86
<i>Figura 15</i> Lugar de Residencia.....	87
<i>Figura 16</i> Nivel de Educación.....	88
<i>Figura 17</i> Nivel de Ocupación	89
<i>Figura 18</i> Consume Usted Fresa	90
<i>Figura 19</i> ¿Cada Cuanto Consume Fresa?	91
<i>Figura 20</i> Conoce las Propiedades Alimenticias.....	92
<i>Figura 21</i> ¿Que Prepara con la Fresa?.....	93
<i>Figura 22</i> ¿Conoce Alguna Empresa Comercializadora en Villapinzón?.....	94

Figura 23	<i>Está de Acuerdo con que se crea una Empresa Comercializadora en Villapinzón...</i>	95
Figura 24	<i>¿Incluiría Derivados de la Fresa?</i>	96
Figura 25	<i>Crearía Alianzas para Ofrecer Productos Derivados de la Fresa</i>	97
Figura 26	<i>¿ Cree Usted que esta Empresa es Favorable en Villapinzón?</i>	98
Figura 27	<i>Que se Tendría en Cuenta a la Hora de Adquirir los Derivados</i>	99
Figura 28	<i>Preferencia Ante el Yogurt</i>	100
Figura 29	<i>Preferencia Ante la Mermelada</i>	101
Figura 30	<i>Preferencia Tamaño Yogurt</i>	102
Figura 31	<i>Con qué Frecuencia Adquiriría los Derivados</i>	103
Figura 32	<i>Preferencia de Pago</i>	103
Figura 33	<i>Estado de Desarrollo</i>	111
Figura 34	<i>Flujo de Procesos</i>	113
Figura 35	<i>Flujo Proceso de Yogurt</i>	116
Figura 36	<i>Proceso de Mermelada</i>	117
Figura 37	<i>Proceso de Tartaletas</i>	118
Figura 38	<i>Proceso de Batido</i>	119
Figura 39	<i>Consumo por Unidad de Producto Año 1 Yogurt</i>	160
Figura 40	<i>Consumo por Unidad de Producto año 1 Mermelada</i>	161
Figura 41	<i>Consumo por Unidad de Producto Año 1 Tartaletas</i>	162
Figura 42	<i>Consumo por Unidad de Producto Año 1 Batido</i>	162
Figura 43	<i>Consumo por Unidad Año 2 Yogurt</i>	163
Figura 44	<i>Consumo por Unidad de Producto Año 2 Mermelada</i>	164
Figura 45	<i>Consumo por Unidad de Producto Año 2 Tartaletas</i>	165

<i>Figura 46 Consumo por Unidad de Producto Año 2 Batido</i>	<i>165</i>
<i>Figura 47 Consumo por Unidad Año 3 Yogurt.....</i>	<i>166</i>
<i>Figura 48 Consumo por Unidad de Producto Año 3 Mermelada.....</i>	<i>167</i>
<i>Figura 49 Consumo por Unidad de Producto Año 3 Tartaletas.....</i>	<i>168</i>
<i>Figura 50 Consumo por Unidad de Producto Año 3 Batido</i>	<i>169</i>
<i>Figura 51 Organigrama de Organización</i>	<i>179</i>
<i>Figura 52 Residuos Medio Ambiental.....</i>	<i>198</i>

Lista de Apéndices

Apéndice A. Fuente de Investigación Primaria (Encuesta)..... 204

Apéndice B. Formato de RUES..... 210

Introducción

Cundinamarca es el principal departamento productor de Fresa del país; en 2020 representó el 51% de las áreas sembradas en fresa del país. Seguido de Boyacá y Cauca, cada uno con una participación del 10% , y de Norte de Santander, que representa el 8% de las áreas sembradas.

Aunque no exista un porcentaje como tal de la producción en el municipio de Villapinzón Cundinamarca está claro que existe una participación en el mercado, y el problema que surge y que nos ha llevado a realizar esta investigación es porque se identificó que la fresa teniendo muchas vitaminas y beneficios está siendo poco aprovechada ya que se está transportando la mejor a la ciudad y del resto no tiene salida lo cual genera pérdidas del producto y así mismo es una pérdida para el productor , es por esta razón que evaluando la situación y observando que en el municipio no existe aún una empresa que se dedique a la producción y comercialización de esta, decidí llevar a cabo este plan de negocios buscando que se pueda llevar al mercado los derivados como el yogurt, la mermelada, la tartaleta y los batidos lo cual supla las necesidades dentro del municipio y así se le pueda dar el aprovechamiento 100% a esta fruta brindando una mejora en la economía de la región.

Es por eso que para llevar a cabo este proyecto se analizaran aspectos como la geografía, economía, lugares turísticos, los módulos de mercado, el módulo de operación, el módulo de finanzas, los impactos que podría generar ; esto se realiza con el fin de evaluar que tan factible es este plan de negocios en nuestra región y que aspectos positivos podría brindar este desarrollo empresarial.

Justificación

La fresa siendo una fruta que contiene fibra, vitaminas C, vitaminas E favoreciendo la fertilidad y ayudando a mantener estables las células sanguíneas, antioxidantes, respecto a los minerales que contiene hay que resaltar su elevado contenido en potasio y bajo en sodio, por lo que resultan perfectas para personas que padecen hipertensión arterial o problemas del corazón; es necesaria durante el embarazo, y se han realizado pruebas que demuestran que el consumo de fresa previene el cáncer de esófago, evita el estreñimiento, mejora la salud ocular, previene el deterioro cognitivo, previene la gota entre otros beneficios (Guía Prácticas de Frutas) (Beneficios de las fresas, 2013).

Y es que observando en el Municipio de Villapinzón se ha reflejado en los últimos años que las áreas sembradas y la producción de esta fruta han presentado un crecimiento a través del tiempo, (Plan De Desarrollo Municipal, 2020-2024) siendo una fruta muy delicada pues el calor, el transporte y la humedad hacen que se deteriore con facilidad debido a su fragilidad, además son frutas muy perecederas que se deben saber conservar adecuadamente para que puedan tener una vida media de unos siete días sino de lo contrario son dos días que aguantaría (Alvarez, 2019); y es que viendo el esfuerzo, la inversión que deben tener los productores y trabajadores al momento de sembrar, el cuidado en el desarrollo, la selección y la transportación de esta fruta que contiene variedad de nutrientes y beneficios, es injustificable que solamente se esté aprovechando la mejor fresa y del resto se deseche al pie de pocetas, pastos o de alimento para algunos animales, es por esta razón que en el Municipio de Villapinzón se pretende llevar a cabo este proyecto de producir y comercializar los derivados de fresa, es decir transformar ese desperdicio en productos como: yogurt, mermelada, tartaletas y batidos los cuales hacen parte de sus derivados, esto nos permitiría aprovechar estos nutrientes, sacar al mercado productos

naturales y mejorar la inversión y los ingresos por parte de los cultivadores ya que tendría la posibilidad de vender el producto que actualmente se desperdicia en sus diferentes cultivos.

Para lograr el plan de negocios de este proyecto es necesario centrarnos en un estudio de mercado el cual nos permita evaluar e identificar el perfil del consumidor, la competencia, los precios del mercado, canales de distribución y las estrategias de venta, luego de analizar los datos obtenidos se puede llegar al consumidor con la degustación y la descripción del porque consumir estos productos no solamente por sus nutrientes y beneficios que lo caracterizan sino porque esto nos permite darle una mano a los campesinos que se esfuerzan al cosechar esta fruta, además de eso no se llegaría al mercado con precios altos, sino estos serían evaluando la economía de nuestra comunidad, en un comienzo ofrecer ofertas, promociones, descuentos ya que se busca que el producto no quede en un solo lugar, sino a lo contrario que esté presente en los supermercados, cafeterías, tiendas de barrio e incluso salir a ofrecer nuestro producto en las veredas para que toda la comunidad tenga la posibilidad de conocer y adquirir estos productos. Con este plan buscamos ser una empresa reconocida a nivel tanto municipal como nacional, mejorar la economía, tener estabilidad laboral y abrir más puertas laborales.

Objetivos

General

Analizar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de los derivados de la fresa en el Municipio de Villapinzón.

Específicos

Elaborar un estudio de mercado de la fresa y sus derivados en el municipio de Villapinzón para el desarrollo de este plan de negocios.

Identificar los requerimientos técnicos y organizacionales para la ejecución del proyecto.

Evaluar la viabilidad económica y financiera que se pueden llegar a generar con la elaboración de este proyecto.

Realizar alianzas de comercialización y distribución que se podrían llevar a cabo en el municipio o fuera del municipio de Villapinzón.

Antecedentes

Según la Corporación Colombia Internacional, la producción nacional de fresa tuvo un comportamiento constante del año 2007 a 2008, registró un aumento en 2009; pero, en 2010 disminuyó sustancialmente debido a la presencia de fenómenos climáticos atípicos en el país.

Durante los dos últimos años la producción ha retomado su ritmo de aumento normal, lo cual ha promovido la comercialización del producto.

“En el último año el cultivo de fresa en Colombia presentó una producción aproximada a las 45.000 toneladas. El principal departamento productor fue Cundinamarca, con el 63,4%; seguido de Antioquia con el 23,8% y Norte de Santander, con 6,98% de producción nacional”, aseguró Adriana Senior, presidente de la entidad.

Y es que la fresa colombiana, en los últimos años, ha tenido una fuerte presencia en los mercados de países de Centro América y el Caribe, destacándose algunos destinos, como: Panamá, Antillas Holandesas y Aruba.

Igualmente, un porcentaje menor se ha enviado a países de Europa como España y Portugal, al igual que Estados Unidos.

Uno de los factores de éxito de la comercialización de esta fruta es su transferencia tecnológica y el constante interés de los centros de investigación por promover el desarrollo de la cadena de la fresa.

Es por ello por lo que Carlos Escobar Torres, secretario técnico nacional de la Cadena de la Mora, señaló que la fresa ha sido considerada como uno de los productos más rentables en la categoría de frutas en el entorno colombiano, ya que los precios del mercado son superiores a los costos de producción y comercialización.

“La cadena posee capital humano técnico que se puede optimizar para el manejo de una agricultura más competitiva y así fortalecer los mercados”, aseguró Torres.

Es así como factores de empaques, procesos postcosecha y las nuevas alternativas de consumo convierten a la fresa en un producto competitivo, tanto en el ámbito local, como en el internacional.

(Las fresas Colombianas se imponen en los diferentes mercados Internacionales , 2015)

Módulo de Mercados

Investigación de Mercados

Para llevar a cabo este plan de negocios se tuvo en cuenta dos fuentes de investigación primaria y secundaria.

Fuente Primaria

Esta investigación de mercados se realizó por una aplicación de encuesta, por medio de la cual se recolecta información acerca de la viabilidad y la aceptación de este plan de negocios, para ello se aplicó 20 preguntas las cuales se realizaron a 195 personas del municipio de Villapinzón de la zona rural y urbana, dentro de los cuales contamos con participación de personas de 15 años en adelante tanto estudiantes, ama de casa, trabajadores independientes y desempleados.

Fuente Secundaria

Para esta fuente de investigación me centre en la indagación en diferentes fuentes de internet relacionados con la producción y comercialización de la fresa, entre estas temáticas se relacionan la guía metabólica de la fresa, información del DANE, Plan desarrollo del municipio de Villapinzón, donde por medio del cual se refleja los beneficios, los nutrientes, las vitaminas y el nivel de producción de la fresa a nivel nacional.

Análisis del Sector

El mercado mundial de fresa ha venido en aumento y esto se ha reflejado en el nivel de producción; de esta forma, según información de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAOSTAT 2013). Entre el año 2000 y 2011 se ha intensificado la producción de fresa, pasando de 3,3 millones de toneladas en el año 2000 a 4,6 millones de toneladas en el 2011, valor que se mantuvo estable en el 2012, año en el cual Colombia participó

con 1.274 toneladas correspondientes al 2,8% de la producción mundial. Estados Unidos es el principal productor de fresa a nivel mundial, seguido por países como México, Turquía, España, y Egipto.

Estados Unidos y Canadá son actualmente los mayores importadores de fresa y su principal proveedor es México, quien para el 2011 exportó 76.890 toneladas de fresa en fresco (FAOSTAT). Por su parte, los principales países importadores de Europa son Francia, Reino Unido y Holanda, quienes se abastecen del producto principalmente desde España que en el año 2011 exportó 231.732 toneladas (FAOSTAT); sin embargo, debido al crecimiento de la demanda de fresa, la capacidad de producción de España no es suficiente durante la temporada de invierno, por lo que en ciertos casos los países europeos deben abastecerse de Estados Unidos (DANE 2013).

La producción de fresa ha mostrado una variación en cuanto a los departamentos productores. La proporción de participación en la producción y el mercado de la fresa ha ido aumentando desde 2011 en Antioquia, principalmente. La mayor parte de la producción nacional tiene como destino CORABASTOS (mercado mayorista de Bogotá). De la producción total nacional Cundinamarca participó con el 53,1%, Antioquia con 29,6%, Norte de Santander con 7,9%, Cauca con 6,6%, Boyacá con 1,3% y Valle del Cauca con 0,6%

En el año 2013 hubo exportaciones de fresa desde Colombia por valor de 954.118 dólares (Partidas arancelarias 0810100000, 0811101000, 0811109000, 2008800000), siendo los principales países destino de las importaciones Estados Unidos (187.978 dólares), Panamá (179.686 dólares), México (178.086 dólares), Alemania (163.265 dólares) y Antillas Holandesas (94.911 dólares). Por su parte, los principales departamentos exportadores colombianos fueron Cundinamarca con una participación del 62,6% del total exportado, Bogotá con 13,5%,

Antioquia con 13,4%, Valle del Cauca con 4,4%, Caldas con 3,9% y otros departamentos como Risaralda, Santander y Atlántico con una participación total del 3,1% (DANE, 2014. Cifras de Comercio Exterior).

(Bogota, 2015)

Análisis del Mercado

Mercado Objetivo

El plan de negocios de esta empresa se llevará a cabo en el municipio de Villapinzón y se basará en producir y comercializar los derivados de la fresa como lo es el yogurt, mermelada, tartaletas y batidos de fresa, este producto se ofrecerá a personas de 3 años en adelante, pues tiene un alto contenido en fibra, vitaminas y nutrientes que favorecen en la calidad de vida.

Justificación Mercado Objetivo

La empresa La Delicia de futa de mi Campo quiere ofrecer a su distinguida comunidad productos que más de cantidad son de calidad, siendo estos productos nuevos en el municipio, se busca que el cliente sienta atracción por estos productos y los adquiera las veces que quiera, por eso en ello se trabajará en:

Textura del Producto. Se busca que la clase de producto tenga un buen sabor, olor y su contenido en el caso del yogurt, batido y mermelada sea productos que sean espesos, que no sean el solo agua porque es de conocer que esa clase de productos no son de gusto para la mayoría de la comunidad, además de que al probarlo se quede con la sensación de seguir consumiendo.

Calidad de Producto. Como empresa se busca que los productos que se ofrezcan sean productos frescos, sanos y en el caso de las tartaletas un producto blando.

Precio: Se busca que los precios de los productos estén al alcance del bolsillo.

Servicio al Cliente. La empresa las delicias de fruta de mi Campo, planea tener personas que presten su servicio con amor, respeto, dedicación, que independientemente de la raza, religión u estrato no se haga sentir mal a ningún miembro de la comunidad.

Disposición para PQRS. La empresa las delicias de fruta de mi Campo estará siempre dispuesta a escuchar reclamos u quejas ya sea en dado caso por el producto o servicio recibido y dependiendo de la falla se está dispuesto a cambiar.

Establecimiento. Se busca que el lugar este lleno de tranquilidad, con un buen ambiente donde las persona se sientan agradables.

Tabla 1*Estimación Mercado Potencial*

Mercado Objetivo	Unidad De Consumo	Cantidad De Consumidores	Consumo Promedio En General	Precio Promedio	Mercado Potencial En General
Geográficos	Municipio de Villapinzón	20.711	207.110	\$ 2.500	\$ 10.723.638.025.000
Nivel Socio Económico	Clase baja y media 60% del total de la población	12.427	186.399	\$ 2.500	5.790.764.533.500
Estilo De Vida	25% de la población	5.178	103.555	\$ 2.500	1.340.454.753.125
TOTAL		17.604	22.350	\$ 1.500	7.131.219.286.625

Nota. Para hallar esta estimación de mercado lo realizamos de la siguiente manera:

En el segmento del mercado objetivo se estableció el lugar donde se va a vender el producto en este caso como es un producto nuevo hablamos que es en el municipio de Villapinzón, donde se cuenta con 20.711 de población, como sabemos que todos los habitantes no van a requerir el producto, suponemos que de ese total de habitantes de Villapinzón contamos con apoyo del 40% de la población de estrato bajo y medio y un 25% de la población que mantiene un estilo de vida de cuidado en su respectiva alimentación, de esta manera y suponiendo en forma general se saca un promedio de cuanto seria el mercado potencial en el municipio de Villapinzón si

todos los habitantes consumieran el producto, pero como no es así, el resultado final de la estimación del mercado, es con la participación del 65% de participación en el municipio de Villapinzón. *Fuente:* Autoría propia Deisy García

Consumo Aparente y per Capital del Bien o Servicio

En Villapinzón contamos con una población de 20.711 habitantes de los cuales 6.873 (33.19%) pertenece a la población urbana y 13.838 (66.81%) pertenece a la población rural, de esta manera podemos suponer que se contará con una estimación del mercado del 65% de la población es decir 13.462 habitantes adquieran nuestros productos que van a ser a base de la misma fruta que da nuestro campo, así mismo se prevé que los productos tengan una salida de la siguiente manera en un tiempo determinado (4 meses en adelante) :

El consumo aparente es:

6050 personas adquirirán nuestros productos solo los fines de semana (sábado- domingo) clientes fijos

4300 personas adquirirán nuestros productos entre semana (lunes – viernes) clientes fijos

3112 personas adquirirán nuestros productos ocasionalmente.

Magnitud de la Necesidad

En estos tiempos la economía familiar, el desempleo, el poco reconocimiento y el bajo valor que se le tiene a los alimentos producidos a nuestros campesinos nos ha llevado a pensar en la necesidad de crear esta empresa productora y comercializadora de la fresa, esto con el objetivo de darle un mayor aprovechamiento a tanta fruta(fresa) desperdiciada, donde se está perdiendo mucha vitamina y beneficios, además de eso en el municipio de Villapinzón no existe una empresa de esta clase, que mejor que poderles brindar a los habitantes productos naturales que se trabajan del campo.

Con esto se busca el poder generar empleo, pero también el llenar una necesidad en el municipio, pues ya no existiría la necesidad de encargarse u ir hacia el municipio vecino por una mermelada o por una tartaleta porque las encontrarán en su propio pueblo a precios económicos,

porque la idea es llegar a nuestro mercado no solo pensando en nuestro bienestar económico sino también pensando en el bolsillo de los Villapinzonences.

Nicho de Mercado del Bien o Servicio

En el municipio de Villapinzón hasta el momento no se cuenta con ninguna empresa productora y comercializadora de los derivados de la fresa, por eso vimos la necesidad de crear esta empresa, para satisfacer la necesidad de los habitantes, para que no tengan la necesidad de trasladarse a otros municipios vecinos para consumir algo rico y natural, sino que ya lo encuentren en su municipio y que son productos que se ofrecen para toda la comunidad de Villapinzón ya sea zona urbana o rural y para toda la familia, desde el más pequeño al más adulto, es un producto que no está afectando al cuerpo sino al contrario son productos que alimentan, que benefician al cuerpo, por su contenido de vitaminas y beneficios; para llegar a tener un rango alto en el mercado ofreceremos estos producto a un precio viable que sea conforme a la economía que hoy en día se está viviendo, además se realizara mucha publicidad con las facilidades hoy en día, de las páginas web, las redes sociales, los afiches, entre otros.

Aspectos Geográficos

Figura 1

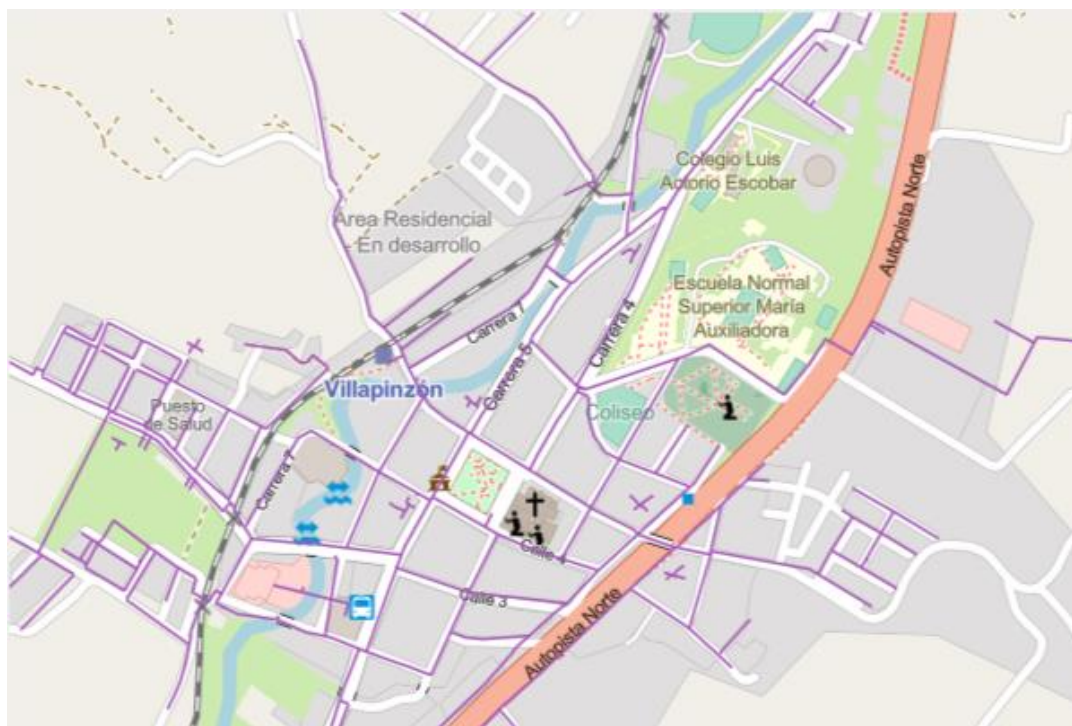
Mapa de Ubicación Villapinzón



Nota. Adaptada de Mapa de Ubicación municipio de Villapinzón - Cundinamarca por Daniela Garzón <https://es.scribd.com/document/423137213/Villapinzon-Cundinamarca>)

Figura 2

Mapa Área Urbana Villapinzón



Nota. Adaptada de Área Urbana Villapinzón

<https://www.arcgis.com/sharing/rest/content/items/7045f393b7994e458ef02d2494f7a84e/info/thumbnail/thumbnail1658791147984.png?w=800>

Villapinzón se ubica en el altiplano Cundiboyacense, pertenece a la región natural del bosque andino y a la subregión de la cuenca alta del río Bogotá. Administrativamente pertenece a la provincia de Almeidas, la cual está conformada por los municipios de Chocontá, Machetá, Manta, Sesquilé, Suesca, Tibirita y Villapinzón

Su cabecera municipal se encuentra localizada a los 05° 13' 09'' de latitud norte y 73° 36' 00'' de longitud oeste. Su extensión es de 249 Km², distribuidos 248.51 Km.² en el área rural y 0.39 Km² en el área urbana. (Fuente IGAC 1992). El área de la cabecera municipal será revalida en este estudio.

Limites Municipales. Norte: Ventaquemada (Boyacá) y Lenguazaque (Cundinamarca)

Sur: Chocontá, Tibirita (Cundinamarca) y Capilla de Tenza (Boyacá)

Occidente: Chocontá y Lenguazaque

Oriente: Ventaquemada, Turmequé y Umbita (Boyacá)

(Cundinamarca, 2019)

Análisis Demográfico. Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar):

2715 m.s.n.m

Temperatura media: 13° C

Distancia de referencia: 80 km de Bogotá

Extensión territorial km²: 235

Total, población: 20,711

Tasa población del departamento: 7/1000

Densidad de población por km²: 88.13 Hab/km²

(El Observatorio y los Municipios, s.f.)

Turismo. Páramo de Guachenque

Pozo de la nutria

Laguna del Valle

Laguna Mapa de Colombia

Nacimiento del río Bogotá

Piedra del diablo

Altamira

Peña Sanabria

Artesanías. Tejidos en lana, artículos de marroquinería.

Casona de la Alcaldía (Atractivo Arquitectónico)

Iglesia San Juan Bautista (Atractivo Arquitectónico)

Estación del Ferrocarril

Piedra del oso

Plaza de Toros

Economía. Los sectores agropecuario, industrial y medio ambiente, son los que aportan de manera cuantitativa al desarrollo social y económico territorial. Las actividades agrícolas y pecuarias de la región, el sector secundario de la economía se manifiesta con la presencia y actividad de diferentes establecimientos comerciales que proveen de insumos agrícolas y de elementos de primera necesidad para la canasta familiar de la población Villapinzonense.

El tercer sector de la economía en el municipio se encuentra representado por la industria de las curtiembres, en las que se procesa cuero, generando empleo y sustento a las familias que allí laboran. Además, se encuentran en Villapinzón algunos talleres del cuero donde se elaboran manufacturas, dándole valor agregado al producto y creándose de manera alterna otra actividad de sustento. (Villapinzón, s.f.)

Análisis Psicográficos

En el municipio de Villapinzón contamos con personas que se caracterizan por ser emprendedoras, independientes, extrovertidas, confiadas, que buscan la atención, les gusta impresionar, son serviciales, pacientes, prudente, etc.; estas personas se identifican porque llevan su diferentes estilo de vida como, personas que les gusta comer y vestir bien, que les gusta hacer dietas, mantener la figura, personas que no son exigentes tanto en alimentación como el vestuario, personas que se conforman, en si existen personas de estrato alto, medio y bajo; que se enfocan en actividades como la agricultura, los curtiembres, las flores, los fresales, la

frambuesa, los arándanos, en otros trabajos que promueve el mismo pueblo como en los bancos, la alcaldía, los supermercados, las cafeterías; los pasatiempos con los que se caracterizan son el ciclismo, el fútbol, el ajedrez, el baloncesto, el patinaje entre otros, y existen personas que son Católicas, creyentes y ateos, pero en si podemos decir que aunque el municipio de Villapinzón se vea dividido por el estrato Social, los valores o las creencias religiosas somos un pueblo unido que apoya 100% a los campesinos, y valoramos el trabajo y el esfuerzo de ellos para cosechar la comida que nos alimenta a nosotros y a los ciudadanos. (Autoria propia)

Perfil del Cliente y/o Consumidor a Atender

Personas de los 3 años en adelante (niños, jóvenes, adultos y personas de tercera a edad)

Personas de todos los estratos

Personas que lleven una alimentación nutricional y adecuada

Personas que sientan gusto por los productos naturales, asequibles y económicos.

Personas que se sientan satisfechos no solo con la calidad de producto sino con la atención recibida y que comparta positivamente la experiencia vivida, lo cual nos permita llegar a muchos más clientes.

Tabla 2*Productos Sustitutos o Similares*

Producto		
Mermelada	<p>Se define a la mermelada de frutas como un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, obtenida por cocción y concentración de frutas sanas, adecuadamente preparadas, con adición de edulcorantes, con o sin adición de agua, este producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Aporta energía</p> <p>Grasa</p> <p>Glucosa</p> <p>Se consume al 100% la fruta ya que es hecha con la pulpa y la concha</p> <p>Rica en fibra por lo tanto ayuda a regular el tránsito intestinal.</p>	
Productos Similares	Diferencias	
Compota	<p>La compota es un postre casero que tradicionalmente se ha hecho de manzana, pero que se hace igualmente de distintas frutas, este producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Las compotas de frutas son suaves y de fácil digestión. Poseen propiedades reconstituyentes, no pesan al estómago y aportan energía fácil de asimilar, de digestión corta. Las compotas de frutas nos proporcionan el azúcar natural de la fruta, además de ser muy ricas en fibra soluble.</p>	<p>Hay que cocer las frutas en almíbar</p> <p>La preparación se hace con frutas frescas o secas y se le agrega especias</p>
Producto		

Yogurt Natural	<p>Un yogur natural es un producto lácteo obtenido por la fermentación de microorganismos específicos de la leche, este producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Fortalece nuestro sistema de defensa.</p> <p>Regular la acides del estómago.</p> <p>Un vaso de yogurt contiene 8 gramos de proteína.</p> <p>Estabiliza la flora intestinal.</p> <p>Imposibilita el desarrollo de bacterias dañinas en el intestino.</p> <p>Contiene calcio, magnesio y fósforo, minerales indispensables para mantener sanos los huesos.</p> <p>Previene infecciones.</p>
Productos Similares	Diferencia
Yogurt Griego	<p>El yogur griego tradicional es un producto lácteo hecho con leche de vaca o de cabra y, por lo general, contiene entre un 9 y un 10 % de materia grasa láctea, este producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Mayor aporte de proteínas</p> <p>Mas bajo en Carbohidratos</p> <p>Fuente de calcio</p> <p>Regula la fuente Intestinal</p> <p>Fuente de vitamina B12</p> <p>Contiene menos lactosa</p>

Kumis	<p>Es un producto lácteo hecho a partir de kéfir de leche. Tradicionalmente se ha elaborado con leche de yegua, aunque hoy en día se emplea por la leche de Vaca, este producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Aporta calcio</p> <p>fosforo</p> <p>vitaminas B2, D1 y B12</p> <p>magnesio</p> <p>proteína</p>	Es más, ácido
<hr/> Productos		
Tartaletas	<p>La tartaleta es una especie de plato volante de gran variedad dependiendo de su relleno. La base de la tartaleta suele estar elaborada de recortes de hojaldre. Suelen ser horneadas con legumbres secas, cuyo peso evita que el fondo se hinche y mantenga la forma cóncava de la masa</p>	
<hr/> Productos Similares		Diferencias

Postres	<p>El postre es el plato de sabor dulce o agridulce que se toma al final de la comida, o de merienda</p> <p>Los dulces alegran la vida y aportan energía, además las personas necesitan glucosa para la salud, esté producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Los dulces mejoran el humor, pues al comerlo la feniletilamina que contienen hacen que nuestro cerebro secrete serotonina y endorfinas, que nos producen sensación de bienestar.</p> <p>En los dulces el contenido de polifenoles previene la aterosclerosis, una enfermedad que provoca una reacción inflamatoria.</p> <p>Los dulces proporcionan una satisfacción de antojos que se presentan al ser humano en cualquier momento y etapa de la vida</p>	<p>Son muy dulces</p> <p>Algunos son empalagosos</p>
Producto		
Batido	<p>El batido de leche es una bebida elaborada a base de leche o helado, que puede llevar frutas, chocolate, turrón o también helado. Un factor importante que distingue un batido de la leche mezclada es que está preparado generalmente en una batidora y no simplemente mezclado a mano, esté producto contiene diversos beneficios como:</p> <p>Aporta multitud de vitaminas</p> <p>Limpia tu cuerpo</p> <p>Ideal para los niños</p>	

	Puede tomarse en cualquier hora	
	Tiene pocas calorías.	
Productos Similares		Diferencias
Jugos	El jugo de fresa es una alternativa excelente para disfrutar de todo el sabor de esta fruta y aprovechar sus beneficios al máximo. contiene diversos beneficios como: Su contenido de potasio y el bajo valor de azúcares ayudan a mantener buenos niveles de azúcar y colesterol en la sangre. Puede ayudar a prevenir enfermedades inflamatorias como el asma y la artritis por su contenido de fitonutrientes. Ayuda a conservar la piel fresca y sana por su contenido de ácido alógico y vitamina	Los jugos son los que se hacen a partir del líquido extraído de las frutas, no contienen la pulpa y no son espesos. Los jugos podrían aportar algunas vitaminas y minerales

Nota. Autoría propia

Análisis de Competencia

Competencia Directa

En la competencia directa encontramos aquellas empresas que ofrecen productos similares o iguales de los derivados de la fresa, en este caso nos basamos en analizar la zona Almeidas donde encontramos las siguientes empresas:

Empresa El fresal Tradición Europea, esta es una empresa que está ubicada en la vereda Tilata en el municipio de Chocontá Cundinamarca, queda a 40 minutos en automóvil del municipio de Villapinzón, ofrece productos que contienen fresa y arándanos, entre estos podemos resaltar las tortas en variedad de sabores, las tartaletas, las fresas con crema, postres, capuchinos, cocteles, helados, mantecadas entre otros, los precios que maneja esta empresa son

precios altos, ya que es una empresa que queda sobre la vía principal que conduce de Tunja-Bogotá, es visitada por mucho turista, la mayoría de los villapinzonences se trasladan a ese lugar para probar los productos y pasar un momento agradable, las personas que han asistido a este lugar lo recomiendan mucho no solo por la atención sino los productos que ofrecen, esta empresa para atraer a sus clientes muestran sus productos en las redes sociales, como el Facebook, Instagram.

La empresa Lácteos Montserrat la moreneta SAS, ubicada en el municipio de Villapinzón, y se centra en la elaboración de productos lácteos, como el yogurt orgánico, yogurt griego, yogurt con cereales y venta de leche de vaca, su principal materia prima es la leche, la cual es producida por la finca la Moreneta, se han escuchado comentarios positivos otros negativos, por la calidad, el precio y la atención; les hacen publicidad a sus productos por medio de la red de Instagram.

La empresa la parada Láctea, está ubicada en la Vereda Retiro Blancos de Chocontá aproximadamente a 15 minutos en vehículo del municipio de Villapinzón, queda sobre la vía Bogotá- Tunja, a esta empresa llegan muchas personas que viajan hacia otros lugares, para desayunar, o comprar productos para llevar a la familia, en esta empresa ofrecen variedad de productos entre ellos agua - panela, queso, arepas, yogurt, jugos, pan de yuca etc. Los comentarios respecto al precio dicen que son demasiado altos, frente a la calidad de los productos hay personas que quedan satisfechos, pero hay otros que no lo recomiendan, la mayoría se queja por la atención recibida, esta empresa poco hace publicidad de sus productos.

La empresa La Iguana Café Villapinzón, está ubicada en el municipio de Villapinzón, ofrece productos como hamburguesas, pizza, mazorcadas, perro caliente, ensalada de frutas, batidos, helados entre otros, los precios que manejan en algunos productos son un poco altos, la

calidad de los productos es buena, se han escuchado comentarios tanto positivos como negativos, algunas personas se quejan por los precios, pero otros por la demora en la atención, le hacen publicidad a los productos por medio de la red social de Facebook, o por la emisora San Juan stereo.

La empresa Frutería, y Comidas rápidas, El Manglar, está ubicada en el municipio de Villapinzón, ofrece productos de cafetería(Tinto, aromática, donas, hojaldres), frutería, (ensalada de frutas, salpicón y batidos), comidas rápidas(hamburguesas, perro caliente, pizza), los comentarios respecto al precio es bueno, frente a la calidad dicen que hay productos de buena calidad hay otros que no, y respecto a la atención buena hasta el momento, le hacen publicidad a los productos por medio de la red social de Facebook.

Tabla 3*Empresas Competidoras Provincia de Almeidas*

Empresas Competidoras	Producto	Ubicación (lugar, dirección)	Imagen	Tamaño	Precio	Cobertura
El Fresal Tradición Europea	Mermelada	Vereda Tilata, Chocontá, Cundinamarca		En Temporada Grande Especiales Sin temporada Grande Normales	\$28.00 0 \$22.00 0 \$16.00 0	Municipio de Chocontá, macheta y Villapinzón
Lácteos Montserrat la moreneta SAS	Yogurt	Cra 5 #6-94 Villapinzón		1 litro	\$16.00 0	Villapinzón
La parada Láctea	Yogurt	Vereda Retiro de Blancos, Chocontá		1 litro	\$15.00 0	Villapinzón – Chocontá

Nota, Adaptada de: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17882736835575526/?hl=es>

Nota, Adaptada de https://scontent.fbog2-3.fna.fbcdn.net/v/t31.18172-8/11537914_107328796273500_9155763485218129677_o.jpg?nc_cat=102&ccb=1-7&nc_sid=e3f864&nc_eui2=AeHEGjp2DnBrLM3qz8m5Pu32BxuF27RbTVQHG4XbtFtNVPp

El Fresal Tradición Europea	Tartaletas	Vereda Tilata, Chocontá, Cundinamarca		Normal	\$5.500	Municipio de Chocontá, macheta y
			<p>Nota, Adaptada de https://previews.123rf.com/images/greenartphotography/greenartphotography1606/greenartphotography160600045/60139577-torta-de-tarta-de-fresa-tradicional-11</p>			
La Iguana Café Villapinzón	Batidos	Calle 4# 5-23, Villapinzón, Cundinamarca		Normal	\$7.500	Villapinzón
			<p>Nota, Adaptada de https://www.webconsultas.com/sites/default/files/styles/wc_adaptive_curiosidad_small/public/articulos/milkshake_fresa_chocolate.jpg. Por Natalia Castejón, año 2 de febrero de 2023</p>			
Frutería, Y Comidas Rápidas, El Manglar	Batidos	Villapinzón, Cundinamarca		Normal	\$7300	Villapinzón
			<p>Nota, Adaptada de https://www.webconsultas.com/sites/default/files/styles/wc_adaptive_curiosidad_small/public/articulos/milkshake_fresa_chocolate.jpg. Por Natalia Castejón, año 2 de febrero de 2023</p>			

Nota 1. A nivel de la provincia de Almeidas la competencia más importante es el Fresal tradición Europea, porque sus fortalezas se basan en la calidad de producto, la variedad, la atención brindada, para competir frente a esta empresa, se ofrecerán los productos con alta calidad pero a un precio justo, aprovechando que Villapinzón también tiene muchos lugares turísticos, y muchas personas les gusta venir a conocer y adquirir productos de este municipio, para promocionar mis productos se realizara publicidad en los diferentes medios, se realizaran ofertas en fechas especiales, se contara con el personal necesario para poder brindar una buena y excelente atención a los clientes, la idea es que la misma comunidad de Villapinzón ya tenga un lugar en su municipio para adquirir estos productos, y no tengan que trasladarse a otro lugar.

Nota 2: A nivel Municipal la competencia más importante esta la Frutería, y Comidas rápidas, El Manglar, porque sus fortalezas se basan en que ofrecen variedad de productos, los precios a utilizar son justos, y algunos productos son de calidad; realmente ante los productos no veo

mucha competencia, ya que el único producto que ofrece similar al de mi empresa es el batido del resto de productos que ofrecerá mi empresa no son similares al contrario son nuevos en el municipio, serán productos de alta calidad y al alcance del bolsillo, donde se promocionara por los diferentes medios. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Tabla 4.
Factores de Análisis de Competencia

Factores De Análisis	La Iguana Café Villapinzón	Frutería, Y Comidas Rápidas, El Manglar	Lácteos Montserrat La Moreneta SAS	La Parada Láctea	El Fresal Tradición Europea
	(Batidos)	(Batidos)	(Yogurt)	(Yogurt)	(Mermelada - Tartaletas)
Nivel De Satisfacción De Los Clientes	3	4	3	3	4
Localización	3	2	2	3	4
Poder Financiero	3	2	3	3	4
Estrategia De Precios	3	4	3	3	4
Posicionamiento	4	3	3	3	4
Imagen De Calidad	3	4	3	3	4
Garantías	4	3	2	3	4
Estrategia De Ventas	3	3	3	3	4
Política De Servicio Al Cliente	3	4	2	2	4

Habilidad De Ventas De Los Empleados	3	4	2	3	4
Numero De Los Empleados	2	3	2	2	4
Canales De Distribución	3	3	2	2	4
Número De Mercados Meta	3	2	2	3	3
Confiabilidad	3	4	2	3	4
Estrategias De Promoción	3	3	2	1	4
Relaciones Públicas	3	3	3	2	4
Relación Con Proveedores	4	3	2	2	4
Disponibilidad De Producto	4	4	3	3	4
Estrategia De Mercadeo	3	3	2	3	4
Total	60	61	46	50	75

Nota. Autoría propia

Tabla 5*Análisis de Precios de Ventas de la Competencia*

Nombre Del Competidor	Segmento De Mercado Qué Tipo De Clientes Y Regiones	Precio Unitario
Lácteos Montserrat La Moreneta SAS	Esta Empresa está ubicada en el municipio de Villapinzón y se resaltan clientes como racionales porque se enfocan en el producto o servicio, clientes insatisfechos sea por el producto o el servicio recibido.	Yogurt 1 litro \$16.000 170ml \$2.500
La Parada Láctea	Esta empresa está ubicada en una vereda cerca a Villapinzón, pero corresponde al municipio de Chocontá, los tipos de clientes que se resaltan son clientes racionales enfocándose en el producto o servicio, mercenarios que se fijan en los precios bajos y no en la calidad del producto, clientes leales que quedan satisfechos con el servicio o producto, y clientes embajadores clientes que difunden comentarios positivamente de la atención y los productos.	Yogurt \$15.000

El Fresal Tradición Europea	<p>Esta empresa está Ubicada en el municipio de Chocontá, vecino del municipio de Villapinzón y el tipo de clientes con los que se identifica son leales y embajadores porque los clientes tienen un alto nivel de satisfacción y dan referencias positivas no solo del lugar sino de la calidad de los productos.</p>	<p>Mermeladas</p> <p>En Temporada Grande: \$28.000 Especiales: \$ 22.000 Sin temporada Grande: \$20.000 Normales: \$16.000</p> <p>Tartaletas</p> <p>\$5.500</p>
La Iguana Café Villapinzón	<p>Esta empresa está ubicada en el municipio de Villapinzón, este tipo de negocio cuenta con clientes como impacientes que son aquellos que necesitan que su necesidad sea atendida lo más pronto posible, clientes mercenarios que son clientes que no se fijan en la calidad del producto sino en el precio más bajo y también existen clientes leales que son satisfechos con los productos.</p>	<p>Batidos</p> <p>\$7.500</p>
	<p>Esta empresa está ubicada en el municipio de Villapinzón, allí se resaltan clientes indecisos que son aquellos que emplean</p>	

	mucho tiempo para definir lo que desean, clientes	
Frutería El Manglar	mercenarios que se fijan en el precio más bajo, clientes insatisfechos ya sea por el producto o el servicio recibido y existen igual clientes embajadores difunden positivamente del servicio recibido.	Batidos \$7.300

Nota. Autoría propia

Estrategias de Mercadeo

Concepto del Producto o Servicio

Nombre de la empresa: El nombre que llevará la empresa será: las delicias de fruta de mi Campo

Qué se va a Vender

Se van a ofrecer productos como: yogurt, tartaletas, mermelada y batidos todos derivados de la fresa y se van a brindar en el municipio de Villapinzón y alrededores.

Nivel de Estacionalidad o Moda del Bien o Servicio

Yogurt. El nivel de estacionalidad del yogurt sería alta, ya que de lunes a viernes se cuenta con el gasto que realizan los estudiantes de los diferentes colegios, las personas que trabajan en las diferentes entidades, y aquellas personas que bajan hacer sus vueltas, el fin de semana se cuenta con el apoyo de la comunidad de las diferentes veredas del municipio de Villapinzón ya que son días de mercado y las personas disfrutan en familia, porque lo adquieren para darle de onces a los niñ@s y muchas de ellas prefieren alimentarse con un yogurt.

Batidos. Su nivel de estacionalidad sería alto sobre todo los fines de semana, porque son días donde se comparte en familia o con la pareja.

Tartaletas. El nivel de estacionalidad de este producto contara con un rango alto, los fines de semana y sobre todo los meses de febrero, mayo, septiembre y diciembre, porque son meses donde ahí eventos importantes.

Mermelada. Su nivel de estacionalidad será alto los fines de semana porque son días donde las familias realizan el mercado, y esta estará incluida ahí, para acompañar otros alimentos, con esto no quiere decir que de lunes a viernes no se adquiriera, sino que sus ventas van a hacer un poco bajas.

Definición del Producto de Manera más Amplia y Detallada.

La idea de crear una empresa productora y comercializadora de los derivados de la fresa nace al ver tanto desperdicio de esta fruta y ver el poco valor que se da al trabajo campesino en el municipio de Villapinzón, esta fruta contiene beneficios, vitaminas y nutrientes que se desaprovechan, entonces la idea es que crear derivados como el yogurt, la mermelada, tartaletas y batidos de esta fruta y poderlos comercializar en diferentes sectores y para las diferentes personas, estos productos serán elaborados a base natural junto con productos como la leche que igual podría ser adquiriría de nuestra región, los demás ingredientes como el azúcar, las harinas, el polvo para hornear serán adquiridos en los supermercados, los productos tendrán precios al alcance del bolsillo del ciudadano, con esto se busca que nuestra comunidad encuentre estos deliciosos productos echo de su región en su pueblo y no tenga que trasladarse a otros pueblos vecinos para pasar un rato agradable compartiendo unos deliciosos productos, la idea es tener una muy buena salida de estos productos, es buscar alianzas con supermercados, tiendas de barrio, cafetería de nuestra región, es encontrar el apoyo de la comunidad Villapinzonence y

poder en un futuro tener un crecimiento como empresa, sacando al mercado nuevos y deliciosos productos.

Este tipo de negocios lo veo rentable ya que en el municipio de Villapinzón no existe una competencia que ofrezca en su totalidad este tipo de productos, como son productos elaborados con la misma fruta de nuestra tierra y no es un producto de cantidad sino de calidad va a existir mucho apoyo en la compra de los productos por parte de los vecinos de la región.

Características del Producto

La empresa las delicias de fruta de mi Campo ofrecerá productos de alta calidad, que contenga su respectiva fecha de vencimiento y de fabricación, para con ello tener conocimiento hasta que tiempo puedo consumir, que contengan sus valores nutricionales y vitamínicos, donde se busca que beneficie la salud y vida de los consumidores, donde alimenten y no produzcan alguna reacción en el cuerpo.

Producto de Consumo Directo e Indirecto

Los productos que ofrece la empresa las delicias de fruta de mi Campo ofrecen productos de consumo directo porque de la empresa se entrega al consumidor, es decir que a la empresa llega la materia prima y de ahí se fabrican los productos, ya estando los productos salen a exhibirse para que el consumidor lo adquiera.

Igualmente, los productos que ofrece la empresa las delicias de fruta de mi Campo son de canal indirecto corto, ya que de la empresa donde se fabrican, se distribuyen a diferentes lugares sea el supermercado o la cafetería, ya estando allí son exhibidos para que sean adquiridos por el consumidor.

Diseño y Empaque

Figura 3

Logo de Empresa



Nota: La imagen gráfica de las delicias de fruta de mi Campo refleja en el fondo el campo junto con el cultivo de fresa, en el centro del logo aparece una canasta de fresas y alrededor se encuentra yogurt y mermelada, (derivados), con esto se quiere dar a conocer que del campo Colombiano sale una buena calidad de fruta la cual se puede aprovechar para crear variedad de productos. *Fuente.* Imágenes adaptadas de

[web\(https://media.istockphoto.com/id/864435320/es/foto/fresas-en-cesta-cesta-de-fresa-fresas-en-la-mesa-de-madera-la-fresa-la-cesta-con-fresa-fresas.jpg?s=1024x1024&w=is&k=20&c=O_C7TnDx59FJZfl0SVi731D2ma-](https://media.istockphoto.com/id/864435320/es/foto/fresas-en-cesta-cesta-de-fresa-fresas-en-la-mesa-de-madera-la-fresa-la-cesta-con-fresa-fresas.jpg?s=1024x1024&w=is&k=20&c=O_C7TnDx59FJZfl0SVi731D2ma-5mMkhi9Jm6mbXebw=)

[5mMkhi9Jm6mbXebw=](#) Crédito: BONDART 20 de octubre de 2017, y logo elaborado por:

Autoría propia Deisy García

Empaque. Los productos que ofrecerá la empresa las delicias de fruta de mi Campo en el caso del yogurt será envasado en tarrinas de yogurt (de plástico), según sea el tamaño, si es en tamaño familiar este será envasado en botellas de plástico, en las tartaletas irán envasadas en

cúpulas plásticas, los batidos según sea solicitado por el cliente si es para llevar se le dará envase plástico, mientras que si es para consumir dentro del establecimiento se entregara en envase de vidrio, la mermelada irá envasados en frascos de vidrio, y cada uno de estos envases llevara el logo constituido por la empresa las delicias de futa de mi Campo.

Composición y Medida. Los únicos productos de las delicias de futa de mi Campo que llevara información nutricional al respaldo de su envase será el del yogurt y la mermelada, y los encontraran de diferentes cantidades.

Tabla 6

Composición y Medida

Producto	Cantidad U Medida
Yogurt	
Composición Nutricional	
Grasa Total 2g 3%	
Grasa Saturada 1,5g 8%	
Colesterol 10mg 3%	150g envase plástico
Sodio 125mg 5%	250g envase plástico
Carbohidratos Totales 23g 8%	1000ml envase plástico
Fibra Dietaría 0g 0%	2000ml envase plástico
Azucares 20g	
Proteína 3g 6%	
Vitamina A 0%	
Vitamina C 0%	
Calcio 20%	

Mermelada

Información Nutricional

Grasa Total 0g	250g envasado en tarro de cristal
Grasa Saturada 0g	370g envasado en tarro
Grasa Trans 0g	de cristal
Colesterol 0 Mg	500g envasado en tarro
Sodio 0 Mg	de cristal.
Carbohidratos Totales 10g 3%	
Fibra 4.65%	
Proteína 16%	

Nota: Información nutricional adaptadas de productos lácteos, cantidad y medida

Código de Barras. Para las delicias de futa de mi Campo los productos que se leerán a través de código de barras será el yogurt y la mermelada, las tartaletas se registraran a través del código que se establezca para panadería y los batidos como se preparan en el momento que sean solicitados por el cliente de la misma manera será registrado con el número de bebidas, esto con el fin de llevar un control, no solamente para realizar el cierre de caja sino por si el cliente nos solicita alguna factura, para que tenga la seguridad del precio de su compra.

Aplicaciones. Las delicias de futa de mi Campo tendrá en sus diferentes redes folletos con códigos al escanearlos, encontraran el producto, el tamaño del producto, los diferentes precios y los diferentes descuentos según sea la cantidad de su compra.

Calidad. La empresa las delicias de futa de mi Campo busca ofrecer productos de alta calidad que alimenten y no que afecten la salud de ningún miembro de la comunidad, es decir que en el caso del yogurt y la mermelada serán productos que contengan su fecha de lote y de

vencimiento y totalmente sellados , las tartaletas por mucho se dejaran en el estante dos días, porque si se dejan más días empiezan a perder su sabor y su textura, y los batidos siendo una bebida se preparara en el momento que el cliente solicite su pedido, con eso está fresco para consumirlo, pero que en si se busca que toda la clase de productos sean frescos, que contengan textura espesa, con sabor y olor agradable, que sean productos donde el consumidor tenga el pensamiento vale la pena invertir en esta clase de productos y voy a volver adquirir.

Embalaje. La empresa las delicias de futa de mi Campo, pensando en el bienestar y protección de los productos que se trasportan, se ha pensado en trasportarlos en embalajes de plástico para ofrecer una mejor protección a los productos y así evitar que se dañen en el proceso de distribución, la idea es que tal como salen de la empresa en buen estado, así mismo lleguen a su lugar de destino; no se selecciona otro tipo de embalaje ya que existen carreteras que están en mal estado, y esto provoca que el carro de transporte vibre demasiado y podría ocasionar que el producto se dañe, o que se rompa su envase.

Figura 4

Embalaje de Plástico



Nota. Adaptado de embalajes de plástico,2018,(<https://www.embalajesdemadera.net/wp-content/uploads/2018/12/embalaje-de-plastico.jpg>)

Estrategias de Distribución

Defina el canal de distribución del bien o servicio (hágalo gráficamente con la explicación de cada etapa).

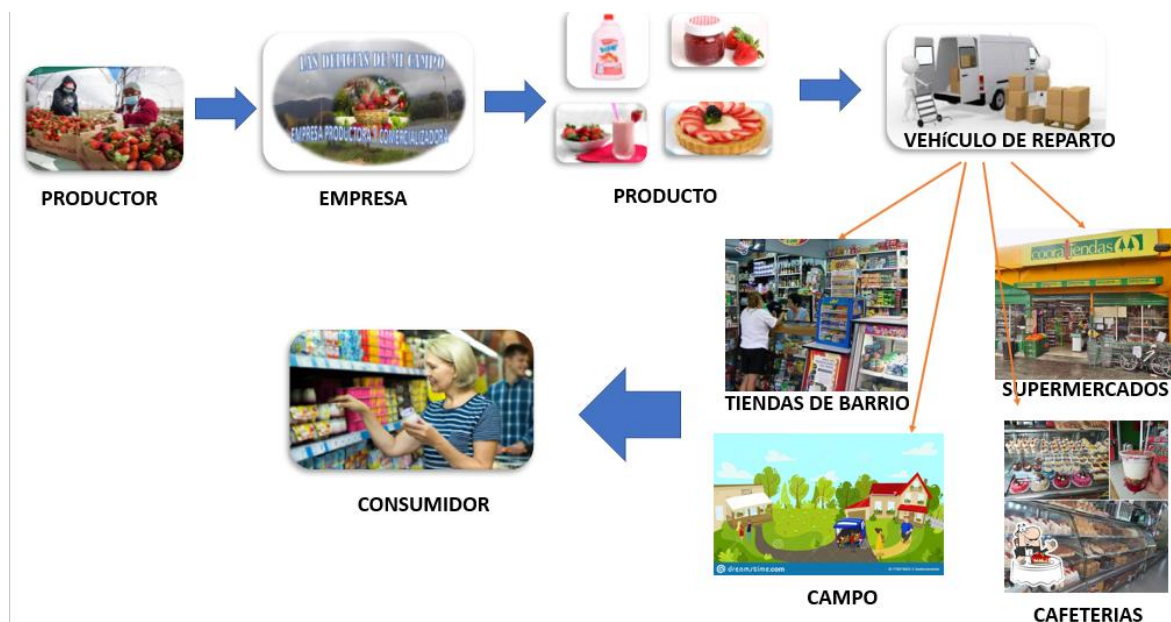
Figura 5

Estrategia de Distribución #1



Nota: La primera distribución se realiza de la siguiente manera: El productor hace llegar el producto a la empresa y estando allí ya se hace la selección, el lavado, se emplea la fruta y los demás ingredientes necesarios para iniciar con los procesos adecuados para realizar los derivados, luego de todo esto ya sale el producto listo para consumir, entonces se saca al mercado para que allí se adquirido por el consumidor. *Fuente.* Autoría propia Deisy García, imágenes relacionadas de la web.

Figura 6
Estrategia de Distribución # 2



Nota: La segunda distribución se realiza de la siguiente manera: El productor hace llegar el producto a la empresa y estando allí ya se hace la selección, el lavado, se emplea la fruta y los demás ingredientes necesarios para iniciar con los procesos adecuados para realizar los derivados, luego de todo esto ya sale el producto listo para consumir, entonces se distribuyen los productos en el carro de repartos a los diferentes supermercados, cafeterías, tiendas de barrio y en el campo, y de ahí el producto es adquirido por el consumidor. *Fuente.* Autoría propia Deisy García, imágenes relacionadas de la web

Alternativas de Penetración del Mercado

Las alternativas de penetración del mercado que empleara la empresa son:

Se realizará promociones de 2*1 es decir pague un producto y lleva dos, esta oferta se llevaría a cabo una vez al mes.

Al adquirir de 10 productos en adelante se les realizara un pequeño descuento

Los envíos de los productos serán gratis

Se recibirán varias formas de pago sea de contado, con tarjeta o bonos.

En fechas especiales (día de la madre, día del padre, amor y amistad) se realizarán grandes descuentos y promociones.

Estrategias para la Comercialización del Bien o Servicio

Las estrategias que se van a aplicar para llegar a comercializar este producto son:

Degustación. Como son productos nuevos llegaremos a nuestra comunidad para que deguste nuestro producto y allí se recibirá sugerencias de algún cambio que se tenga que hacer.

Precio. Como son productos nuevos, el día del lanzamiento sacaremos al mercado promociones en los diferentes productos, combos, para que la comunidad se sienta animada y aproveche esta oportunidad.

Publicidad. Para que los clientes estén enterados de nuestros productos, promociones que existirán y estén al día con lo que pasa en nuestra empresa las delicias de futa de mi Campo, se utilizaran medios de comunicación como:

La Radio. Por la emisora San Juan Stereo del Municipio de Villapinzón, se realizarán anuncios acerca de nuestra empresa las delicias de futa de mi Campo.

La Televisión. Por el canal Televilla del municipio de Villapinzón, se realizarán comerciales de la empresa las delicias de futa de mi Campo, donde hablaremos un poco de nuestros productos, la ubicación de esta empresa, horarios y las ofertas que haya en el momento.

Volantes. Como la mayoría en nuestra comunidad tal vez no tiene la facilidad de ver el canal o sintonizar la emisora sea por la ubicación o por los medios económicos, se realizarán entrega de volantes donde se encontrará cierto tipo de información de la empresa las delicias de futa de mi Campo, para que toda la comunidad este enterada de este nuevo negocio.

Redes Sociales. La empresa las delicias de futa de mi Campo aprovechando la oportunidad del avance tecnológico creara una página en la red social de Facebook, Instagram, Twitter, donde se subirán fotos de los productos, los precios, los días de promoción para con ello la comunidad que maneja estas redes tenga conocimiento de ello y difundan la información.

La empresa las delicias de futa de mi Campo llevara a cabo alianzas en supermercados, cafeterías, tiendas de barrio, y para que esto se lleve a cabo brindara degustaciones para que los propietarios de los establecimientos tengan la oportunidad de probar la calidad de productos, así mismo de tener conocimiento frente a los beneficios que contiene, las vitaminas para que de esta manera tome la decisión de crear esta alianza, y así tener la oportunidad de poder brindar productos elaborados de nuestra fresa producida de nuestras tierras campesinas.

Presupuesto de Distribución

Las delicias de futa de mi Campo tiene un aparente presupuesto de distribución de la siguiente manera

Gasolina para el vehículo de transporte: \$400.000 aproximadamente mensuales

Embalaje para los productos: \$400.000 (Son reutilizables)

Otros gastos: \$100.000

Estrategias de Venta

Gancho para Llegar y Motivar al Consumidor

En la empresa las delicias de futa de mi Campo se implementará la opción de que por sus compras así sea un producto vaya acumulando puntos, y dependiendo la cantidad de puntos los pueden cambiar por un producto o puede obtener descuentos, para llevar a cabo esta estrategia, los clientes deben registrarse en su primera compra con el número de identidad, y cada que realice su compra dar el número de identificación para que estos queden registrados o con esto

tener la oportunidad de tener \$400 o más de descuento según sea el precio de la compra y el tiempo que ha permanecido adquiriendo productos.

Condiciones de Pago

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tendrá la opción de recibir su pago de efectivo, con tarjeta de crédito y débito, nequi, movii, etc. (estos pagos se recibirán de \$3.000 en adelante), pago con bonos, siempre y cuando no estén vencidos, teniendo en cuenta que si el bono es de \$10.000 o más y su compra es de menos se le devolverá su cambio sin ningún problema.

Selección del Personal de Ventas

La empresa las delicias de fruta de mi Campo no discriminará a la(s) que se presenten y no tengan experiencia, al contrario dará la oportunidad para que la adquiera y para ello la empresa se enfocará en realizar una inducción al personal contratado para que este tenga en cuenta el servicio que debe prestar, ya que esta empresa se va a identificar por tener personal con vocación, disposición y educación para atender a todo tipo de clientes, donde el respeto, la amabilidad, la comprensión, la paciencia y el servicio se resalten a la hora de atender a los clientes no solamente para que adquieran el producto, sino que se presentara la situación de recibir alguna queja u algún reclamo por parte de ellos.

Selección del Medio de Ventas

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tendrá su propio punto de venta ubicado en el municipio de Villapinzón, esta creara alianzas con establecimientos comerciales del municipio (Supermercado Cooratiendas, cafetería la casa del Pan, tiendas de barrio), por ende, los productos se podrán adquirir ya sea en el establecimiento principal o al establecimiento más cercano.

Estrategias de precios

Para definir el precio de cada producto lo hice de la siguiente manera:

Para cada producto según sea su tamaño sacamos el precio de cada insumo necesario para la preparación de este, el precio del envase para cada producto, el precio de la mano de obra y como existen otros gastos en servicios de agua, luz, gas e implementos que se van necesitando, de cada producto se va sacando para pagar esos otros gastos, ya teniendo la suma de todo lo mencionado anteriormente, se le aplica el Porcentaje de gravamen IVA, esto no aplica en todos los productos ya que algunos están exentos de esto, finalmente ya habiendo aplicado este porcentaje de IVA le sumamos por último la utilidad neta que se va a sacar de cada producto y sumamos todo y el resultado final será el precio para cada uno de nuestros productos, estos resultados hay algunos que se deben aproximar para dejar el valor cerrado.

Figura 7

Precio Yogurt

Yogurt 150gr		Yogurt 250 gr	
Insumos	Valor unitario	Insumos	Valor unitario
Lleche	\$ 240	Lleche	\$ 250
Cultivo lactico	\$ 300	Cultivo lactico	\$ 400
Mermelada de fresa	\$ 70	Mermelada de fresa	\$ 105
Azucar (blanca, morena,light)	\$ 34	Azucar (blanca, morena,light)	\$ 52
Envase	\$ 200	Envase	\$ 300
Mano de obra	\$ 200	Mano de obra	\$ 350
Otros	\$ 200	Otros	\$ 400
Total	\$ 1.244	Total	\$ 1.857
Porcentaje de gravamen IVA 19%	\$ 236	Porcentaje de gravamen IVA 19%	\$ 353
Total	\$ 1.480	Total	\$ 2.210
Utilidad Neta	\$ 518	Utilidad Neta	\$ 773
Total valor producto	\$ 1.998	Total valor precio producto	\$ 2.983
Yogurt 1000ml		Yogurt 2000ml	
Insumos	Valor unitario	Insumos	Valor
Lleche	\$ 1.600	Lleche	\$ 3.200
Cultivo lactico	\$ 1.333	Cultivo lactico	\$ 2.667
Mermelada de fresa	\$ 350	Mermelada de fresa	\$ 700
Azucar (blanca, morena,light)	\$ 182	Azucar (blanca, morena,light)	\$ 365
Envase	\$ 1.200	Envase	\$ 2.200
Mano de obra	\$ 1.400	Mano de obra	\$ 2.400
Otros	\$ 850	Otros	\$ 1.400
Total	\$ 6.915	Total	\$ 12.932
Porcentaje de gravamen IVA 19%	\$ 1.314	Porcentaje de gravamen IVA 19%	\$ 2.457
Total	\$ 8.229	Total	\$ 15.389
Utilidad Neta	\$ 3.292	Utilidad Neta	\$ 6.156
Total valor precio producto	\$ 11.520	Total valor precio producto	\$ 21.545

Nota. Autoría propia

Figura 8

Precio Mermelada

Mermelada de fresa 250 gramos		Mermelada de fresa 370 gramos		Mermelada de fresa 500 gramos	
Insumos	Valor unitario	Insumos	Valor unitario	Insumos	Valor unitario
Fresa	\$ 1.250	Fresa	\$ 2.590	Fresa	\$ 3.500
Azucar (blanca o stevia)	\$ 1.026	Azucar (blanca o stevia)	\$ 1.710	Azucar (blanca o stevia)	\$ 2.280
Jugo de limon	\$ 4	Jugo de limon	\$ 8	Jugo de limon	\$ 10,9
Envase	\$ 2.000	Envase	\$ 2.500	Envase	\$ 3.000
Mano de obra	\$ 400	Mano de obra	\$ 700	Mano de obra	\$ 1.000
Otros	\$ 300	Otros	\$ 500	Otros	\$ 700
Total	\$ 4.980	Total	\$ 8.008	Total	\$ 10.491
Porcentaje de gravamen IVA 10%	\$ 498	Porcentaje de gravamen IVA 10%	\$ 801	Porcentaje de gravamen IVA 10%	\$ 1.049
Total	\$ 5.478	Total	\$ 8.809	Total	\$ 11.540
Utilidad Neta	\$ 1.917	Utilidad Neta	\$ 3.083	Utilidad Neta	\$ 3.462
Total valor precio producto	\$ 7.395	Total valor precio producto	\$ 11.892	Total valor precio producto	\$ 15.002

Nota. Autoría propia

Figura 9*Precio Tartaletas*

Tartaletas personales		Tartaleta Familiar	
Insumos	Valor unitario	Insumos	Valor unitario
Harina	\$ 156	Harina	\$ 5.000
Mantequilla	\$ 250	Mantequilla	\$ 10.000
Huevo	\$ 67	Huevo	\$ 533
Azucar pulverizada	\$ 325	Azucar pulverizada	\$ 6.500
Leche	\$ 70	Leche	\$ 800
Huevos	\$ 200	Huevos	\$ 1.600
Azucar	\$ 86	Azucar	\$ 1.026
Maizena	\$ 95	Maizena	\$ 1.143
Esencia de vainilla	\$ 2	Esencia de vainilla	2,5
Glass de fresa	\$ 10	Glass de fresa	\$ 400
Trozos de fresa	\$ 219	Trozos de fresa	\$ 3.500
Molde	\$ 1.250	Molde	\$ 3.000
Mano de obra	\$ 700	Mano de obra	\$ 1.800
Otros	\$ 300	Otros	\$ 800
Total	\$ 3.729	Total	\$ 36.102
Porcentaje de gravamen IVA 0%	\$ -	Porcentaje de gravamen IVA 0%	\$ -
Total	\$ 3.729	Total	\$ 36.102
Utilidad Neta	\$ 1.305	Utilidad Neta	\$ 10.831
Total valor precio producto	\$ 5.034	Total valor precio producto	\$ 46.933

Nota. Autoría propia

Figura 10*Precio Batido*

Batido de fresa	
Insumos	Valor unitario
Fresa	\$ 2.800
Leche	\$ 800
Azucar (blanca o stevia)	\$ 350,0
helado	\$ 200,0
Hielo	\$ 15
Otros gastos	\$ 300
Mano de obra	\$ 500
Total	\$ 4.965
Porcentaje de gravamen IVA 0%	\$ -
Total	\$ 4.965
Utilidad Neta	\$ 1.986
Total valor precio producto	\$ 6.951

Nota. Autoría propia

Precio de Lanzamiento

El día del lanzamiento del producto como es el primer día donde se da a conocer los nuevos productos, se ofrecerán los productos a un valor menor del que realmente queda, un ejemplo los productos de menos cantidad se puede rebajar entre \$100 y \$200, productos de grandes cantidades se puede rebajar de \$500 a \$1000 no se puede ofrecer a menos, ya que la idea es sacar lo que se invierte en insumos de cada producto, además que se debe sacar lo de mano de obra y por supuesto algo de ganancias.

Punto de Equilibrio

A continuación, explico paso a paso de cómo halle el punto de equilibrio, y fue de la siguiente manera:

Se tuvo en cuenta el % de participación, el precio de venta, el costo variable unitario, costo fijo, margen de contribución, Mc. Ponderado, unidades a vender en P.E, la total venta productos, Total Costo variable por producto, con esos datos sé obtuvo el punto de equilibrio por unidades, punto de equilibrio \$, costo total, utilidad.

Simulamos tener un porcentaje de participación de los diferentes productos, es decir como la empresa Delicias de mi Campo es una empresa nueva, no tenemos en claridad cómo será la salida de los productos, por eso simulamos esta información para cada producto, luego colocamos el precio de venta de cada uno de los tamaños de los productos, ese lo habíamos hallado con la suma del valor total de insumos más la suma de la mano de obra, IVA, y la utilidad Neta para cada producto, luego se colocó el costo variable unitario, este ya lo teníamos pues fue requerido para hallar el precio, el costo fijo mensual se halló de la suma de el arriendo, salarios, servicios(agua, luz y gas), gastos de limpieza, gastos de marketing, Gastos de insumo, mantenimiento de vehículo, gastos imprevistos, como estos costos son en general y se ayudan a

pagar con la venta de todos los productos, se coloca en forma general, luego se halló margen de contribución, la cual se halló tomando el precio de venta menos el costo variable unitario, esto lo hicimos con cada uno de los productos, el MC ponderado, se halló de la margen de contribución multiplicado el % de participación, esto se realizó para cada producto, las unidades a vender se hallaron multiplicando el % de participación, por el valor obtenido del punto de equilibrio de unidades se realizó este procedimiento para cada producto, el total de ventas de producto se realizó de la siguiente manera se tomaron las unidades a vender en P.E por el precio de venta, esto para cada uno de los productos, el total de costos variable por productos se realizó tomando las unidades a vender en P.E multiplicado por el costo variable unitario, el punto de equilibrio por unidades se halló tomando el costo fijo dividido por la suma de MC ponderado, el punto de equilibrio por \$ se halló tomando la suma de cada uno de los valores obtenidos en la total de venta productos, el costo total se tomó el costo fijo más la suma de cada uno de los valores obtenidos en total costo variable por producto, y por último la utilidad se halló tomando el punto de equilibrio restando el costo total, todas estos valores se hallaron aplicando fórmulas y así obteniendo el valor de cada uno.

Con esto se concluye que el punto de equilibrio es de 57.789.054 vendiendo 5.203 productos, para recuperar el dinero invertido sin recibir aun ganancias.

Tabla 7

Punto de Equilibrio

PRODUCTOS	Yogurt 150g	Yogurt 250g	Yogurt 1000ml	Yogurt 2000ml	Mermelada 250gr	Mermelada 350gr	Mermelada 500gr	Tartaletas personales	Tartaletas familiares	Batido
% de participación	12%	14%	9%	7%	10%	14%	7%	12%	7%	8%
Precio de Venta	\$ 2.000	\$ 3.000	\$ 11.550	\$ 21.550	\$ 7.400	\$ 11.900	\$ 15.000	\$ 5.000	\$ 46.900	\$ 7.000
Costo variable unitario	\$ 1.244	\$ 1.857	\$ 6.915	\$ 12.932	\$ 4.980	\$ 8.008	\$ 10.491	\$ 3.729	\$ 36.102	\$ 4.980
Costo Fijo	\$									17.917.052
Margen de contribución	\$ 756	\$ 1.143	\$ 4.635	\$ 8.618	\$ 2.420	\$ 3.892	\$ 4.509	\$ 1.271	\$ 10.798	\$ 2.020
M.C ponderado	\$ 91	\$ 160	\$ 417	\$ 603	\$ 242	\$ 545	\$ 316	\$ 153	\$ 756	\$ 162
Unidades a vender en P.E	624	728	468	364	520	728	364	624	364	416
Total venta productos	\$ 1.248.706	\$ 2.185.235	\$ 5.408.456	\$ 7.848.635	\$ 3.850.176	\$ 8.668.098	\$ 5.463.087	\$ 3.121.764	\$ 17.081.252	\$ 2.913.646
Total Costo variable por producto	\$ 776.695	\$ 1.352.660	\$ 3.238.050	\$ 4.709.909	\$ 2.591.064	\$ 5.833.120	\$ 3.820.883	\$ 2.328.212	\$ 13.148.558	\$ 2.072.851
Punto de equilibrio por unidades	\$ 5.203									
Punto de equilibrio en \$	\$ 57.789.054				\$ 3.444					
COSTO TOTAL	\$ 57.789.054									
UTILIDAD	\$ -									

Nota. Autoría propia

Condiciones de Pago

El primer tiempo pues el producto se venderá solamente en el establecimiento, donde la persona que se acerque a adquirir el producto puede consumir el producto y luego cancelarlo o cancelarlo primero y luego consumirlo esto dependiendo si lo consumirá en el establecimiento o fuera del establecimiento, por ningún motivo en el comienzo existirá registro para fiar, de pronto a través del tiempo y según el cliente, por otro lado cuando el producto se empieza a distribuir en las veredas se realizara un conteo antes de salir para tener en cuenta cuantas cantidades de los diferentes productos se está llevando para así, cuando vuelva tener un registro de cuantos productos se vendieron, teniendo la cuenta de los productos vendidos por su precio sabemos realmente cuánto dinero debe entregar la persona encargada de trasportar el producto; cuando ya empieza crecer la distribución de los productos los pedidos que se realicen no se realizaran manualmente sino en línea para que en sistema aparezca cuantos productos salieron, de que tamaño, esto para que la contabilidad sea más fácil y no tengamos algún problema en los cierres de cuenta.

Porcentaje de Gravamen IVA (Enunciado Según Estatuto Tributario)

En la siguiente tabla, encontraremos el IVA que se aplica según sea el producto, ya que hay algunos exentos del IVA, para este caso encontramos que el Yogurt siendo una bebida láctea se le aplica un porcentaje del 19%, a los productos de panadería un 0%, y a la mermelada se le aplica un 10% de IVA.

Figura 11

Porcentaje de Gravamen IVA

IVA canasta familiar 2021: productos y tarifas

Índice	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	TARIFA IVA LEY VIGENTE
¿Qué es el IVA?	1110100	Arroz	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Alimentos	1110200	Harina de maíz y otras harinas	5%
IVA Canasta Familiar 2021: Vivienda	1110300	Pastas alimenticias	5%
IVA Canasta Familiar 2021: Vestuario	1110400	Cereales preparados	19%
IVA Canasta Familiar 2021: Salud	1110500	Otros cereales	5%
IVA Canasta Familiar 2021: Educación	1120100	Pan	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Diversión	1120200	Otros productos de panadería	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Transporte	1210100	Papa	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Comunicaciones	1210200	Yuca	0%

IVA canasta familiar 2021: productos y tarifas

Índice	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	TARIFA IVA LEY VIGENTE
¿Qué es el IVA?	1710100	Huevos	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Alimentos	1720100	Leche	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Vivienda	1720200	Queso	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Vestuario	1720300	Otros derivados lácteos	19%
IVA Canasta Familiar 2021: Salud	1730100	Aceites	19%
IVA Canasta Familiar 2021: Educación	1730200	Grasas	19%
IVA Canasta Familiar 2021: Diversión	1810100	Panela	0%
IVA Canasta Familiar 2021: Transporte	1810200	Azúcar	5%
IVA Canasta Familiar 2021: Comunicaciones	1820100	Café	5%
	1820200	Chocolate	5%

Nota. Adaptada de IVA Canasta Familiar, por Isabel Sanz Torres, 2022,

<https://www.rankia.co/blog/dian/3939697-iva-canasta-familiar-productos-tarifas>

Estrategias para Resistir la Guerra de Precios

Las estrategias que utilizara la empresa es implementar promociones en fechas especiales, como el día de la madre, día del padre, amor y amistad, sacar al mercado promociones 2*1, sacar al mercado combos en los productos, para que con ello los consumidores se sientan atraídos y se beneficien de estas ofertas.

Tabla 8*Análisis Competitivo Frente a la Mermelada*

Nombre Del Competidor	Precio Unitario	Condiciones De Pago	Precio De Mi Empresa	Tamaño
	En Temporada Grande		\$7.400	
	\$28.000	Las Condiciones De Pago Para Esta		250 Gramos
	Especiales	Empresa Son Tanto Efectivo Como Con Tarjetas De Crédito	\$11.900	370 Gramos
El Fresal Tradición Europea	Sin Temporada Grande \$20.000	O Débito Siempre Y Cuando Se Realice El Pago Total De		500 Gramos
	Normales	Los Productos Adquiridos.	\$15.000	

Nota. Autoría propia

Tabla 9*Empresas Competidoras Frente al Yogurt*

Nombre Del Competidor	Precio Unitario	Condiciones De Pago	Precio De Mi Empresa	Tamaño
Lácteos Montserrat	1 Litro: \$16.000 150ml	Esta Empresa	\$2.000	150 Gramos
		Solamente Recibe	\$3.000	250gramos
La Moreneta Sas	\$2.500	Sus Pagos En	\$11.500	1000ml
		Efectivo.	\$21.550	2000ml
La Parada Láctea	1 Litro: \$15.000	Esta Empresa	\$2.000	150 Gramos
		Solamente Recibe	\$3.000	250gramos
		Sus Pagos En	\$11.500	1000ml
		Efectivo	\$21.550	2000ml

Nota. Autoría propia

Tabla 10*Empresas Competidores Frente a la Tartaleta*

Nombre Del Competidor	Precio Unitario	Condiciones De Pago	Precio De Mi Empresa	Tamaño
El Fresal Tradición Europea	\$5.500	Las Condiciones De Pago Para Esta Empresa Son Tanto Efectivo Como Con Tarjetas De Crédito O Débito Siempre Y Cuando Se Realice El Pago Total De Los Productos Adquiridos.	\$5.000 \$47.000	Personal Familiar

Nota. Autoría propia

Tabla 11*Empresas Competidoras Frente a Batidos*

Nombre Del Competidor	Precio Unitario	Condiciones De Pago	Precio De Mi Empresa
La Iguana Café Villapinzón	\$7.500	Esta Empresa Solamente Recibe Sus Pagos En Efectivo Y Se Cancelan Después De Adquirirlos.	\$7.000
Frutería El Manglar	\$7.300	Esta Empresa Solamente Recibe Sus Pagos En Efectivo Puedes Cancelar Antes O Después De Consumirlos.	\$7.000

Nota. Autoría propia

Figura 12*Relación de Precios y Descuentos por Volumen de Ventas*

Rango De Unidades	Descuento (-)	Precio Unidad	Precio Normal	Precio Final	Tipo De Cliente
5 Unidades En Adelante (Yogurt 150ml)	5%	1900	\$ 12.000	\$ 11.400	Frecuente
5 Unidades En Adelante (Yogurt 250ml)	5%	2850	\$ 18.000	\$ 17.100	Frecuente
6 unidades En Adelante (Yogurt 1000ml)	5,5%	10914	\$ 80.850	\$ 76.398	Frecuente
5 Unidades En Adelante (Yogurt 2000ml)	5,5%	20364	\$ 129.300	\$ 122.184	Frecuente
6 Unidades En Adelante (Mermelada 250gr)	5%	7030	\$ 51.800	\$ 49.210	Frecuente
4 Unidades En Adelante (Mermelada 370gr)	5,5%	11245	\$ 59.500	\$ 56.225	Frecuente
3 Unidades En Adelante (Mermelada 500gr)	5%	14250	\$ 60.000	\$ 57.000	Frecuente
10 Unidades En Adelante (Tartaleta Personal)	5,5%	4725	\$ 55.000	\$ 51.975	Frecuente
5 Unidades En Adelante (Tartaleta Familiar)	6%	44086	\$ 281.400	\$ 264.516	Frecuente
15 Unidades En Adelante (Batidos)	5%	6650	\$ 112.000	\$ 106.400	Frecuente

Nota. Para ganar clientes la empresa las delicias de fruta de mi Campo según sea su compra se ofrecerá un encime pequeño, pero fuera de eso según la cantidad de productos que se adquieran y que siempre y cuando sean clientes fijos, se les realizara un pequeño descuento de 5% o 6 % eso varía dependiendo de las cantidades de los productos que adquiera. *Fuente.* Autoría propia

Estrategias Promocionales

Las estrategias de promoción que llevara a cabo la empresa las delicias de fruta de mi Campo son

Muestra Gratis

Las delicias de fruta de mi Campo es una empresa nueva en el mercado por tanto en primera instancia vamos a traer clientes por medio de la degustación, esta es una estrategia para que el consumidor tenga conocimiento de la clase de producto, los componentes y los beneficios que trae, con ello motivarlos a adquirir nuestros productos.

Descuentos

En días especiales como el día de la madre, día del padre y amor y amistad, se realizará la oferta pague uno lleve dos, también en estos meses especiales se tienen en cuenta a las personas que adquieren nuestros productos para la participación de una rifa.

Como los clientes que adquieren nuestros productos están registrados según sea su monto de compra puede recibir un descuento de \$400 en adelante.

En ocasiones se sacarán al mercado combos ejemplo (tartaletas + yogurt 150gr * 6400) (tartaleta + batido * 11.000) para que las personas aprovechen las promociones.

Tres veces al año el domingo en las horas de la tarde se obsequiará un producto para cada persona que estén de cumpleaños ese día y con cédula en mano lo puedan comprobar.

Estrategias para Clientes Especiales

La empresa las delicias de fruta de mi Campo para los clientes que son fieles y han ganado la confianza a través del tiempo se les obsequiara un producto por sus compras como popularmente lo llaman en el municipio el encime para que se sientan motivados, además de eso a final de año se les entregara una ancheta con varios productos por su fidelidad a través del año.

Estrategias de Comunicación

Publicidad por los Medios de Comunicación

La empresa las delicias de fruta de mi Campo, utilizara medios de comunicación como:

La radio. Por la emisora San Juan Stereo del Municipio de Villapinzón, se realizarán anuncios acerca de nuestra empresa las delicias de fruta de mi Campo.

La televisión. Por el canal Televilla del municipio de Villapinzón, se realizarán comerciales de la empresa las delicias de fruta de mi Campo, donde hablaremos un poco de nuestros productos, la ubicación de esta empresa, horarios y las ofertas que haya en el momento.

Volantes. Como la mayoría en nuestra comunidad tal vez no tiene la facilidad de ver el canal o sintonizar la emisora sea por la ubicación o por los medios económicos, se realizarán entrega de volantes donde se encontrará cierto tipo de información de la empresa las delicias de fruta de mi Campo, para que toda la comunidad este enterada de este nuevo negocio.

Redes Sociales. La empresa las delicias de fruta de mi Campo aprovechando la oportunidad del avance tecnológico creara una página en la red social de Facebook, Instagram, Twitter, donde se subirán fotos de los productos, información acerca de los productos, los precios, los días de promoción para con ello la comunidad que maneja estas redes tenga conocimiento de ello y difundan la información, por este medio igual se dará respuesta a todo tipo de dudas e inquietudes que existan frente a los productos.

Por Qué Razón la Empresa Usará Estos Medios de Publicidad

La empresa las delicias de fruta de mi Campo utilizara los medios de comunicación como la radio, la televisión y los volantes, porque estos medios informáticos son los más utilizados en nuestra comunidad.

Las redes sociales hoy en día son muy beneficiosas ya que nos permiten subir videos, fotos e interactuar con muchas personas y de esta manera que muchos conozcan nuestros productos, promociones y descuentos y lo mejor es que estas redes nos permiten compartir la información para que lleguen a diferentes destinos, y aprovechando que hoy en día la tecnología nos ha envuelto tanto que ya hasta los niños utilizan estas redes para estar enterados de muchas cosas que pasan.

Tabla 12*Presupuesto de Mezcla de Mercadeo*

		Cost	
	Estrategia	o Inversión Inicial	Cotización
Distribución	Vehículo	\$ 20.000.000	\$ 18.400.000 2005 50.600 Km Chevrolet Super Carry 1.0 Cargo
Promoción	Megáfono		
	Redes Sociales	\$ 110.000	 <p>Megafono Recargable Sirena Grabador Voz 1L \$92.000 \$ 87.400 5% OFF en 36x \$ 2.428</p>
	Carteles		<i>Nota. Adaptada Por:</i> https://Http2.Mlstatic.Com/D_Nq_Np_915305mco45982638876_052021-O.Webp
Comunicación	Radio San Juan Stereo	\$ 90.000	

	Tv.		
	(Televilla)		
	Presencial		
	Red	\$	 <p>Nota. Adaptada Por Web</p> <p>https://Cdn.Actualicese.Com/Fotos/E-Salario-Minimo-Auxilio-Transporte-2022.Png</p>
Servicio		1.000.000	
o	Sociales		

Nota. El costo de inversión inicial para la empresa es el siguiente:

Distribución. Para poder distribuir los productos se requiere de un vehículo, y como esta distribución en un comienzo no será de mayor cantidad se adquirirá acorde a la necesidad.

Promoción. Los productos se promocionarán por medio de una propaganda con un Megáfono, por las redes sociales y por afiches publicitarios u carteles.

Comunicación. Para esto se pagarán cuñas radiales por la emisora San Juan Stereo, y comerciales en la Televilla para que la comunidad este enterada acerca de los productos.

Servicio. La atención será presencial, pero se pueden realizar pedidos por medio de las Red Sociales (WhatsApp, Facebook.) *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Estrategias de Servicio

Procedimientos para la Prestación del Servicio (Post Venta)

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tiene como objetivo enfocarse en la atención a nuestros clientes, de tal manera que estamos dispuestos a escucharlos recibiendo ya sea felicitaciones o sugerencias al respecto, pues ellos deben ser nuestro centro de atención, pues dependemos no solo del producto sino también como se sienta el cliente para poder generar un crecimiento como empresa, nuestros clientes nos pueden identificar nuestras fortalezas, pero

también nuestras debilidades es muy bueno recibir por parte de ellos detalles, de cambios en nuestra manera de tratar, una sugerencia de cambio del producto o una sugerencia en la publicidad que se le realiza a los productos, y por eso es fundamenta crear un lazo de comunicación con ellos, y no se recibe nada a modo personal, sino a modo constructivo.

Garantías

La empresa las delicias de fruta de mi Campo garantiza totalmente la calidad del producto, pero si por alguna razón el producto llega a salir en mal estado, por su sabor u olor etc., la empresa realizaría el respectivo cambio del producto siempre y cuando lo realice con su respectiva factura, ya que con esto se tiene conocimiento de que día realmente en cliente realizo la compra.

Servicio a Domicilio

La empresa las delicias de fruta de mi Campo realizara domicilios en los colegios, parque recreativos y oficinas del municipio gratis, siempre y cuando los pedidos se realicen con anticipación, los productos que se distribuyan en el campo o los supermercados ya son alianzas que se llevan a cabo, y los productos se harían llegar según lo solicitado.

Proyecciones de Ventas

La proyección de ventas está plasmada en meses, en tres años y 5 años, donde se puede evidenciar que el primer año, lo hicimos mes a mes, colocando la cantidad de productos vendidos en cada mes, al finalizar los doce meses se suma la cantidad de cada producto vendido durante ese año y a ese valor, lo multiplicamos por precio que tiene cada producto y así se adquiere el total que se vendió durante el primer año, para cada producto, y lo mismo realizamos para desarrollar las proyecciones de venta hasta el año 5, donde se evidencia que cada año sus ventas han tenido una salida muy favorable, lo que ha permitido el crecimiento de la empresa.

Tabla 13*Proyecciones de Ventas Año 1*

Producto	En	Feb	Mar	Abr	Ma	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total, Ventas	Precio *	Total, Año
	e				y								s	Unidad	
Yogurt 250gramos	35	800	818	830	870	925	970	102	109	112	117	120	1117	\$ 3.000	\$
	0							0	7	0	0	0	0		33.510.000
Mermelada 370 Gramos	17	305	320	348	392	415	425	447	465	476	501	520	4784	\$	\$
	0													11.900	56.929.600
Tartaletas Personales	28	646	646	610	625	650	675	715	820	833	845	865	8213	\$ 5.000	\$
	3														41.065.000
Total, En Productos	80	175	178	178	188	199	207	218	238	242	251	258	2416		\$
	3	1	4	8	7	0	0	2	2	9	6	5	7		131.504.600

Nota. Autoría propia

Tabla 14*Proyección de Ventas Año 3*

Producto	Años			Total, Unidades	Precio * Unidad	Total, En 3 Años
	1	2	3			
Yogurt 250ml	11170	15997	19150	22270	\$ 3.000	\$ 66.810.000
Mermelada 370 Gramos	4784	12895	13086	30765	\$ 11.900	\$ 366.103.500
Tartaletas Personales	8213	9213	10710	28136	\$ 5.000	\$ 140.680.000
Total, Ventas	24167	38105	42946	81171		\$ 573.593.500

Nota. Autoría propia

Tabla 15*Proyección de Ventas Año 5*

Producto	Años					Total, En 5 Años		
	1	2	3	4	5	Total, Unidades	Precio * Unidad	Total, En 5 Años
Yogurt 250ml	11170	15997	19150	22284	26100	94701	\$ 3.000	\$ 284.103.000
Mermelada 370 Gramos	4784	12895	13086	14750	15890	61405	\$ 11.900	\$ 730.719.500
Tartaletas Personales	8213	9213	10710	12860	15510	56506	\$ 5.000	\$ 282.530.000
Total, Ventas	24167	38105	42946	49894	57500	212612		\$ 1.297.352.500

Nota. Autoría propia

Metodología Utilizada para Proyección de Ventas

La Metodología que se utilizó en este proyecto fue la encuesta en línea, donde se aplicó a 195 personas de la región de Villapinzón, con 20 preguntas relacionadas con los productos de los derivados de la fresa, donde hubo participación de personas de los dos géneros masculino y femenino, de diferentes edades y ocupaciones; lo cual nos permite realizar la muestra aplicando un 95% de confianza y un error de 5%.

A continuación, elaboraremos la muestra con los siguientes datos.

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de población o universo (20,711)

Z = Nivel de confianza (95%)

e = Error de estimación (5%)

p = Probabilidad de que ocurra el evento (85%)

q = Probabilidad de que no ocurra el evento (15%)

Fórmula para Hallar Muestra.

Parámetro	Insertar valor
N	20.711
Z	1,96
P	85%
Q	15%
E	5%
	10144,3306
	52,264804

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{20.711 * 1,96^2 * 85% * 15%}{5\%^2 * (20.711 - 1) + 1,96^2 * 85% * 5\%}$$

$$n = \frac{20.711 * 1,96^2 * 85% * 15%}{5\%^2 * (20.711 - 1) + 1,96^2 * 85% * 5\%}$$

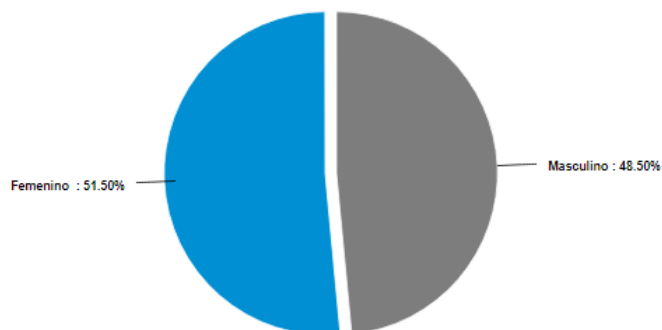
$$n = \frac{101.443,306}{52.264,804}$$

$$n = \frac{10.144,330}{52.264,804}$$

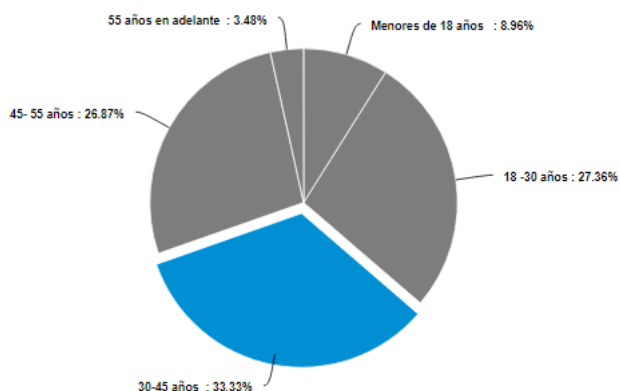
$$n = 194,09$$

Resultados de Investigación de Mercados.

Tamaño de muestra	
n =	194,09

Figura 13*Genero*

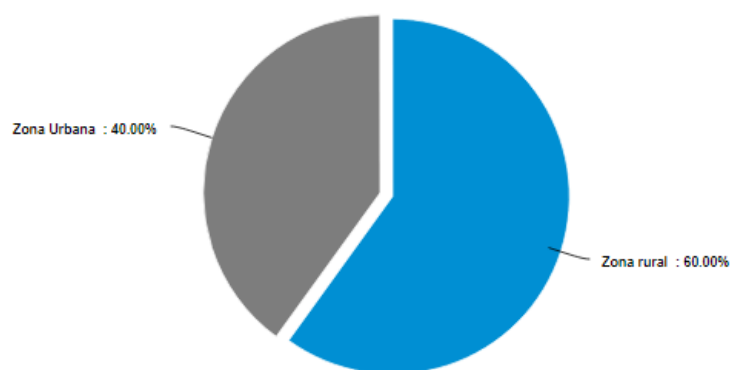
Nota. Al aplicar la encuesta en línea, nos podemos dar cuenta que contamos con la participación de 51.50% de mujeres y el 48.50% en hombres del municipio de Villapinzón. . *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 14*Edad*

Nota. Con esta representación gráfica nos podemos dar cuenta que la encuesta se aplicó a personas de diferentes edades, y que se cuenta con una participación de la siguiente manera 8.96% son menores de 18 años, el 27.36% son personas entre los 18 y los 30 años, el 33.33% son personas de los 30 a los 45 años, el 26.87% son personas que tienen entre los 45 a 55 años y un

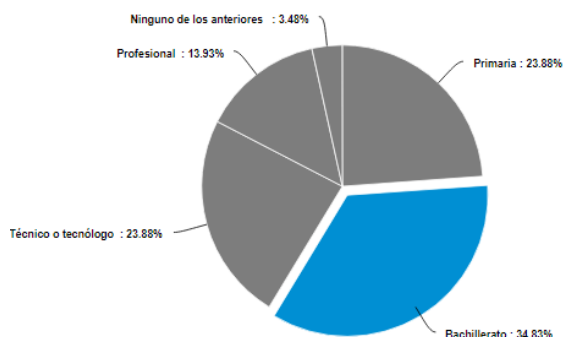
3.48% son personas que cuentan con 55 años en adelante, de esta manera se puede concluir que la mayor participación en la encuesta fue de personas de 30 a 45 años, enseguida de las personas de los 18 a los 30 años de edad.. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 15
Lugar de Residencia



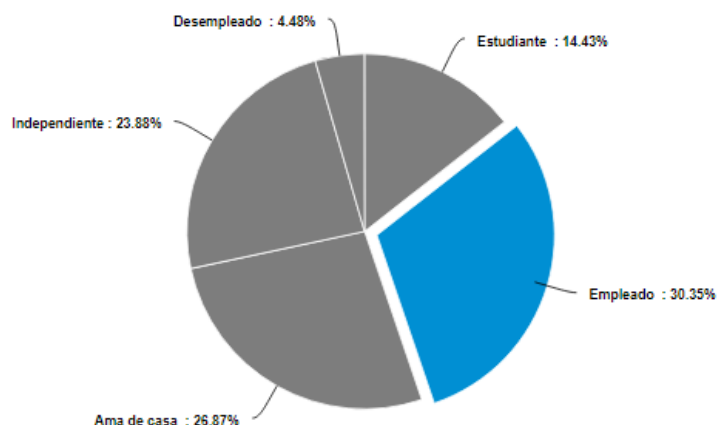
Nota. Como se puede evidenciar la gráfica la mayor participación en la encuesta fue de personas que pertenecen a la zona rural con una participación del 60.00% y la participación de la zona urbana fue de 40.00%. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 16
Nivel de Educación



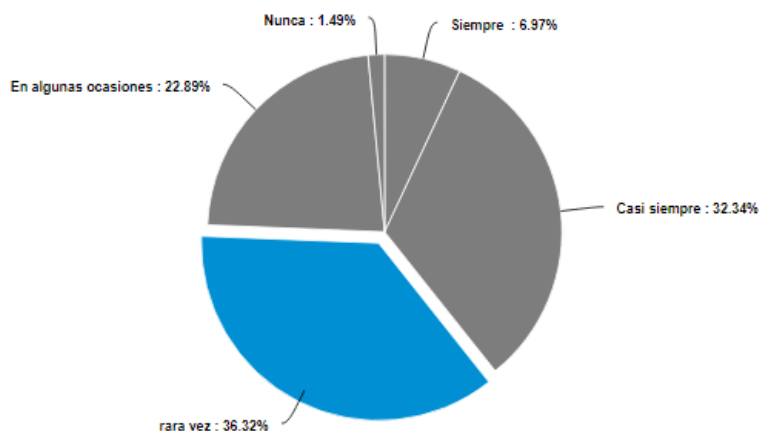
Nota. Gráficamente se puede evidenciar que en la encuesta se tuvo en cuenta a toda clase de personas sin importar el nivel de educación, es por eso que la participación se representa de la siguiente manera 23.88% son personas que su nivel de estudio es solo primaria, 34.83% son personas que su nivel de estudio es el bachillerato, 23.88% son personas con un nivel de educación en técnico o tecnológico, el 13.93% son personas con nivel de profesionalismo y el 3.48% son personas que no tienen ningún nivel de educación, con esto concluimos que la mayor participación fue de aquellas personas que hasta el momento tiene su nivel de educación hasta bachillerato y que por alguna razón no continuo. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 17
Nivel de Ocupación



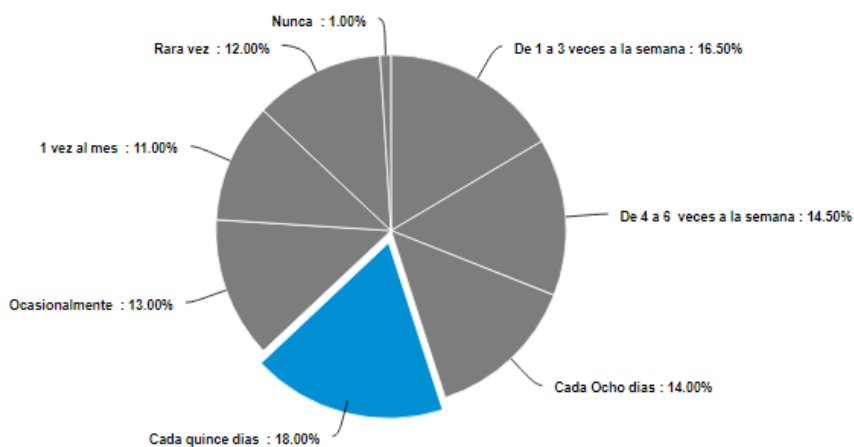
Nota. En esta grafica podemos evidenciar la ocupación de algunas personas del municipio de Villapinzón, y se evidencia de la siguiente manera, el 14.43% son estudiantes activos en este momento, el 30.25% son empleados, el 26.87% son amas de casa, el 23.88% trabajan como independientes, el 4.48% son desempleados, pero la mayor participación en esta encuesta son personas que en la actualidad son empleados y esto es muy favorable porque la mayoría de ellos trabaja en las empresas de alrededor del municipio, y es más factible que adquieran el producto para las onces. Fuente. Autoría propia Deisy García

Figura 18
Consume Usted Fresa



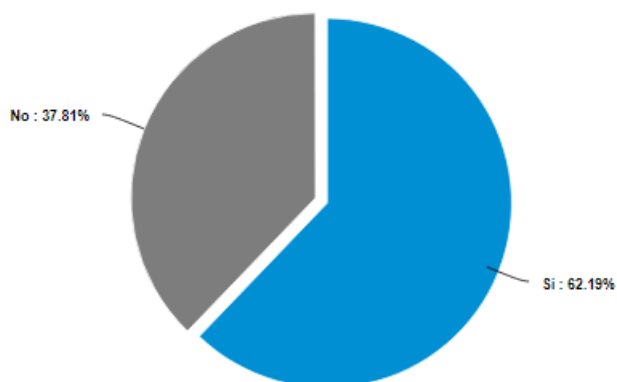
Nota. Con la aplicación de esta encuesta se quiso conocer cuál era el grado de consumo de las fresas en las personas de la región de Villapinzón donde se evidencio que el 6.97% de las personas siempre consumen la fresa, el 32.24% casi siempre consumen la fresa, el 36.32% rara vez la consumen, el 22.89% la consume en algunas ocasiones y el 1.49% nunca la consume; gráficamente se puede evidenciar que el mayor porcentaje son de las personas que dice que rara vez consumen esta fruta. Fuente. Autoría propia Deisy García

Figura 19
¿Cada Cuanto Consume Fresa?



Nota Basados en la pregunta anterior se quiso conocer cada cuanto en realidad las personas consumen la fresa y se obtuvieron los siguientes resultados, el 16.50% de las personas dicen consumirla de 1 a 3 veces a la semana, el 14.50% dice consumirla de 4 a 6 veces a la semana, el 14.00% la consume cada ocho días, el 18.00%, consume esta fruta cada quince días, el 13.00% la consume ocasionalmente, el 11.00% la consume una vez al mes, el 12.00% rara vez y el 1.00% nunca la ha consumido, de esta manera se puede evidenciar que aunque las personas no están consumiendo la fresa seguido, si existe un gusto por esta fruta. . *Fuente.* Autoría propia Deisy García

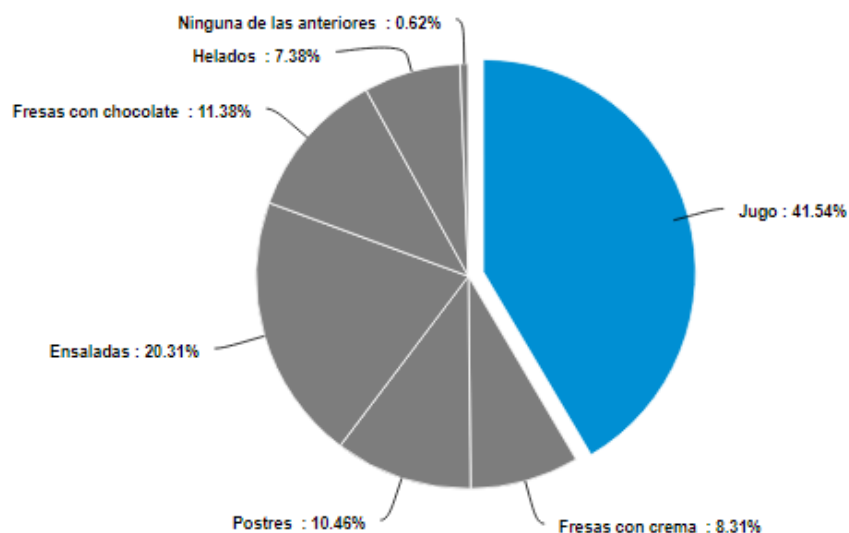
Figura 20
Conoce las Propiedades Alimenticias



Nota. Por medio de esta encuesta se quiso obtener resultado de que tanto conocen las personas acerca de las propiedades alimenticias que posee la fresa y los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes el 62.19% de las personas han escuchado o tienen el conocimiento de las propiedades de la fresa, y el 37.81% de las personas no han escuchado nada respecto a ello.

Fuente. Autoría propia Deisy García

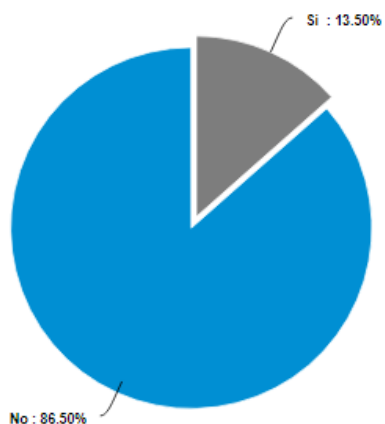
Figura 21
¿Que Prepara con la Fresa?



Nota. Como se puede evidenciar se quiso tener conocimiento que preparan las personas de la región con la fresa, donde se obtuvo que el 41.54% de las personas prepara jugo, el 8.31% preparan fresas con crema, el 10.46% postres, el 20.31% preparan ensaladas, el 11.33% preparan fresas con chocolate, el 7.38% preparan helados y el 0.62% no preparan ningún alimento, con esto gráficamente se puede observar que la mayoría de las personas que adquieren las fresas es para preparar bebida. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 22

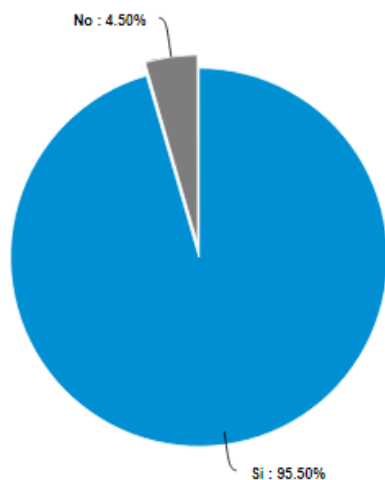
¿Conoce Alguna Empresa Comercializadora en Villapinzón?



Nota. Como se puede evidenciar nos dimos a la tarea de indagar si las personas de Villapinzón conocen alguna empresa productora y comercializadora de los derivados de la fresa en el municipio de Villapinzón y se obtuvo como resultado lo siguiente; de las personas encuestadas se evidencio que el 86.50% no conocen ninguna empresa, y el 13.50% si conocen pero tal vez donde se adquiriera un solo producto, es por eso que al obtener un porcentaje alto evidenciado que la mayoría no conoce nos favorece y nos da pie para establecer nuestra empresa. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

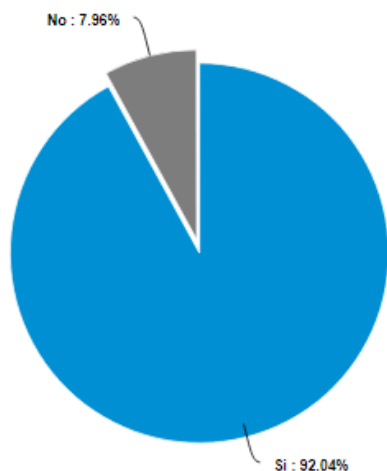
Figura 23

Está de Acuerdo con que se crea una Empresa Comercializadora en Villapinzón

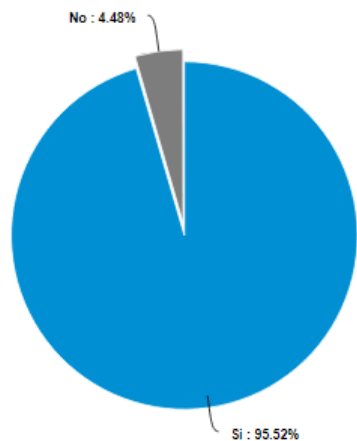


Nota. Gráficamente se evidencia que el 95.50% de los que participaron en la encuesta están de acuerdo con que en Villapinzón exista una empresa productora y comercializadora de los derivados y el 4.50% no está de acuerdo, pero con este porcentaje obtenido que es alto y positivo, es algo que favorece para así poder brindar un mejor aprovechamiento a la fruta que se desperdicia. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 24
¿Incluiría Derivados de la Fresa?



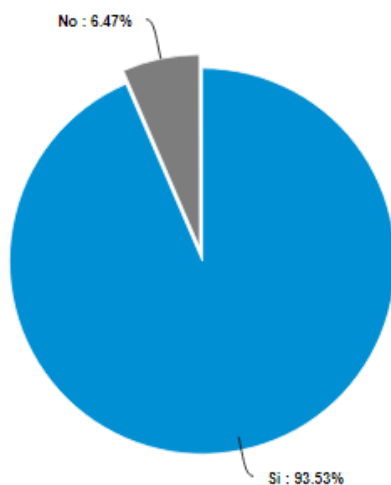
Nota. De acuerdo con la respuesta anterior se quiso conocer si al tener la empresa las personas de la región incluirían estos productos en sus compras y como resultado obtuvimos que el 92.04% de las personas encuestadas dice que, Si las incluiría, pero por lo contrario encontramos que el 7.96% de las personas dice que no, pero ya con esto nos damos cuenta de que tendríamos un buen apoyo de las personas de la región. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 25*Crearía Alianzas para Ofrecer Productos Derivados de la Fresa*

Nota. Por medio de esta encuesta se quiso conocer si aquellas personas que tiene o en futuro crean su negocio, les gustaría crear alianzas con la empresa para ofrecer productos de los derivados de la fresa y los resultados fueron muy positivos ya que de las personas encuestadas el 95.52% de las personas apoya la idea, y el 4.48% dice que no, pero este es un porcentaje bajo a comparación de las personas que apoyan la idea. Fuente. Autoría propia Deisy García

Figura 26

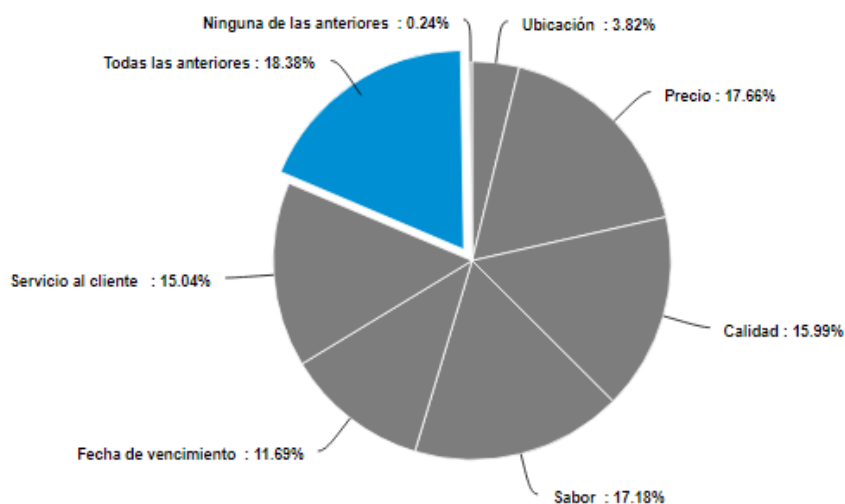
¿ Cree Usted que esta Empresa es Favorable en Villapinzón?



Nota. Como se puede evidenciar gráficamente el 93.53% de las personas encuestadas apoya la idea y dice que será favorable para el municipio, por el contrario del 6.47% de los encuestados dice que no, pero se cuenta con un porcentaje positivo alto y eso es favorable. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

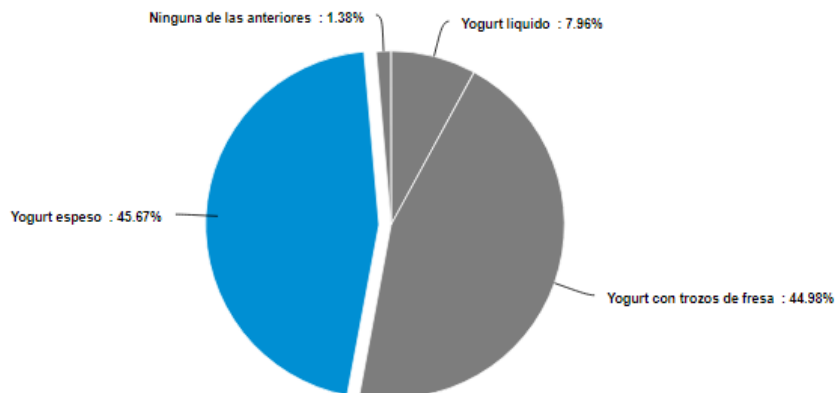
Figura 27

Que se Tendría en Cuenta a la Hora de Adquirir los Derivados



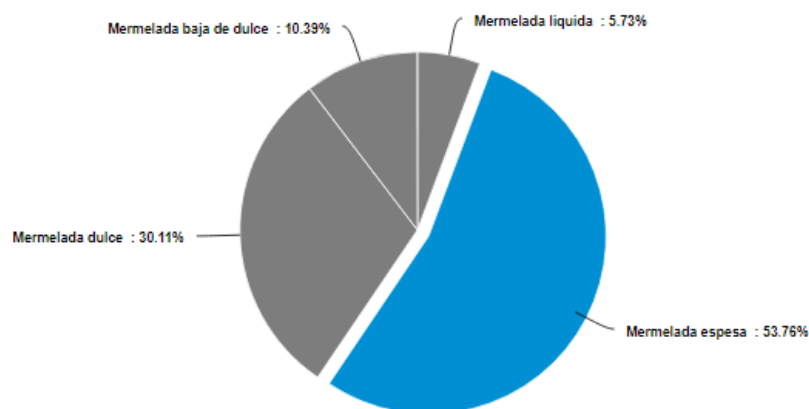
Nota. Como se evidencia gráficamente se quiso conocer que tienen en cuenta las personas de la región a la hora de adquirir el producto, y se colocó una serie de opciones como la ubicación, el precio, la calidad, el sabor, la fecha de vencimiento, el servicio al cliente, o todas las opciones anteriores, esto debido a que todas las personas no nos fijamos en lo mismo para adquirir un producto, pero con esto se pudo evidenciar que la mayoría de las personas en lo poco se fijan es en la ubicación del resto para ellos es muy importante para adquirir el producto y solamente se cuenta con el 0.24% de las personas que dicen que no tienen en cuenta nada para adquirir el producto. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 28
Preferencia Ante el Yogurt



Nota. Por medio de esta encuesta se quiso conocer cuál es la preferencia del yogurt en los habitantes de Villapinzón, donde se evidenció que el 44.88% de los encuestados su preferencia es el yogurt con trozos de fresa, el 45.67% su preferencia es el yogurt espeso, y el 7.96% su preferencia está en el yogurt líquido y el 1.38% son personas que no tienen ningún tipo de preferencia, es decir que con esto se evidencia que el tipo de yogurt que más se consume y es el preferido por la mayoría de las personas es el yogurt espeso y el yogurt que contiene trozos de fruta. *Fuente:* Autoría propia Deisy García

Figura 29
Preferencia Ante la Mermelada

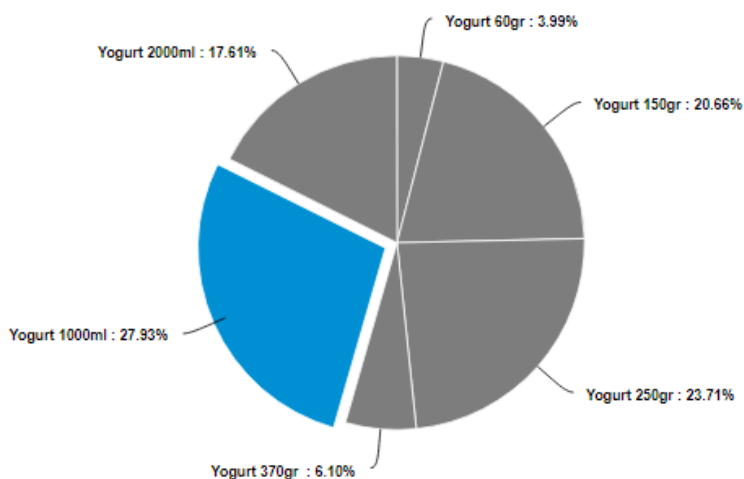


Nota. Por medio de esta encuesta se da a conocer cuál es la preferencia ante la mermelada en los habitantes de Villapinzón y se pudo evidenciar que se cuenta con 53.76% de las personas que dicen que su preferencia es la mermelada espesa, y un 30.11% que dice que su preferencia es la mermelada dulce, valores positivos que favorecen para la creación del producto.

Por el contrario, contamos con un porcentaje del 5.73% de las personas que dicen su preferencia es la mermelada líquida y un 10.39% dice su preferencia es baja de dulce, esto también nos favorece para tener el conocimiento para crear pocos productos de esta textura.

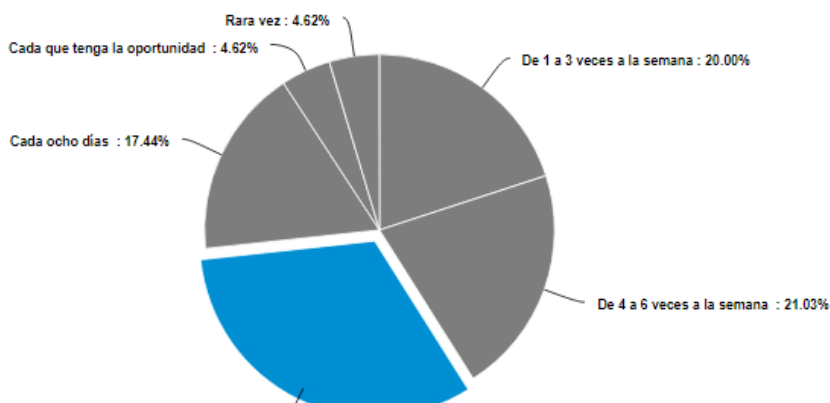
Fuente. Autoría propia Deisy García

Figura 30
Preferencia Tamaño Yogurt



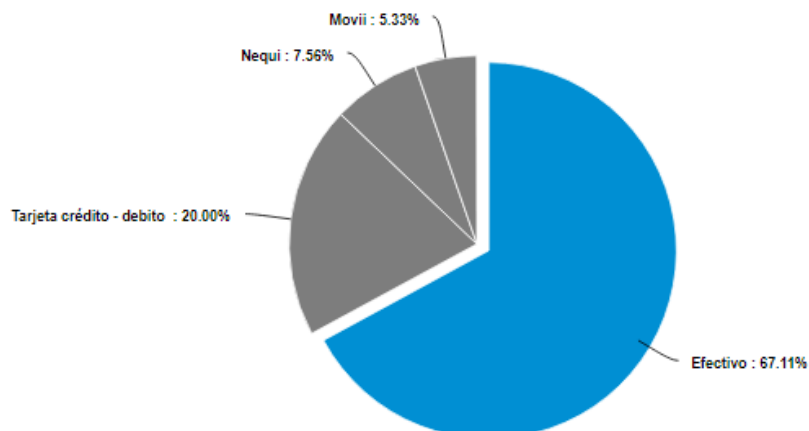
Nota. Por medio de la encuesta se evidencia que la preferencia del tamaño en los yogures está el yogurt de 150gr con una participación del 20.66%, yogurt 250gr con una participación de 23.71%, yogurt de 1000ml con una participación de 27.93% y el yogurt de 2000ml con la participación del 17.61%, esto quiere decir que obteniendo estos valores se evidencia que al crear productos de estos tamaños tendrían salida en el mercado, a lo contrario de yogurt de 60gr pues su participación es baja con 3.99% y el yogurt de 370g con una participación del 6.10%, con esto quiere decir que por el momento es arriesgado sacar al mercado esos tamaños de yogur. Fuente. Autoría propia Deisy García

Figura 31
Con qué Frecuencia Adquiriría los Derivados



Nota. Por medio de esta encuesta se conoció con qué frecuencia los habitantes de la región adquirirán los productos derivados de la fresa, y se obtuvo que el 20.00% de las personas lo adquirirán de 1 a 3 veces a la semana, el 21.03% lo adquiriría de 4 a 6 veces a la semana, el 32.84% lo adquirirán frecuentemente, el 17.44% lo adquirirán cada 8 días, el 4.62% lo adquirirán cada que tenga la oportunidad y el 4.62% rara vez para que lo adquiera, con esto se evidencia que existirá una buena participación en la parte de la región de Villapinzón. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Figura 32
Preferencia de Pago



Nota. Por medio de esta encuesta conocimos cual es la preferencia de pago por parte de los

habitantes de Villapinzón, y evidenciamos que el 67.11% de los encuestados prefiere pagar en efectivo, el 20.00% por medio de Tarjeta de crédito- debito, el 7.56% por medio de Nequi, y el 5.33% por medio de Movii, con esto se evidencia que, aunque la mayoría prefiera pagar en efectivo siempre es bueno contar con otros medios de pago. *Fuente.* Autoría propia Deisy García

Tabla 16

Capacidad Instalada

Capacidad Instalada								
Producto	Días	Hrs/Tur	Ope-	Min/H	Turn	Usp/	Minut	Unidad
	T	no	Mod	rs	os	Minutos	os	es
Yogurt	30	3	2	60	2	40	21600	540
Mermela		3				40	21600	540
Tartaleta		1				20	7200	1080
Batidos		1				10	7200	2160

Nota. La capacidad instalada se halló para los primeros tiempos, porque a medida que el volumen de ventas aumente, igualmente tendría que aumentar la mano de obra.

Para hallarla se tuvo en cuenta todos los productos que se van a producir, luego se toman los días trabajados en este caso son 30 este se multiplica por las horas por turno, para este caso 8 horas para cada turno y estas se distribuyeron para los diferentes productos, luego se multiplica por la mano de obra directa que para este caso iniciaremos con 3, luego se multiplica por minutos/horas en este caso 60 porque una hora son 60 minutos, luego multiplicamos por los turnos, para este caso serian 3 turnos y de esta manera se obtuvo el resultado de cuantos minutos se tienen para elaborar los productos.

(Días de trabajo * has turno * Numero de operarios * 60minuts) * número de turnos = minutos

Ya teniendo esos datos, se da a la tarea de analizar cuantas unidades se pueden producir en ese tiempo, y para ello hallamos la USP/Minutos que nos indica la cantidad de minutos de demora en la fabricación de un producto, y para este caso este tiempo lo multiplicamos según el tiempo que emplee cada producto ya que todos los productos no emplean la misma cantidad, y para este caso tomamos la cantidad de minutos que se tiene y se divide por el tiempo que emplee cada producto y allí nos arrojará un total de las unidades que se pueden producir con ese tiempo para cada producto, hay que tener en cuenta que en el caso del yogurt, las tartaletas y los batidos se producen en grande cantidades para luego distribuirse según sea el tamaño del producto.

Fuente. Autoría propia Deisy García


Módulo Operación

Operación

Ficha Técnica de Mermelada

Tabla 17

Ficha Técnica de Mermelada

		Ficha Técnica De Mermelada De Fresa
Nombre Del Producto	Mermelada Natural	
Descripción del Producto	Producto obtenido a partir de la cocción y concentración de frutas sanas en este caso la fresa sin adición de agua.	
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa las delicias de fruta de mi Campo ubicado en el municipio de Villapinzón.	
Materia Prima	Agua, fruta (fresa)y limón.	
Textura	Espesa	
Información Nutricional	Grasa total 0g	
	Grasa saturada 0g	
	Grasa trans 0g	
	Colesterol 0 mg	
	Sodio 0 mg	
	Carbohidratos totales 10g 3%	
Presentación y empaques Comerciales	Fibra 4.65%	
	Proteína 16%	
	250g envasado en tarro de cristal	
	370g envasado en tarro de cristal	
	500g envasado en tarro de cristal	

Requisitos mínimos y normatividad	RESOLUCIÓN 3929 DE 2013 (octubre 2) Diario Oficial No. 48.933 de 4 de octubre de 2013 MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL
Tipo de Conservación	Conservar bien tapado en un lugar fresco, limpio y seco, después de abrir refrigerar y consumir en el menor tiempo posible.

Fuente. adaptada de web


https://normograma.invima.gov.co/docs/resolucion_minsaludps_3929_2013.htm

Nota: Información nutricional adaptadas de productos mermelada

Nota: Autoría propia

Tabla 18

Ficha Técnica de Yogurt

Ficha Técnica Del Yogurt De Fresa	
	
Nombre del producto	Yogurt Natural
Descripción del Producto	Producto obtenido a partir de la fermentación de la leche de vaca al cual se le agregan el cultivo láctico, mermelada con trozos de fruta fresca.
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa las delicias de fruta de mi Campo ubicado en el municipio de Villapinzón.
Materia prima	La fermentación de la lactosa, cultivo láctico, mermelada (fresa) y azúcar.
Textura	Espeso y con trozos de fruta
Composición Nutricional	Grasa total 2g 3% Grasa saturada 1,5g 8% Colesterol 10mg 3%

	Sodio 125mg 5%
	Carbohidratos totales 23g 8%
	Fibra dietaría 0g 0%
	Azucares 20g
	Proteína 3g 6%
	Vitamina A 0%
	Vitamina C 0%
	Calcio 20%


Presentación y	150g envase plástico
Empaques	250g envase plástico
Comerciales	1000ml envase plástico
	2000ml envase plástico

Requisitos	RESOLUCION NUMERO 02310 DE 1986 (24 de febrero de 1986)
Mínimos y	
Normatividad	

Tipo de	Mantenerse refrigerado entre 4+/-2°C
Conservación	Una vez abierto consumir en el menos tiempo posible

Nota: Información nutricional adaptadas de productos lácteos

Tabla 19*Ficha Técnica de Tartaletas*

		Ficha Técnica De Tartaletas De Fresa	
Nombre del producto	Tartaletas		
Descripción del producto	Base de pasta brisa o masa quebrada, en forma de cuenco, lista para ser rellena		
Lugar de elaboración	Producto elaborado en la empresa las delicias de fruta de mi Campo ubicado en el municipio de Villapinzón.		
Textura	Su textura interior ya sea firme, húmeda o esponjosa debe verse bien, el color del bizcocho debe ser atractivo y depende del tipo de bizcocho será su color.		
Composición Nutricional	Carbohidratos	47.6	15.3%
	Proteínas	9.3	19.4%
	Fibra	5.2	17.3%
	Grasas	35.5	66.8%
Presentación y empaques Comerciales	Alveolos PET aptos para alimentación		
Requisitos Mínimos y Normatividad	RESOLUCIÓN 333 DE 2011 (febrero 10) Diario Oficial No. 47.984 de 15 de febrero de 2011 INITERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL		


<NOTA DE VIGENCIA: Resolución derogada, a partir del 16 de diciembre de 2022, por el artículo 40 de la Resolución 810 de 2021>

Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano.

Nota. Información nutricional adaptadas de productos de panadería

Tabla 20

Ficha Técnica de Batidos

		Ficha Técnica De Batidos De Fresa
Nombre del producto	Batidos	
Descripción del Producto	Es una bebida elaborada a base de leche que puede llevar frutas, chocolate, turrón o también helado.	
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en la empresa las delicias de fruta de mi Campo ubicado en el municipio de Villapinzón.	
Textura	Espesa y uniforme similar a los granizados.	
Composición Nutricional	100 gramos de Batidos de leche contienen 3,05 gramos de proteína, 2,70 gramos de grasa, 21,2 gramos de carbohidratos, y 0,3 gramos de fibra. ... Contienen 2,70 gramos de grasa y 11 mg de Colesterol. Hay minerales presentes en Batidos de leche, como Potasio (224 mg), Calcio (132 mg) o Fósforo (126 mg)	

Nota. Auditoria propia

Estado de Desarrollo

La fresa tiene un sabor condicionado por el balance de azúcar y acidez, ya que cuenta con una serie de azúcares y ácidos con diferentes grados de concentración según la variedad.

Generalmente son cónicas y alargadas; sin embargo, dependiendo de la variedad puede variar la forma. Su olor es característico de la fruta. La fresa ha de tener un brillo intenso y un color rojizo oscuro y uniforme, aunque puede ser más rosado o anaranjado dependiendo de la variedad. El color natural en estado maduro es rojo y solo dos variedades maduran con un color blanco. Su pulpa es de color blanco, pero también puede ser rojizo de acuerdo con la variedad. Su textura es suave con firmeza moderada firmeza a alta firmeza.

Figura 33

Estado de Desarrollo

Componente	Contenido en 100g	Componente	Contenido en 100g
Kilocalorías	32	Magnesio	12mg
Agua	89,9%	Vitamina A	5µcg
Proteínas	0,7mg	Vitamina C	60mg
Grasa	0,5mg	Vitamina E	0,23mg
Carbohidratos	6,9%	Fósforo	27mg
Fibra	1,4g	Fenoles totales	58-210 mg
Potasio	190mg	Antocianinas totales	55-145 mg

Nota. adaptada de Manual Fresa Cámara de Comercio de Bogotá, página 13.

La fresa es un fruto reconocido por sus propiedades nutricionales y curativas al ser fuente de vitaminas y minerales; también lo es por su color llamativo, su sabor y aroma, convirtiéndose

en un producto apetecido por diferentes mercados para ser usada a nivel industrial, medicinal y culinario.

La producción de fresa ha mostrado una variación en cuanto a los departamentos productores. La proporción de participación en la producción y el mercado de la fresa ha ido aumentada desde 2011 en Antioquia, principalmente. La mayor parte de la producción nacional tiene como destino CORABASTOS (mercado mayorista de Bogotá). De la producción total nacional Cundinamarca participó con el 53,1%, Antioquia con 29,6%, Norte de Santander con 7,9%, Cauca con 6,6%, Boyacá con 1,3% y Valle del Cauca con 0,6%, los cuales han mantenido el valor de compra más alto. (Camara de comercio Bogota , 2015, págs. 13,37,45)

Partiendo de la información anteriormente podemos resaltar que en Colombia existen empresas que se dedican a la transformación de la materia prima de esta fruta, como en el caso de la empresa ‘Cultivando Futuro’, una microempresa que produce derivados de la fresa como yogur y mermelada, en la ciudad de Cali.

Se estima que en el municipio de Villapinzón hay personas que producen productos derivados de la fresa para consumo personal o familiar, y otros que producen en casa yogur para la venta en la comunidad.

Es por eso que la empresa las delicias de fruta de mi Campo teniendo conocimiento de las vitaminas y beneficios del consumo de fresa propone a su comunidad variedad de productos derivados de la fresa en diferentes tamaños y a diferentes precios para ser consumidos a cualquier momento, los productos que se ofrecen se distinguirán no solo por la calidad y sabor sino por el logo que identificara la marca de la empresa, de la misma manera se resaltara la fecha de vencimiento y los valores nutricionales de los productos; para la elaboración y distribución de estos productos se adquirirá la maquinaria necesaria para llevar a cabo el desarrollo del producto,

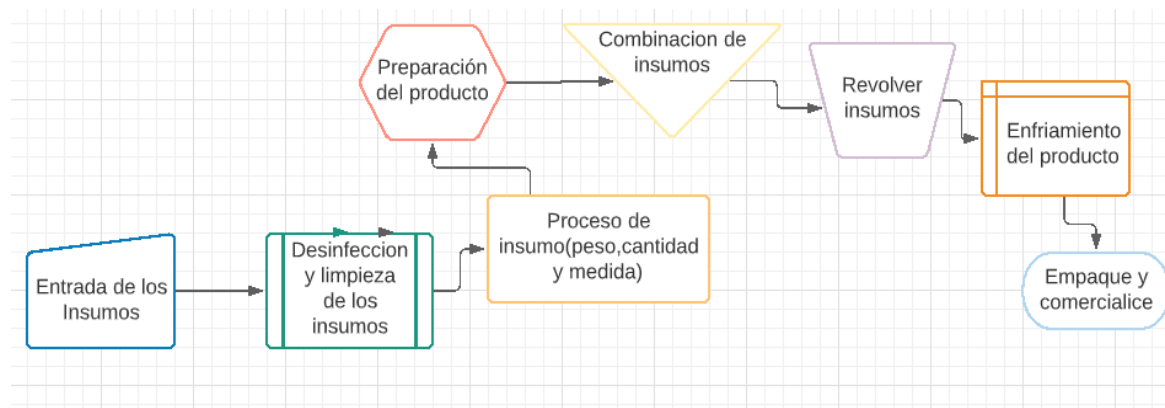
se requerirá del personal adecuado y así poder atender y satisfacer la necesidad de los consumidores, es por eso que para llevar a cabo este proyecto se recurrirá a las ayudas u apoyos económicos de la alcaldía a ver si apoyan la iniciativa de este proyecto, pero de todas formas se recurrirá a adquirir un préstamo en la entidad financiera que ofrezcan el interés más bajo, ya que es para emprender, y hay entidades que ofrecen estas facilidades.

Descripción del Proceso

Las delicias de fruta de mi Campo será una empresa que fabrique productos naturales (artesanales), y que no requiere de medios tecnológicos para la producción, pues no se va a hacer el proceso por medio de máquinas, todo su desarrollo será lo más natural posible, mejor dicho, todo a mano en Fondos (ollas grandes), haciendo uso de cada uno de los implementos necesarios, lo cual nos permite garantizar la calidad de la producción.

Figura 34

Flujo de Procesos



Nota. Autoría propia

Como se evidencia anteriormente en la imagen, para la producción de los productos se pasan por algunos procesos para que salga nuestro producto bien elaborado y con calidad.

Entrada de Insumos

En esta primera etapa se inicia adquiriendo todos los insumos requeridos para la elaboración del producto, ya teniendo estos como la fresa, la harina, la leche el azúcar, entre otros, se pasa al siguiente proceso.

Desinfección y Limpieza de los Productos

Este proceso es muy importante ya que todo lo que entre a nuestra empresa debe ser desinfectado, y la fruta debe lavarse muy bien para quitar las bacterias, por la tierra que trae, por los animalitos que muchas veces se prenden, entonces este proceso es para desinfectar y dejar listos nuestros insumos.

Proceso de Insumo

En esta etapa lo que hacemos es que después de tener lavado y desinfectado nuestros insumos, vamos a darle paso a pesar cada ingrediente, según lo necesario para cada producto.

Preparación del Producto

Ya teniendo las cantidades pesadas, de los insumos necesarios, se da inicio a preparar los productos

Combinación de Insumos

En esta parte como todo producto o la gran mayoría, todos los insumos no se revuelven al mismo tiempo todo tiene su proceso como en el caso del yogurt, que primero hay que fermentar la leche para luego revolverla con algunos insumos.

Revolver Insumos

En esta etapa lo que hacemos es que ya teniendo todos los insumos dentro de nuestro producto principal se revuelven para que este brinde un mejor sabor.

Enfriamiento del Producto

Después de tener ya todo nuestro producto listo, como va a estar caliente no se puede empacar, y es necesario esperar a que se enfríe.

Empaque y Comercialice

Ya teniendo nuestro producto frio, lo que hacemos es empacar según en la distribución que le queramos dar, y así ya poder exhibir para que se adquirido por el consumidor.

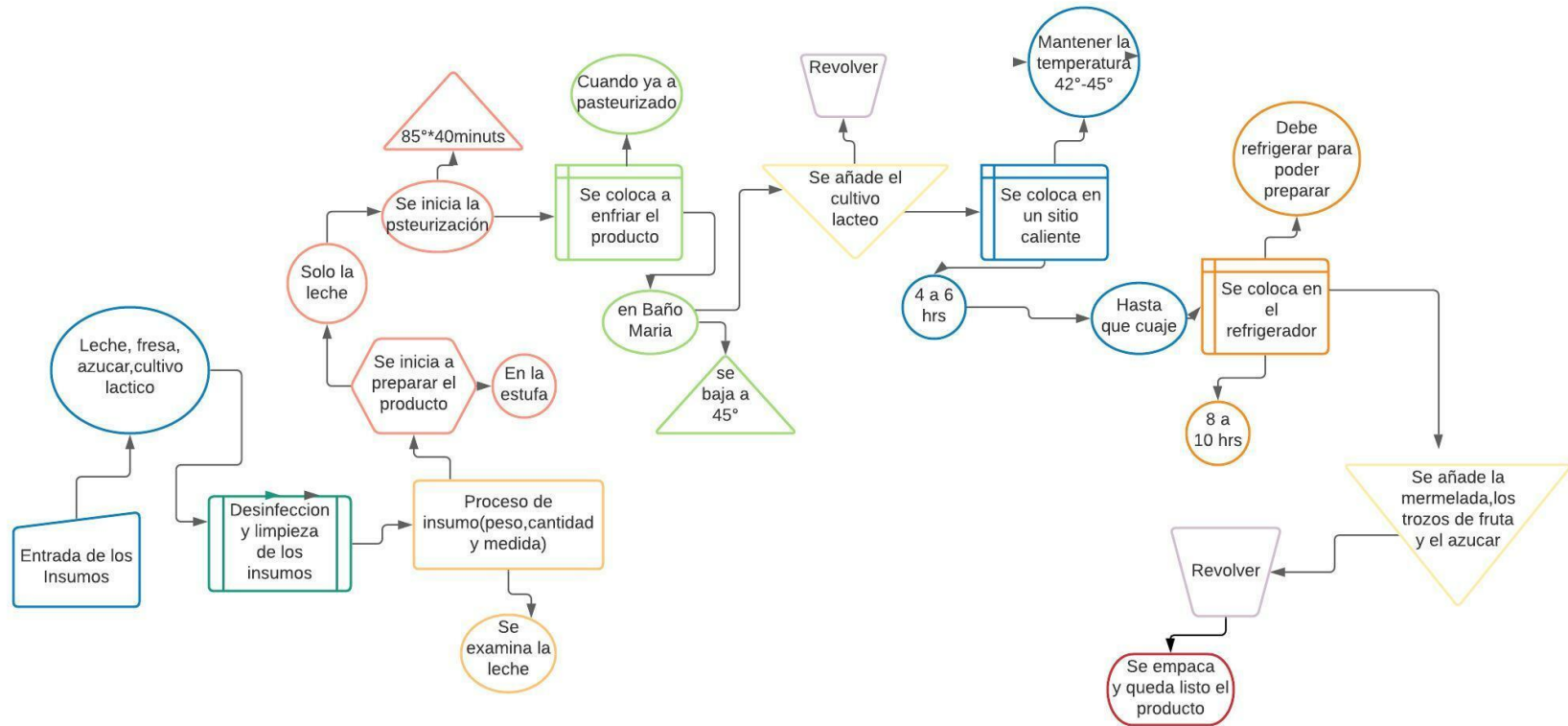
A continuación, se encontrará un diagrama de flujo por cada producto, en donde se reflejará el proceso por el que pasa cada producto, ya que para cada uno es diferente.

(Tecnico en procesamiento de derivados lacteos)

Nota. Autoría propia Deisy García

Figura 35

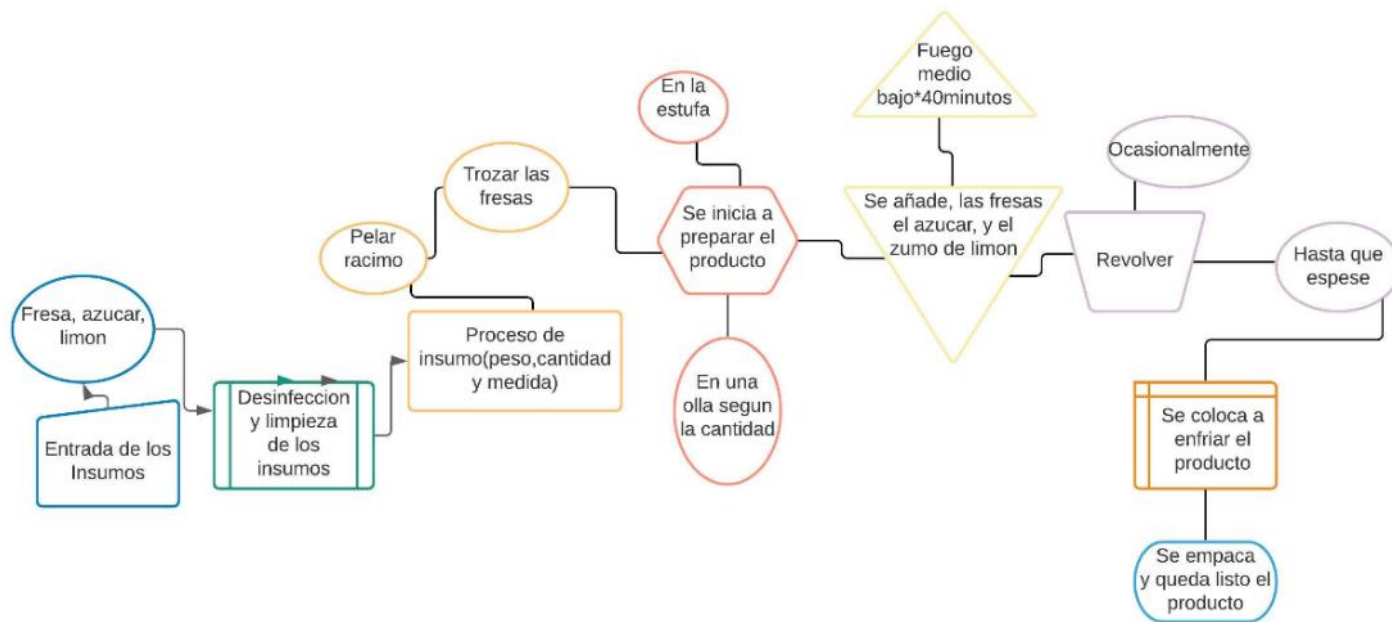
Flujo Proceso de Yogurt



Nota. Autoría propia

Figura 36

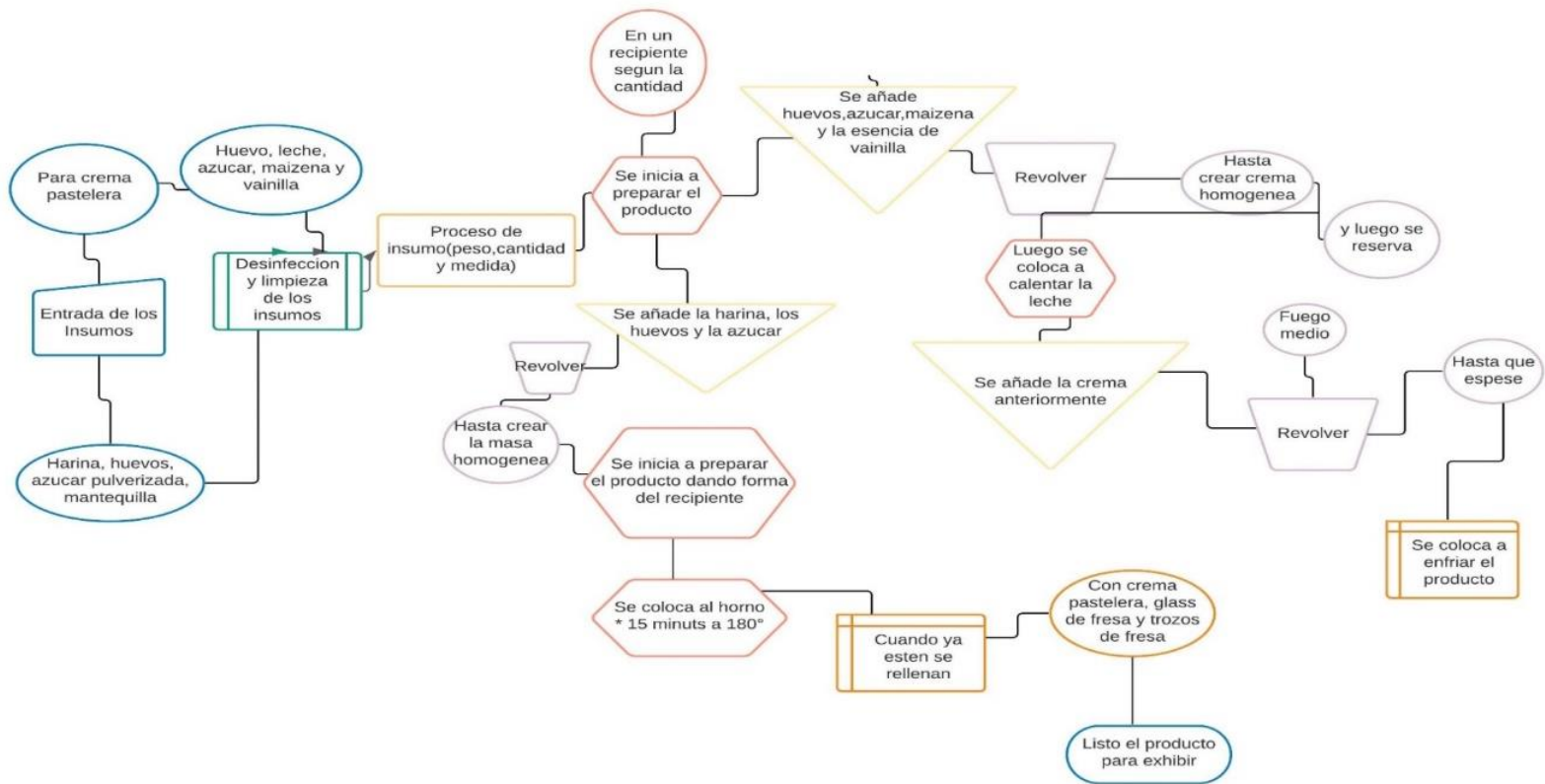
Proceso de Mermelada



Nota. Autoría propia Deisy García

Figura 37

Proceso de Tartaletas

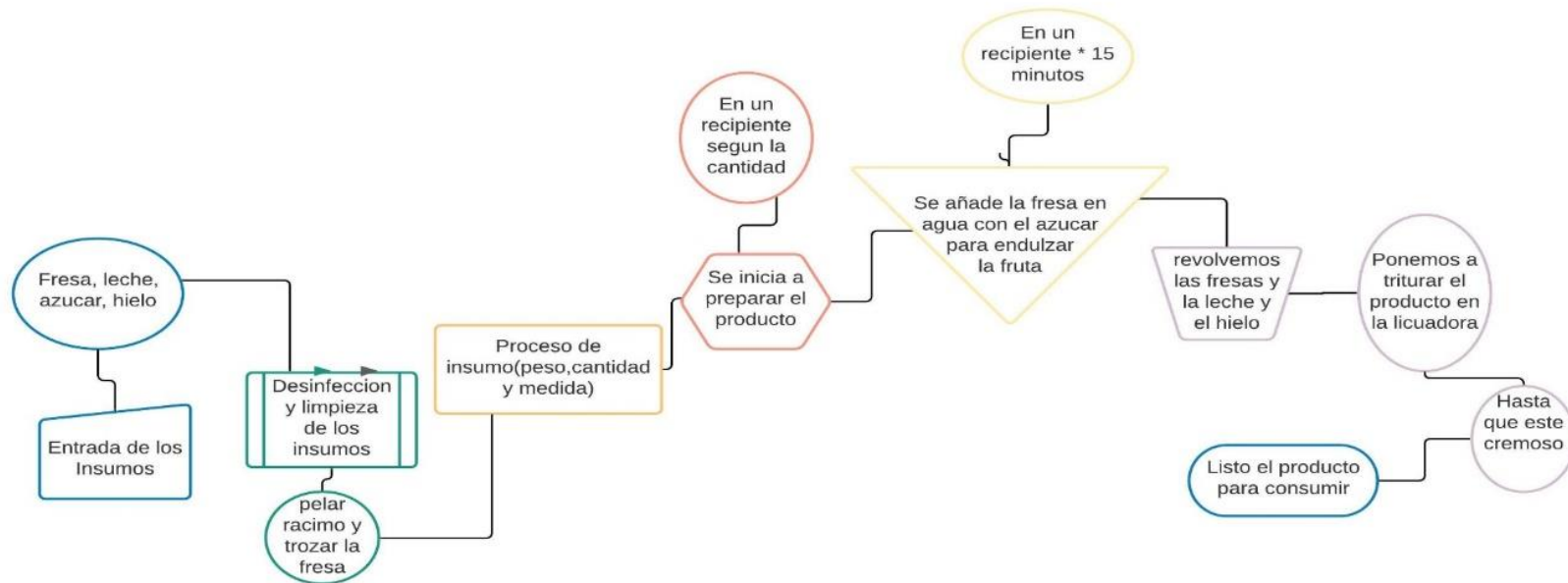


(Especialista en panaderia y reposteria)

Nota. Autoría propia Deisy García

Figura 38

Proceso de Batido



Nota. Autoría propia Deisy Garcia

Necesidades y Requerimiento

Existen productos que se pueden producir en grandes cantidades, pero estos se distribuyen en diferentes tamaños, como se va a observar en el caso del yogurt, la mermelada y las tartaletas, donde en cada producto se encuentra una clasificación de materia prima según sea el tamaño, esto se implementó para dar a conocer las clases de tamaño de los productos que encontraran en la empresa las delicias de fruta de mi Campo y porque por medio de esta clasificación se puede saber qué valor tendrá cada uno de estos productos, ya que el precio va a variar según sea el tamaño, con esto quiere decir que la empresa puede crear ejemplo 50 o 100 litros de yogurt, pero estos se distribuyen en los diferentes tamaños, porque no se va a enfocar en el producir en un solo tamaño cuando se produce un mismo producto, además quiero aclarar que el hecho de que en todas las distribuciones de tamaño de productos se refleje los suministros y maquinarias necesarias, no quiere decir que por cada producto se vayan a adquirir, ya que se utilizara la misma maquinaria para todos los productos, en caso que lo requiera.

A Continuación, se encontrará la clasificación de los productos y la distribución por unidad del tamaño del producto.

Tabla 21*Necesidades y Requerimientos del Yogurt, Tamaño 150gr*

Materia Prima Yogurt De Fresa 150 Gramos					
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad
Leche	150	Gramos	\$ 240	\$ 1.600	Litro
Cultivo Láctico	0,2	Gramos	\$ 300	\$ 200.000	100gramos
Mermelada De Fresa	10	Gramos	\$ 70	\$3500 Fresas	Libra
Azúcar (Blanca, Morena, Light)	6	Gramos	\$ 34	\$ 2.850	Libra
Maquinaria Y Equipo					
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos
Estufa	Pasteurizar Leche	30 Minutos	\$ 718,76	43,13	\$ 760.000,00
Batidora	Batir Los Trozos De Fruta, Azúcar Y Mermelada	2 Minutos	\$ 718,76	\$ 86	\$ 551.000,00

Refrigerador	Refrigerar El Producto Para Preparar		6 Horas	\$ 718,76	\$ 517,51	\$ 3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza		Tiempo Determina do	Valor *M3 Gas	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda		30 Minutos	\$ 2.361,30	\$ 71	
Suministros						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor De Materiales Requeridos	
Cacerola Para Leche	1	Unidad	Calentar La Leche Hasta Que Pasteurice Para Que La Leche Cuaje	Hasta Que Cuaje	\$ 40.000,00	
Cuchara De Madera	1	Unidad	Rebullir El Producto. Para Servir	Hasta Que El Producto Se Empaque	\$ 11.000,00	

			El Producto		
Envase	1	Unidad	Para empacar y exhibir el producto	Máximo un mes, pero debe permanecer en refrigerador, para que no se agrie.	\$ 200
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad		Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Lácteos	1	Persona	Persona encargada de todo el proceso de elaboració n	Tiempo necesario para la elaboración del producto	\$200* Producto

Nota. Autoría propia

Tabla 22*Necesidades y Requerimientos Yogurt 250gr*

Materia Prima Yogurt De Fresa 250gramos						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad	
Leche	250	Gramos	\$ 400	\$ 1.600	Litro	
Cultivo Láctico	0,25	Gramos	\$ 400	\$ 200.000	150gramos	
Mermelada De Fresa	15	Gramos	\$ 105	\$3500 Fresas	Libra	
Azúcar (Blanca, Morena, Light)	8	Gramos	\$ 52	\$ 2.850	Libra	
Maquinaria Y Equipo						
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos	
Estufa	Pasteurizar Leche	30 Minutos	\$ 718,76	\$ 259	\$ 760.000,00	
Batidora	Batir Los Trozos De Fruta, Azúcar Y Mermelada	2 Minutos	\$ 718,76	\$ 86	\$ 551.000,00	

Refrigerador	Refrigerar El Producto Para Preparar	6 Horas	\$ 718,76	\$ 517,51	\$ 3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda	30 minutos	\$ 2.361,30	\$ 71	
Suministros					
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor De Materiales Requeridos
Cacerola Para Leche	1	Unidad	Calentar La Leche Hasta Que Pasteurice Para Que La Leche Cuaje	Hasta Que Cuaje	\$ 40.000,00
Cuchara De Madera	1	Unidad	Rebullir El Producto. Para Servir El Producto	Hasta Que El Producto Se Empaque	\$ 11.000,00

Envase	1	Unidad	Para Empacar Y Exhibir El Producto	Máximo Un Mes, Pero Debe Permanecer En Refrigerador, Para Que No Se Agrie.	\$ 300
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad		Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Lácteos	1	Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración Del Yogurt	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$350 * Producto

Nota. Autoría propia

Tabla 23*Necesidades y Requerimiento Yogurt 1000ml*

Materia Prima Yogurt De Fresa 1000ml					
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad
Leche	1000	MI	\$ 1.600	\$ 1.600	Litro
Cultivo Láctico	1	Gramo	\$ 1.333	\$ 200.000	150 Gramos
Mermelada De Fresa	50	Gramos	\$ 350	\$7000 Fresas	Kilo
Azúcar (Blanca, Morena, Light)	32	Gramos	\$ 182	\$ 2.850	Libra
Maquinaria Y Equipo					
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos
Estufa	Pasteurizar Leche	40 Minutos	\$ 718,76	\$ 345	\$ 760.000,00
Batidora	Batir Los Trozos De Fruta, Azúcar Y Mermelada	5 Minutos	\$ 718,76	\$ 43	\$ 551.000,00
Refrigerador	Refrigerar El Producto Para Preparar	8 Horas	\$ 718,76	\$ 690	\$ 3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	

Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda		40 Minutos	\$ 2.361,30	\$ 94
Suministros					
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor De Materiales Requeridos
Cacerola Para Leche	1	Unidad	Calentar La Leche Hasta Que Pasteurice Para Que La Leche Cuaje	Hasta Que Cuaje	\$ 40.000,00
Cuchara De Madera	1	Unidad	Rebullir El Producto. Para Servir El Producto	Hasta Que El Producto Se Empaque	\$ 11.000,00

Envase	1	Unidad	Para Empacar Y Exhibir El Producto	Máximo Un Mes, Pero Debe Permanecer En Refrigerador, Para Que No Se Agrie.	\$ 1.200
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad		Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Lácteos	1	Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración Del Yogurt	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$1400 * Producto

Nota. Autoría Propia

Tabla 24*Necesidades y Requerimientos Yogurt 2000ml*

Materia Prima Yogurt De Fresa 2000ml					
Insumos	Cantidad	Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad
Leche	2000	MI	\$ 3.200	\$ 1.600	Litro
Cultivo Láctico	2	Gramos	\$ 2.667	\$ 200.000	150gramos
Mermelada De Fresa	100	Gramos	\$ 700	\$7000 Fresas	Kilo
Azúcar (Blanca, Morena, Light)	64	Gramos	\$ 365	\$ 2.850	Libra
Maquinaria Y Equipo					
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos
Estufa	Pasteurizar Leche	40 Minutos	\$ 718,76	\$ 58	\$ 760.000,00
Batidora	Batir Los Trozos De Fruta, Azúcar Y Mermelada	5 Minutos	\$ 718,76	\$ 43	\$ 551.000,00

Refrigerador	Refrigerar El Producto Para Preparar		8 Horas	\$ 718,76	\$ 690	\$ 3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza		Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda		40 Minutos	\$ 2.361,30	\$ 94	
Suministros						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor De Materiales Requeridos	
Cacerola Para Leche	1	Unidad	Calentar La Leche Hasta Que Pasteurice Para Que La Leche Cuaje	Hasta Que Cuaje	\$ 40.000,00	
Cuchara De Madera	1	Unidad	Rebullir El Producto. Para Servir El Producto	Hasta Que El Producto Se Empaque	\$ 11.000,00	

Envase	1	Unidad	Máximo Un Mes, Pero Debe Permanecer En Refrigerador, Para Que No Se Agrie.	\$	2.200
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad		Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Lácteos	1	Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración Del Yogurt	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$2400 * Producto

Nota. Autoría propia

Tabla 25*Necesidades y Requerimientos de Mermelada 250gr*

Materia Prima Mermelada De 250grs						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad	
Fresa	250	Gramos	\$ 1.250	\$ 3.500	Libra	
Azúcar (Blanca O Stevia)	180	Gramos	\$ 1.026	\$ 2.850	Libra	
Jugo De Limón	0,5	Cucharada	\$ 4	\$ 3.900	Libra	
Maquinaria Y Suministros						
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos	
Cuchillo (1)	Sirve Para Quitar Las Hojas Y Trozar Las Fresas	Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 12.000,00	
Recipiente	Es Para Revolver Las Fresas, El Azúcar Y El Limón Y Así Ponerlas A Cocinar	Aproximadamente 40 Minutos			\$ 30.000,00	

Estufa	Implemento Necesario Para Cocinar La Fruta	Aproximadamente 40 Minutos	\$ 580	\$ 46	\$ 760.000,00
Cuchara De Madera	Para Ir Removiendo Para Que Las Fresas Se Desechen	Tiempo Necesario			\$ 11.000,00
Envase De Cristal	Para Envasar La Mermelada				\$ 2.000,00
Refrigerador	Es Opcional				\$ 3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda	40 Minutos	\$ 718,76	\$ 29	
Agua	Para Lavar Las Frutas	5 Minutos	\$ 2.888	\$ 144	
Mano De Obra					
Perfil	Cantida d	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total	
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Mermelada	1 Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración De La Mermelada	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$400 *	Producto

Tabla 26*Necesidades y Requerimiento Mermelada 370gr*

Materia Prima Mermelada De 370grs						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad	
Fresa	370	Gramos	\$ 2.590	\$ 3.500	Libra	
Azúcar (Blanca O Stevia)	300	Gramos	\$ 1.710	\$ 2.850	Libra	
Jugo De Limón	1	Cucharada	\$ 8	\$ 3.900	Libra	
Maquinaria Y Suministros						
Insumos	Operación Que Realiza		Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos
Cuchillo (1)	Sirve Para Quitar Las Hojas Y Trozar Las Fresas		Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 12.000,00
Recipiente	Es Para Revolver Las Fresas, El Azúcar Y El Limón Y Así Ponerlas A Cocinar		Aproximadamente 40 Minutos			\$ 30.000,00
Estufa	Implemento Necesario Para Cocinar La Fruta		Aproximadamente 40 Minutos	\$ 580,25	\$ 46	\$ 760.000,00

Cuchara De Madera	Para Ir Removiendo Para Que Las Fresas Se Desechen	Tiempo Necesario		\$	11.000,00
Envase De Cristal	Para Envasar La Mermelada			\$	2.500,00
Refrigerador	Es Opcional			\$	3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda	40 Minutos	\$ 718,76	\$	29
Agua	Para Lavar Las Frutas	5 Minutos	\$ 2.888	\$	87
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total	
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Mermelada	1 Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración De La Mermelada	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$700 *	Producto

Nota. Autoría propia

Tabla 27*Necesidades y Requerimiento Mermelada 500gr*

Materia Prima Mermelada De 500grs						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad	
Fresa	500	Gramos	\$ 3.500	\$ 3.500	Libra	
Azúcar (Blanca O Stevia)	400	Gramos	\$ 2.280	\$ 2.850	Libra	
Jugo De Limón	1,4	Cucharadas	\$ 10,9	\$ 3.900	Libra	
Maquinaria Y Suministros						
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos	
Cuchillo (1)	Sirve Para Quitar Las Hojas Y Trozar Las Fresas	Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 12.000,00	
Recipiente	Es Para Revolver Las Fresas, El Azúcar Y El Limón Y Así Ponerlas A Cocinar	Aproximadamente 40 Minutos			\$ 30.000,00	

Estufa	Implemento Necesario Para Cocinar La Fruta	Aproximadament e 40 Minutos	\$ 580,25	\$ 46	\$ 760.000,00
Cuchara De Madera	Para Ir Removiendo Para Que Las Fresas Se Desechen	Tiempo Necesario			\$ 11.000,00
Envase De Cristal	Para Envasar La Mermelada				\$ 3.000,00
Refrigerador	Es Opcional				\$ 3.500.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda	40 Minutos	\$ 718,76	\$ 29	
Agua	Para Lavar Las Frutas	5 Minutos	\$ 2.888	\$ 144	
MANO DE OBRA					
Perfil	Cantida d	Operación Que Realiza	Tiempo Determinad o	Valor Total	
Persona Con Conocimiento En La Elaboración De Mermelada	1 Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración	Tiempo Necesario Para La Elaboración	\$1000 * Producto	

De La Del
Mermelada Producto

Nota. Autoría propia

Tabla 28

Necesidades y Requerimiento Tartaletas Personales

Materia Prima Tartaletas Personales (8 Unidades)

Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad
Para Hacer Galleta Base					
Harina	250	Gramos	\$ 1.250	\$ 2.500	Libra
Mantequilla	100	Gramos	\$ 2.000	\$ 10.000	Libra
Huevo	1	Unidades	\$ 533	\$ 16.000	Cubeta
Azúcar Pulverizada	200	Gramos	\$ 2.600	\$ 6.500	Libra
Para La Crema Pastelera (Relleno)					
Leche	350	MI	\$ 560	\$ 1.600	Litro
Huevos	3	Unidades	\$ 1.600	\$ 16.000	Cubeta
Azúcar	120	Gramos	\$ 684	\$ 2.850	Libra
Maizena	30,0	Gramos	\$ 762	\$ 9.650	380 Gramos
Esencia De Vainilla	0,5	Cucharada	\$ 14	\$ 4.500	165ml
Glass De Fresa	6	Gramos	\$ 78	\$ 13.000	1 Kilo

Trozos De Fresa	250	Gramos	\$	1.750	\$	3.500	Libra
Maquinaria Y Suministros							
Insumos		Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos	
Recipiente		Sirve Para Revolver Todos Los Ingredientes Para La Crema Pastelera. Calentar La Leche Colocar A Enfriar La Crema Pastelera	Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 300.000,00	
Cuchara De Madera		Para Ir Removiendo Los Ingredientes	Tiempo Necesario			\$ 15.000,00	
Estufa		Implemento Necesario Para Calentar La Leche Junto Con La	Hasta Que El Producto Quede Espeso	\$ 580,25	Indefinido	\$ 760.000,00	

	Crema Homogénea				
Nevera	Para Que Enfríe Adecuadamente La Crema	Tiempo Empleado En Esta Actividad	\$ 580,25	Indefinido	\$ 2.000.000,00
Horno	Implemento Esencial Para Hornear Las Tartaletas	15 Minutos A 180°	\$ 580,25	\$ 209	\$ 4.750.000,00
Molde Para Tartaletas	Es El Implemento Que Se Necesita Para Aplicar La Masa Y Que De Forma A Nuestra Tartaleta	Indefinido			\$ 10.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	
Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda	Tiempo Empleado Para La Elaboración Del Producto	\$ 718,76	Indefinido	

Agua		Para Lavar Las Frutas	5 Minutos	\$ 2.888	\$ 144
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad		Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total
Persona Con Experiencia En Repostería Y Panadería	1	Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración De Repostería	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$700 * Producto

Nota. Autoría propia Deisy García

Tabla 29

Necesidades y Requerimiento Tartaleta Familiar

Materia Prima Tartaletas Molde 3/4 Familiar

Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad
Para Hacer Galleta Base					
Harina	1	Kilo	\$ 5,000	\$ 2.500	Libra
Mantequilla	500	Gramos	\$ 10.000	\$ 10.000	Libra

Huevo	4	Unidades	\$	533	\$	16.000	Cubeta
Azúcar Pulverizada	500	Gramos	\$	6.500	\$	6.500	Libra
Para La Crema Pastelera (Relleno)							
Leche	500	MI	\$	800	\$	1.600	Litro
Huevos	3	Unidades	\$	1.600	\$	16.000	Cubeta
Azúcar	180	Gramos	\$	1.026	\$	2.850	Libra
Maizena	45,0	Gramos	\$	1.143	\$	9.650	380 Gramos
Esencia De Vainilla	2,5	Cucharada	\$	2,5	\$	4.500	165ml
Glass De Fresa	12	Gramos	\$	400	\$	13.000	1 Kilo
Trozos De Fresa	500	Gramos	\$	3.500	\$	3.500	Libra

Maquinaria Y Suministros

Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos
Recipiente	Sirve Para Revolver Todos Los Ingredientes Para La Crema Pastelera. Calentar La Leche	Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 300.000,00

	Colocar A Enfriar La Crema Pastelera					
Cuchara De Madera	Para Ir Removiendo Los Ingredientes	Tiempo Necesario				\$ 15.000,00
Estufa	Implemento Necesario Para Calentar La Leche Junto Con La Crema Homogénea	Hasta Que El Producto Quede Espeso	\$ 580,25	Indefinido		\$ 760.000,00
Nevera	Para Que Enfríe Adecuadamente La Crema	Tiempo Empleado En Esta Actividad				\$ 2.000.000,00
Horno	Implemento Esencial Para Hornear Las Tartaletas	15 Minutos A 180°	\$ 580,25	\$ 209		\$ 4.750.000,00
Molde Para Tartaletas	Es El Implemento Que Se Necesita Para Aplicar La Masa Y Que De Forma A Nuestra Tartaleta	Indefinido				\$ 18.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo		

Gas	Suministro Necesario Para Que La Estufa Prenda	Tiempo Empleado Para La Elaboración Del Producto	\$ 718,76	Indefinido
Agua	Para Lavar Las Frutas	5 Minutos	\$ 2.888	\$ 144
Mano De Obra				
Perfil	Cantid ad	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total
Persona Con Experiencia En Repostería Y Panadería	1 Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración De La Repostería	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$1.800 * Producto

Nota. Autoría propia Deisy García

Tabla 30*Necesidades y Requerimiento Batido*

Materia Prima Batidos						
Insumos	Unidad	Cantidad/Unidad Del Producto	Valor Unitario	Valor Total Del Producto	Cantidad	
Fresa	400	Gramos	\$ 2.800	\$ 3.500	Libra	
Leche	500	MI	\$ 800	\$ 1.600	Litro	
Azúcar (Blanca O Stevia)	100	Gramos	\$ 570	\$ 2.850	Libra	
Hielo Y Helado	1	Taza	\$ 215			
Maquinaria Y Suministros						
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *M3	Consumo	Valor De Materiales Requeridos	
Agua	Lavar Todas Las Fresas Y Para El Desarrollo Del Producto	3 Minutos	\$ 2.888	\$ 8,66		

Cuchillo (1)	Sirve Para Quitar Las Hojas Y Trozar Las Fresas	Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 12.000,00
Recipiente	Colocar Agua, Las Fresas Y El Azúcar, Para Que Se Endulcen	Tiempo Empleado En Esta Actividad			\$ 300.000,00
Insumos	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor *Kwh Luz	Consumo	Valor De Materiales Requeridos
Batidora	Batir La Fresa Endulzada Junto Con La Leche	30-60 Segundos	\$ 580,25	\$ 35	\$ 551.000,00
Vaso Cristal	Para Envasar El Batido				\$ 12.000,000
Mano De Obra					
Perfil	Cantidad	Operación Que Realiza	Tiempo Determinado	Valor Total	
Bachiller Que Tenga Experiencia En La Elaboración De Bebidas	1 Persona	Persona Encargada De Todo El Proceso De Elaboración De Batidos	Tiempo Necesario Para La Elaboración Del Producto	\$500 *	Producto

Plan de Producción

Plan de producción Yogurt

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tiene pronosticado que la cantidad de producciones del Yogurt van ir aumentando a través del tiempo, como podemos ver en el siguiente pronósticos realizado , donde representamos las producciones en los primeros 7 días que evidenciamos que las cantidades empiezan muy bajas ya que la empresa parte de 0 y no tiene una confiabilidad total de que al producir en grandes cantidades se vaya a vender todos los productos, a pesar de que los productos van a tener una fecha establecida de vencimiento, la empresa no desea que el producto se empiece acumular, sino que tenga la certeza de que al menos de las cantidades producidas tengan salida la mitad de estas; a través de las semanas, se empieza a evidenciar que las cantidades de producción empiezan aumentar, y esto es debido a que las ventas han sido estables; trimestralmente nos muestra que siguen creciendo la producción y esto es favorable, y esto es debido a que a partir del 4 mes se inician alianzas con algunas sectores de las veredas, donde estos empiezan a pedir de a poco producto para ir ensayando como les va en sus establecimientos, como estos empiezan a presentar salidas favorables, la producción sigue creciendo y por último en las producción por los primeros años, se observa que durante estos años las producciones han aumentado favorablemente y siguen creciendo las alianzas en diferentes sectores, lo cual nos lleva a tener un crecimiento como empresa.

Tabla 31*Plan Producción Yogurt*

Plan De Producción Yogurt * 7 Primeros Días							
Criterio	Pronostico En Los Primeros 7 Días						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Yogurt 150gr	10	11	10	9	11	13	15
Yogurt 250gr	10	9	10	8	11	14	16
Yogurt 1000ml	6	5	6	4	7	8	10
Yogurt 2000ml	5	4	5	3	5	6	8
Total, Unidades	31	29	31	24	34	41	49

Nota. Autoría propia

Plan De Producción Yogurt En Semanas									
Criterio	Pronostico En Semanas								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Yogurt 150gr	79	88	103	123	151	189	232	287	
Yogurt 250gr	78	89	105	126	156	197	242	300	
Yogurt 1000ml	46	55	68	84	104	129	162	203	
Yogurt 2000ml	36	44	55	69	74	84	102	129	
Total, Unidades	239	254	274	402	485	525	565	605	

Nota. Autoría propia

Plan De Producción Trimestral

Criterio	Pronostico Trimestral			
	Ene - Mar	Abr -Jun	Jul - Sep.	Oct-Dic
Yogurt 150gr	2111	2561	3021	3506
Yogurt 250gr	2188	2648	3113	3591
Yogurt 1000ml	1449	1759	2079	2419
Yogurt 2000ml	982	1227	1487	1787
Total, Unidades	0	8195	9700	11303

Nota. Autoría propia

Plan De Producción A 5 Años

Criterio	Pronostico En Años				
	1	2	3	4	5
Yogurt 150gr	11199	16848	19248	22348	26148
Yogurt 250gr	11540	16440	18740	21740	25540
Yogurt 1000ml	7706	15468	16584	18084	19934
Yogurt 2000ml	5483	14544	15660	16860	18310
Total, Unidades	35928	63300	70232	79032	89932

Fuente. Autoría propia Deisy García

Plan de Producción Mermelada

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tiene pronosticado que la cantidad de producciones de las tartaletas distribuido en diferentes tamaños van ir aumentando a través del tiempo, como podemos ver en el siguiente pronósticos realizado , donde representamos las producciones en los primeros 7 días que evidenciamos que las cantidades empiezan muy bajas ya

que la empresa parte de 0 y no tiene una confiabilidad total de que al producir en grandes cantidades se vaya a vender todos los productos, a pesar de que los productos van a tener una fecha establecida de vencimiento, la empresa no desea que el producto se empiece acumular, sino que tenga la certeza de que al menos de las cantidades producidas tengan salida la mitad de estas; a través de las semanas, se empieza a evidenciar que las cantidades de producción empiezan aumentar, y esto es debido a que las ventas han sido estables; trimestralmente nos muestra que siguen creciendo la producción y esto es favorable, y esto es debido a que a partir del 4 mes se inician alianzas con algunas sectores de barrios, donde estos empiezan a pedir de a poco producto para ir ensayando como les va en sus establecimientos, como estos empiezan a presentar salidas favorables, la producción sigue creciendo y por último en las producción por los primeros años, se observa que durante estos años las producciones han aumentado favorablemente y siguen creciendo las alianzas en diferentes sectores, lo cual nos lleva a tener un crecimiento como empresa.

Tabla 32

Plan Producción Mermelada

Plan De Producción De Mermelada * 7 Primeros Días							
Criterio	Pronostico En Los Primeros 7 Días						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mermelada 250gramos	6	5	5	6	5	5	6
Mermelada 370 Gramos	6	5	6	6	5	6	6
Mermelada 500 Gramos	4	3	4	5	4	5	5
Total, Unidades	16	13	15	17	14	16	17

Plan De Producción * Semanas								
Criterio	Pronostico En Semanas							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Mermelada 250gramos	38	43	50	58	70	84	90	105
Mermelada 370 Gramos	40	45	51	59	67	76	87	98
Mermelada 500 Gramos	30	34	39	45	51	58	66	75
Total, Unidades	108	122	140	162	188	218	243	278

Nota. Autoría propia. Deisy García

Plan De Producción Trimestral				
Criterio	Pronostico Trimestral			
	Ene – Mar	Abr -Jun	Jul - Sep.	Oct-Dic
Mermelada 250gramos	902	1271	1421	1591
Mermelada 370 Gramos	861	1199	1339	1499
Mermelada 500 Gramos	658	918	1018	1168
Total, Unidades	2421	3388	3778	4258

Nota. Autoría Propia. Deisy García

Plan De Producción A 5 Años					
Criterio	Pronostico En Años				
	1	2	3	4	5
Mermelada 250gramos	5185	9720	10884	11952	13068
Mermelada 370 Gramos	4898	12960	14076	14964	16080
Mermelada 500 Gramos	3762	12576	13692	14808	15924
Total, Unidades	13845	35256	38652	41724	45072

Nota. Autoría Propia.

Plan de Producción Tartaletas

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tiene pronosticado que la cantidad de producciones de las tartaletas van ir aumentando a través del tiempo, como podemos ver en el siguiente pronósticos realizado, donde representamos las producciones en los primeros 7 días que evidenciamos que las cantidades empiezan muy bajas ya que la empresa parte de 0 y no tiene una confiabilidad total de que al producir en grandes cantidades se vaya a vender todos los productos, y como este tipo de producto es muy delicado debido al relleno que lleva pues se puede dañar, se agria y esto puede perjudicar en la salud de los consumidores, entonces la idea ante esto es que en sí, se venda la cantidad que se produce a diario, la empresa no desea que el producto se empiece acumular y mucho menos que toque votar estos alimentos; a través de las semanas, se empieza a evidenciar que las cantidades de producción empiezan aumentar, y esto es debido a que las ventas han sido estables; trimestralmente nos muestra que siguen creciendo la producción y esto es favorable, como estos empiezan a presentar salidas favorables, la producción sigue creciendo y por último en las producción por los primeros años, se observa

que durante estos años las producciones han aumentado favorablemente, lo cual nos lleva a tener un crecimiento como empresa.

Tabla 33

Plan Producción Tartaletas

Plan De Producción Tartaletas * 7 Primeros Días							
Criterio	Pronostico En Los Primeros 7 Días						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Tartaletas Personales	7	6	7	5	8	10	13
Tartaletas Familiares	4	2	3	3	4	5	5
Total, Unidades	11	8	10	8	12	15	18

Nota. Autoría Propia. Deisy García

Plan De Producción * Semanas									
Criterio	Pronostico En Semanas								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Tartaletas Personales	56	64	75	89	109	137	175	225	
Tartaletas Familiares	26	31	38	48	62	79	101	129	
Total, Unidades	82	95	113	137	171	216	276	92	

 Plan De Producción Trimestral

Criterio	Pronostico Trimestral			
	Ene - Mar	Abr -Jun	Jul - Sep.	Oct-Dic
Tartaletas Personales	1576	1886	2211	2543
Tartaletas Familiares	885	1135	1390	1652
Total, Unidades	2461	3021	3601	4195

Nota. Autoría propia. Deisy García

 Plan De Producción A 5 Años

Criterio	Pronostico En Años				
	1	2	3	4	5
Tartaletas Personales	8216	9216	10716	12866	15516
Tartaletas Familiares	5062	5912	7062	8362	10162
Total, Unidades	13278	15128	17778	21228	25678

Nota. Autoría propia Deisy García

Plan de Producción Batidos

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tiene pronosticado que la cantidad de producciones de los batidos van ir aumentando a través del tiempo, como podemos ver en el siguiente pronósticos realizado, donde representamos las producciones en los primeros 7 días que evidenciamos que las cantidades empiezan muy bajas ya que la empresa parte de 0 y no tiene una confiabilidad total de que al producir en grandes cantidades se vaya a vender todos los productos, y como este tipo de producto se prepara para que se consumido en el momento, estos no son de los productos que se puedan sacar a exhibir, entonces la idea ante esto es que los

productos que salen , son solicitados por el cliente; a través de las semanas, se empieza a evidenciar que las cantidades de producción empiezan aumentar, y esto es debido a que las ventas han sido estables; trimestralmente nos muestra que siguen creciendo la producción y esto es favorable, como estos empiezan a presentar salidas favorables, la producción sigue creciendo y por último en las producción por los primeros años, se observa que durante estos años las producciones han aumentado favorablemente, lo cual nos lleva a tener un crecimiento como empresa.

Tabla 34*Plan Producción Batidos*

Plan De Producción Batidos * 7 Primeros Días							
Criterio	Pronostico En Los Primeros 7 Días						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Batido	4	4	5	3	4	7	10
Total, Unidades	4	4	5	3	4	7	10

Nota. Autoría propia.

Plan De Producción * Semanas									
Criterio	Pronostico En Semanas								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Batido	37	42	48	53	60	68	80	94	
TOTAL, UNIDADES	37	42	48	53	60	68	80	94	

Nota. Autoría Propia

 Plan De Producción Trimestral

Criterio	Pronostico Trimestral			
	Ene – Mar	Abr -Jun	Jul - Sep.	Oct-Dic
Batido	792	872	972	1092
Total, Unidades	792	872	972	1092

 Plan De Producción A 5 Años

Criterio	PRONOSTICO EN AÑOS				
	1	2	3	4	5
Batido	3728	4018	4416	4800	5376
Total, Unidades	3728	4018	4416	4800	5376

Nota. Autoría propia

Costos de Producción

Los costos de producción se sacaron de forma general, ya que estos productos se producen por mayor y se distribuyen en diferentes tamaños, y como existen gastos que se pagan en forma general, es decir de cada producto no puede dividir cuanto se va a sacar ejemplo para la luz, para los gastos marketing, entonces para llevar a cabo estos costos se tomaron algunos uno a uno otros en forma general, pero al final se sumaron todos para obtener el valor total.

Tabla 35*Costos Unitarios*

Costos Unitarios										
Costos	Yogu rt 150g r	Yogu rt 250gr	Yogu rt 1000 ml	Yogurt 2000m l	Mermelada2 50gr	Mermelada 370gr	Mermel ada 500gr	Tartaleta Personal	Tartalet a Familia r	Batido
Materiales	\$ 13.000.000									
Insumos	\$ 644	\$ 807	\$ 3.465	\$ 6.932	\$ 2.280	\$ 4.308	\$ 5.791	\$ 1.479	\$ 33.502	\$ 4.180
Mano De Obra	\$ 200	\$ 350	\$ 1.400	\$ 2.400	\$ 400	\$ 700	\$ 1.000	\$ 700	\$ 1.800	\$ 500
Prestaciones Mano De Obra	\$ 2.214.980									
Utilidad Neta	\$ 518	\$ 773	\$ 3.292	\$ 6.156	\$ 1.917	\$ 3.083	\$ 3.462	\$ 1.305	\$ 10.831	\$ 1.992
Aportes Patronales	12%									
Servicios Públicos	\$ 1.800.000									

Empaque	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	200	300	1.200	2.200	2.000	2.500	3.000	1.250	3.000	400
Vehículo De Reparto	\$									
	18.400.000									
Seguros	\$									
	800.000									
Gastos Marketing	\$									
	300.000									
Gastos De Limpieza	\$									
	250.000,00									
Otros Gastos	\$									
Imprevistos	\$									
	600.000,00									
Total	\$									
	37.457.867									

Nota. Autoría propia

Figura 39

Consumo por Unidad de Producto Año 1 Yogurt

PRODUCTO 1. Yogurt 150gr					PRODUCTO 2. Yogurt 250gr				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1
Leche	150	gramos	\$ 240	\$ 3.551.760	Leche	250	gramos	\$ 400	\$ 6.056.000
Cultivo lactico	0,2	gramos	\$ 300	\$ 4.439.700	Cultivo lactico	0,25	gramos	\$ 400	\$ 6.056.000
Mermelada de fresa	10	gramos	\$ 70	\$ 1.035.930	Mermelada de fresa	15	gramos	\$ 105	\$ 1.589.700
Azucar (blanca, morena,light)	6	gramos	\$ 34	\$ 303.166	Azucar (blanca, morena,lig)	8	gramos	\$ 52	\$ 787.280
Envase	Unidad	1	\$ 200	\$ 2.959.800	Envase	Unidad	1	\$ 300	\$ 4.542.000
Mano de obra	Persona	1	\$ 200	\$ 2.959.800	Mano de obra	Persona	1	\$ 350	\$ 5.299.000
Otros gastos		1	\$ 200	\$ 2.959.800	Otros gastos		1	\$ 400	\$ 6.056.000
TOTAL			\$ 1.244	\$ 18.409.956	TOTAL			\$ 2.007	\$ 30.385.980
PRODUCTO 3. Yogurt 1000ml					PRODUCTO 4. Yogurt 2000ml				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1
Leche	1000	ml	\$ 1.600	\$ 16.361.600	Leche	2000	ml	\$ 3.200	\$ 22.921.600
Cultivo lactico	1	gramo	\$ 1.333	\$ 13.631.258	Cultivo lactico	2	gramos	\$ 2.667	\$ 19.103.721
Mermelada de fresa	50	gramos	\$ 350	\$ 3.579.100	Mermelada de fresa	100	gramos	\$ 700	\$ 5.014.100
Azucar (blanca, morena,light)	32	gramos	\$ 182	\$ 1.861.132	Azucar (blanca, morena,ligh)	64	gramos	\$ 365	\$ 2.614.495
Envase	unidad	1	\$ 1.200	\$ 12.271.200	Envase	unidad	1	\$ 2.200	\$ 15.758.600
Mano de obra	persona	1	\$ 1.400	\$ 14.316.400	Mano de obra	persona	1	\$ 2.400	\$ 17.191.200
Otros gastos			\$ 850	\$ 8.692.100	Otros gastos			\$ 1.400	\$ 10.028.200
TOTAL			\$ 6.915	\$ 70.712.790	TOTAL			\$ 12.932	\$ 92.631.916

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 1, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto del yogurt, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 1 por cada producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para ese año en solo ese tamaño de producto. *.Fuente.* Autoría propia

Figura 40*Consumo por Unidad de Producto año 1 Mermelada*

PRODUCTO 5. Mermelada 250 gr					PRODUCTO 6. Mermelada 370gr				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1
Fresa	250	gramos	\$ 1.250	\$ 6.481.250	Fresa	370	gramos	\$ 2.590	\$ 12.685.820
Azucar (blanca o stevia)	180	gramos	\$ 1.026	\$ 5.319.810	Azucar (blanca o stevia)	300	gramos	\$ 1.710	\$ 8.375.580
Jugo de limon	0,5	cocharada	\$ 4	\$ 20.740	Jugo de limon	1	cocharada	\$ 8	\$ 39.184
Envase	Unidad	1	\$ 2.000	\$ 10.370.000	Envase	Unidad	1	\$ 2.500	\$ 12.245.000
Otros gastos			\$ 300	\$ 1.555.500	Otros gastos			\$ 500	\$ 2.449.000
Mano de obra	persona	1	\$ 400	\$ 2.074.000	Mano de obra	persona	1	\$ 700	\$ 3.428.600
			\$ 4.980	\$ 25.821.300				\$ 8.008	\$ 39.223.184
PRODUCTO 7. Mermelada 500gr									
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1					
Fresa	500	gramos	\$ 3.500	\$ 13.167.000					
Azucar (blanca o stevia)	400	gramos	\$ 2.280	\$ 8.577.360					
Jugo de limon	1,4	cocharadas	\$ 10,9	\$ 41.006					
Envase	Unidad	1	\$ 3.000	\$ 11.286.000					
Mano de obra	persona	1	1000	\$ 3.762.000					
Otros gastos			700	\$ 2.633.400					
			\$ 10.491	\$ 39.466.766					

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 1, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto de la mermelada, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 1 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para ese año en solo ese tamaño de producto, a pesar de que la mermelada se produce en grandes cantidades, se distribuyen en diferentes tamaños, y así mismo va a salir en el mercado, por eso vi la necesidad de mostrar producto por producto según su tamaño. *Fuente.*

Autoría propia

Figura 41*Consumo por Unidad de Producto Año 1 Tartaletas*

PRODUCTO 8. Tartaleta pesada					PRODUCTO 9. Tartaleta normal				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumida	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1
Harina	gramos	31	\$ 156	\$ 1.283.750	Harina	kilo	1	\$ 5.000.000	\$ 25.310.000
Mantequilla	gramos	13	\$ 250	\$ 2.054.000	Mantequilla	gramos	500	\$ 10.000	\$ 50.620.000
Huevo	unidades	0	\$ 67	\$ 547.350	Huevo	unidades	4	\$ 533	\$ 2.698.046
Azúcar pulverizada	gramos	15	\$ 325	\$ 2.670.200	Azúcar pulverizada	gramos	500	\$ 6.500	\$ 32.903.000
Leche	ml	44	\$ 70	\$ 575.120	Leche	ml	500	\$ 800	\$ 4.049.600
Huevos	unidades	0,38	\$ 200	\$ 1.643.200	Huevos	unidades	3	\$ 1.600	\$ 8.099.200
Azúcar	gramos	15	\$ 86	\$ 702.468	Azúcar	gramos	180	\$ 1.026	\$ 5.193.612
Maizena	gramos	4	\$ 95	\$ 782.574	Maizena	gramos	45	\$ 1.143	\$ 5.785.866
Esencia de vainilla	cucharada	0,06	\$ 2	\$ 14.378	Esencia de vainilla	cucharada	2,5	\$ 2,5	\$ 12.653
Glass de fresa	gramos	0,8	\$ 10	\$ 80.106	Glass de fresa	gramos	12	\$ 400	\$ 2.024.800
Trozos de fresa	gramos	31	\$ 219	\$ 1.797.250	Trozos de fresa	gramos	500	\$ 3.500	\$ 17.717.000
Molde	Unidad	1	\$ 1.250	\$ 10.270.000	Molde	Unidad	1	\$ 3.000	\$ 15.186.000
Otros gastos			\$ 300	\$ 2.464.800	Otros gastos			\$ 800	\$ 4.049.600
Mano de obra	persona	1	\$ 700	\$ 5.751.200	Mano de obra	persona	1	\$ 1.800	\$ 9.111.600
			\$ 3.729	\$ 30.636.396				\$ 36.104.500	\$ 182.760.979

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 1, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto de la Tartaletas, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 1 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para ese año en solo ese tamaño de producto. *Fuente.* Autoría propia

Figura 42*Consumo por Unidad de Producto Año 1 Batido*

PRODUCTO 10. Batido				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unitario	Vr. Unitario compra año 1	Costo Año 1
Fresa	gramos	400	\$ 2.800	\$ 10.438.400
Leche	ml	500	\$ 800	\$ 2.982.400
Azúcar (blanca o stevia)	gramos	100	\$ 570	\$ 2.124.960
Hielo	taza	1	\$ 10	\$ 37.280
Otros gastos			\$ 300	\$ 1.118.400
Mano de obra	persona	1	\$ 500	\$ 1.864.000
			\$ 4.980	\$ 18.565.440

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 1, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar el batido, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 1 por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para ese año. *Fuente.* Autoría propia

Figura 43*Consumo por Unidad Año 2 Yogurt*

PRODUCTO 1. Yogurt 150 gr				PRODUCTO 2. Yogurt 250 gr			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2
Leche	5,5%	\$ 253	\$ 4.265.914	Leche	5,5%	\$ 422	\$ 6.937.680
Cultivo lactico	5,5%	\$ 317	\$ 5.332.392	Cultivo lactico	5,5%	\$ 422	\$ 6.937.680
Mermelada de fresa	5,5%	\$ 74	\$ 1.244.225	Mermelada de fresa	5,5%	\$ 111	\$ 1.821.141
Azucar (blanca, morena,light)	5,5%	\$ 36	\$ 604.338	Azucar (blanca, morena,light)	5,5%	\$ 55	\$ 901.898
Envase	5,5%	\$ 211	\$ 3.554.928	Envase	5,5%	\$ 317	\$ 5.203.260
Otros gastos	5,5%	\$ 211	\$ 3.554.928	Otros gastos	5,5%	\$ 422	\$ 6.937.680
Mano de obra	5,5%	\$ 211	\$ 3.554.928	Mano de obra	5,5%	\$ 369	\$ 6.070.470
		\$ 1.312,42	\$ 22.111.652			\$ 2.117	\$ 34.809.809
PRODUCTO 3. Yogurt 1000ml				PRODUCTO 4. Yogurt 2000ml			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2
Leche	5,5%	\$ 1.688	\$ 26.109.984	Leche	5,5%	\$ 3.376	\$ 49.100.544
Cultivo lactico	5,5%	\$ 1.406	\$ 21.752.880	Cultivo lactico	5,5%	\$ 2.814	\$ 40.922.235
Mermelada de fresa	5,5%	\$ 369	\$ 5.711.559	Mermelada de fresa	5,5%	\$ 739	\$ 10.740.744
Azucar (blanca, morena,light)	5,5%	\$ 192	\$ 2.970.011	Azucar (blanca, morena,light)	5,5%	\$ 385	\$ 5.600.531
Envase	5,5%	\$ 1.266	\$ 19.582.488	Envase	5,5%	\$ 2.321	\$ 33.756.624
Mano de obra	5,5%	\$ 1.477	\$ 22.846.236	Mano de obra	5,5%	\$ 2.532	\$ 36.825.408
Otros gastos	5,5%	\$ 897	\$ 13.870.929	Otros gastos	5,5%	\$ 1.477	\$ 21.481.488
		\$ 7.295	\$ 112.844.087			\$ 13.643	\$ 198.427.573

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 2, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto del yogurt, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 2 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para el año 2, a pesar de que el yogurt se produce en grandes cantidades, se distribuyen en diferentes tamaños, y así mismo va a salir en el mercado, por eso vi la necesidad de mostrar el costo de consumo por producto según su tamaño. *Fuente.* Autoría propia

Figura 44*Consumo por Unidad de Producto Año 2 Mermelada*

PRODUCTO 5. Mermelada 250gr				PRODUCTO 6. Mermelada 370gr			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2
Fresa	5,5%	\$ 1.319	\$ 12.818.250	Fresa	5,5%	\$ 2.732	\$ 35.412.552
Azucar (blanca o stevia)	5,5%	\$ 1.082	\$ 10.521.220	Azucar (blanca o stevia)	5,5%	\$ 1.804	\$ 23.380.488
Jugo de limon	5,5%	\$ 4	\$ 41.018	Jugo de limon	5,5%	\$ 8	\$ 109.382
Envase	5,5%	\$ 2.110	\$ 20.509.200	Envase	5,5%	\$ 2.638	\$ 34.182.000
Mano de obra	5,5%	\$ 422	\$ 4.101.840	Mano de obra	5,5%	\$ 739	\$ 9.570.960
Otros gastos	5,5%	\$ 317	\$ 3.076.380	Otros gastos	5,5%	\$ 528	\$ 6.836.400
		\$ 5.254	\$ 51.067.908			\$ 8.448	\$ 109.491.782
PRODUCTO 7. Mermelada 500gr							
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2				
Fresa	5,5%	\$ 3.693	\$ 46.436.880				
Azucar (blanca o stevia)	5,5%	\$ 2.405	\$ 30.250.310				
Jugo de limon	5,5%	\$ 11	\$ 144.618				
Envase	5,5%	\$ 3.165	\$ 39.803.040				
Mano de obra	5,5%	1055	\$ 13.267.680				
Otros gastos	5,5%	738,5	\$ 9.287.376				
		\$ 11.068	\$ 139.189.904				

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 2, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto de la mermelada, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 2 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para el año 2, a pesar de que la mermelada se produce en grandes cantidades, se distribuyen en diferentes tamaños, y así mismo va a salir en el mercado, por eso vi la necesidad de mostrar el costo de consumo por producto según su tamaño. *Fuente.* Autoría propia

Figura 45*Consumo por Unidad de Producto Año 2 Tartaletas*

PRODUCTO 9. Tartaletas familiar				PRODUCTO 8. Tartaletas personales			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2
Harina	5,5%	\$ 5.275	\$ 31.185.800	Harina	5,5%	\$ 165	\$ 9.745.769
Mantequilla	5,5%	\$ 10.550	\$ 62.371.600	Mantequilla	5,5%	\$ 264	\$ 15.618.220
Huevo	5,5%	\$ 562	\$ 3.324.406	Huevo	5,5%	\$ 71	\$ 4.185.683
Azucar pulverizada	5,5%	\$ 6.858	\$ 40.541.540	Azucar pulverizada	5,5%	\$ 343	\$ 20.303.686
Leche	5,5%	\$ 844	\$ 4.989.728	Leche	5,5%	\$ 74	\$ 4.373.102
Huevos	5,5%	\$ 1.688	\$ 9.979.456	Huevos	5,5%	\$ 211	\$ 12.494.576
Azucar	5,5%	\$ 1.082	\$ 6.399.326	Azucar	5,5%	\$ 91	\$ 5.372.668
Maizena	5,5%	\$ 1.206	\$ 7.129.074	Maizena	5,5%	\$ 100	\$ 5.934.924
Esencia de vainilla	5,5%	\$ 2,6	\$ 15.593	Esencia de vainilla	5,5%	\$ 2,1	\$ 124.946
Glass de fresa	5,5%	\$ 422	\$ 2.494.864	Glass de fresa	5,5%	\$ 4	\$ 221.671
Molde	5,5%	\$ 3.165	\$ 18.711.480	Molde	5,5%	\$ 1.319	\$ 78.091.100
Trozos de fresa	5,5%	\$ 3.693	\$ 21.830.060	Trozos de fresa	5,5%	\$ 3.693	\$ 218.655.080
Mano de obra	5,5%	\$ 1.899	\$ 11.226.888	Mano de obra	5,5%	\$ 1.899	\$ 112.451.184
Otros gastos	5,5%	\$ 844	\$ 4.989.728	Otros gastos	5,5%	\$ 844	\$ 49.978.304
		\$ 38.090	\$ 225.189.543			\$ 9.078	\$ 537.550.912

Nota En esta parte del consumo por unidad al año 2, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto de las Tartaletas, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 2 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para el año 2. . Fuente. Autoría propia

Figura 46*Consumo por Unidad de Producto Año 2 Batido*

PRODUCTO 10. Batido			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2
Fresa	5,5%	\$ 2.954	\$ 11.869.172
Leche	5,5%	\$ 844	\$ 3.391.192
Azucar (blanca o stevia)	5,5%	\$ 601	\$ 2.416.224
Hielo	5,5%	\$ 11	\$ 42.390
Otros gastos	5,5%	\$ 317	\$ 1.271.697
Mano de obra	5,5%	\$ 528	\$ 2.119.495
			\$ 21.110.170

Nota En esta parte del consumo por unidad al año 2, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar el batido de fresa, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 2 y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el costo para el año 2. Fuente. Autoría propia Deisy García

Figura 47

Consumo por Unidad Año 3 Yogurt

PRODUCTO 1. Yogurt 150gr				PRODUCTO 2. Yogurt 250gr			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3
Leche	6,5%	\$ 269,45	\$ 5.186.277	Leche	6,5%	\$ 449	\$ 8.422.318
Cultivo lactico	6,5%	\$ 337,61	\$ 6.498.221	Cultivo lactico	6,5%	\$ 449	\$ 8.422.318
Memelada de fresa	6,5%	\$ 78,81	\$ 1.516.935	Memelada de fresa	6,5%	\$ 118	\$ 2.215.349
Azucar (blanca, morena,light)	6,5%	\$ 38,34	\$ 737.968	Azucar (blanca, morena,light)	6,5%	\$ 59	\$ 1.097.696
Envase	6,5%	\$ 224,72	\$ 4.325.314	Envase	6,5%	\$ 338	\$ 6.326.718
Mano de obra	6,5%	\$ 224,72	\$ 4.325.314	Mano de obra	6,5%	\$ 449	\$ 8.422.318
Otros gastos	6,5%	\$ 224,72	\$ 4.325.314	Otros gastos	6,5%	\$ 393	\$ 7.364.539
		\$ 1.398,35	\$ 26.915.345			\$ 2.256	\$ 42.271.256
PRODUCTO 3. Yogurt 1000ml				PRODUCTO 4. Yogurt 2000ml			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3
Leche	6,5%	\$ 1.798	\$ 29.813.388	Leche	6,5%	\$ 3.595	\$ 56.304.590
Cultivo lactico	6,5%	\$ 1.497	\$ 24.832.716	Cultivo lactico	6,5%	\$ 2.997	\$ 46.931.611
Memelada de fresa	6,5%	\$ 393	\$ 6.517.263	Memelada de fresa	6,5%	\$ 787	\$ 12.324.968
Azucar (blanca, morena,light)	6,5%	\$ 204	\$ 3.391.096	Azucar (blanca, morena,light)	6,5%	\$ 410	\$ 6.420.992
Envase	6,5%	\$ 1.348	\$ 22.360.041	Envase	6,5%	\$ 2.472	\$ 38.709.406
Mano de obra	6,5%	\$ 1.573	\$ 26.086.715	Mano de obra	6,5%	\$ 2.697	\$ 42.228.443
Otros gastos	6,5%	\$ 955	\$ 15.842.778	Otros gastos	6,5%	\$ 1.573	\$ 24.633.258
		\$ 7.769	\$ 128.843.998			\$ 14.531	\$ 227.553.268

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 3, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto del yogurt, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 3 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para el año 3, a pesar de que el yogurt se produce en grandes cantidades, se distribuyen en diferentes tamaños, y así mismo va a salir en el mercado, por eso vi la necesidad de mostrar el costo de consumo por producto según su tamaño *Fuente.* Autoría propia

Figura 48

Consumo por Unidad de Producto Año 3 Mermelada

PRODUCTO 5. Mermelada 250gr				PRODUCTO 6. Mermelada 370gr			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3
Fresa	6,5%	\$ 1.405	\$ 15.289.136	Fresa	6,5%	\$ 2.910	\$ 40.955.248
Azucar (blanca o stevia)	6,5%	\$ 1.152	\$ 12.541.960	Azucar (blanca o stevia)	6,5%	\$ 1.921	\$ 27.043.656
Jugo de limon	6,5%	\$ 4	\$ 46.366	Jugo de limon	6,5%	\$ 9	\$ 119.928
Envase	6,5%	\$ 2.247	\$ 24.457.981	Envase	6,5%	\$ 2.809	\$ 39.546.100
Mano de obra	6,5%	\$ 449	\$ 4.891.596	Mano de obra	6,5%	\$ 787	\$ 11.078.305
Otros gastos	6,5%	\$ 338	\$ 3.674.493	Otros gastos	6,5%	\$ 562	\$ 7.915.216
		\$ 5.596	\$ 60.901.531			\$ 8.998	\$ 126.658.452
PRODUCTO 7. Mermelada 500gr							
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3				
Fresa	6,5%	\$ 3.933	\$ 53.851.252				
Azucar (blanca o stevia)	6,5%	\$ 2.561	\$ 35.069.662				
Jugo de limon	6,5%	\$ 12	\$ 160.402				
Envase	6,5%	\$ 3.371	\$ 46.151.967				
Mano de obra	6,5%	1124	\$ 15.383.989				
Otros gastos	6,5%	787	\$ 10.768.792				
		\$ 11.787	\$ 161.386.064				

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 3, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto de la mermelada, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 3 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor invertido para el año 3, a pesar de que la mermelada se produce en grandes cantidades, se distribuyen en diferentes tamaños, y así mismo va a salir en mercado, por eso vi la necesidad de mostrar el costo de consumo por producto según su tamaño. *Fuente.* Autoría propia

Figura 49*Consumo por Unidad de Producto Año 3 Tartaletas*

PRODUCTO 8. Tartaleta personal				PRODUCTO 9. Tartaleta Familiar			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3	MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3
Harina	6,5%	\$ 176	\$ 1.883.069	Harina	6,5%	\$ 5.618	\$ 39.673.433
Mantequilla	6,5%	\$ 281	\$ 3.012.911	Mantequilla	6,5%	\$ 11.193	\$ 79.046.025
Huevo	6,5%	\$ 76	\$ 810.290	Huevo	6,5%	\$ 599	\$ 4.226.819
Azucar pulverizada	6,5%	\$ 365	\$ 3.914.501	Azucar pulverizada	6,5%	\$ 7.300	\$ 51.549.140
Leche	6,5%	\$ 79	\$ 844.528	Leche	6,5%	\$ 899	\$ 6.347.749
Huevos	6,5%	\$ 225	\$ 2.408.046	Huevos	6,5%	\$ 1.798	\$ 12.695.499
Azucar	6,5%	\$ 97	\$ 1.038.541	Azucar	6,5%	\$ 1.152	\$ 8.137.754
Maizena	6,5%	\$ 107	\$ 1.141.254	Maizena	6,5%	\$ 1.284	\$ 9.070.362
Esencia de vainilla	6,5%	\$ 2,2	\$ 23.966	Esencia de vainilla	6,5%	\$ 2,8	\$ 19.555
Glass de fresa	6,5%	\$ 4	\$ 45.650	Glass de fresa	6,5%	\$ 449	\$ 3.173.875
Molde	6,5%	\$ 1.405	\$ 15.053.140	Molde	6,5%	\$ 3.371	\$ 23.804.060
Trozos de fresa	6,5%	\$ 3.933	\$ 42.146.510	Trozos de fresa	6,5%	\$ 3.933	\$ 27.775.164
Mano de obra	6,5%	\$ 2.022	\$ 21.672.413	Mano de obra	6,5%	\$ 2.022	\$ 14.282.436
Otros gastos	6,5%	\$ 899	\$ 9.632.184	Otros gastos	6,5%	\$ 899	\$ 6.347.749
		\$ 9.670	\$ 103.627.004			\$ 40.520	\$ 286.149.620

Nota En esta parte del consumo por unidad al año 3, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar cada producto de las tartaletas, según su tamaño, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 3 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor costo para el año 3. *Fuente.* Autoría propia

Figura 50*Consumo por Unidad de Producto Año 3 Batido*

PRODUCTO 10. Batido			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Costo Año 3
Fresa	6,5%	\$ 3.146	\$ 13.892.780
Leche	6,5%	\$ 899	\$ 3.969.366
Azucar (blanca o stevia)	6,5%	\$ 640	\$ 2.828.173
Hielo	6,5%	\$ 11	\$ 49.617
Otros gastos	6,5%	\$ 337	\$ 1.488.512
Mano de obra	6,5%	\$ 562	\$ 2.480.854
		\$ 5.595	\$ 24.709.302

Nota. En esta parte del consumo por unidad al año 3, se identifica las materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto del batido de fresa, entonces para llevar a cabo esto se tomó el valor unitario compra año 3 por cada tamaño de producto y este valor se multiplico por la cantidad de productos de consumo en ese año y así de esta manera se idéntica el valor de costo para el año 3. *Fuente.* Autoría propia

Tabla 36*Capacidad Mano de Obra*

Capacidad Mano De Obra (Unidad/Hombre/Turno)	Rendimient o Unidades /Día	Requerimiento De Personal (Contrato Laboral)	
		Especializado	Auxiliar
Yogurt 150ml	540	\$ 7.200.000,00	\$ 4.800.000,00
Mermelada 250gramos	540	\$ 7.200.000,00	\$ 4.800.000,00
Tartaletas Personales	1080	\$ 3.600.000,00	\$ 2.400.000,00
Batidos	2160	\$ 3.600.000,00	\$ 2.400.000,00
Salario Anual Contrato Laboral		\$ 21.600.000,00	\$ 14.400.000,00

Nota. Autoría propia

Tabla 37*Costo Mano de Obra por Unidad*

Costo Por Unidad (Salario Integral Anual/ Unidades Producción Año)	COSTO POR		
	Especializado	Auxiliar	UNIDAD
Yogurt 150ml	\$ 1.300	\$ 2.708,90	\$ 2.000
Yogurt 250ml	\$ 1.182	\$ 3.140	\$ 3.000
Yogurt 1000ml	\$ 1.857	\$ 4.030	\$ 11.520
Yogurt 2000ml	\$ 2.600	\$ 6.010	\$ 21.500
Mermelada 250gramos	\$ 4.333	\$ 5.950	\$ 7.400
Mermelada 370 Gramos	\$ 3.714	\$ 9.299	\$ 11.900
Mermelada 500 Gramos	\$ 6.500	\$ 7.378	\$ 15.000
Tartaletas Personales	\$ 2.600	\$ 4.042	\$ 5.000
Tartaletas Familiares	\$ 4.333	\$ 6.305	\$ 47.000
Batidos	\$ 6.500	\$ 7.523	\$ 7.000

Nota. Autoría propia

Infraestructura

Para hallar la suma de la infraestructura de la empresa lo que hacemos es que realizamos como un inventario donde tenemos en cuenta de que se requiere para iniciar con nuestro proyecto, en este caso tuvimos en cuenta lo siguiente: el arrendamiento, el equipo humano, los equipos y el software, los materiales y suministros, los implementos, los implementos de comercialización, los muebles y los enseres, y el vehículo de distribución, todo esto lo tenemos en cuenta por la cantidades que se requieren y el valor para cada uno, al final lo que hacemos es que sumamos todas estas cantidades y nos arroja el costo de inversión para iniciar con el proyecto de los derivados de la fresa en Villapinzón.

Tabla 38*Costo de Inversión*

Recurso	Cantidad	Descripción	Presupuesto
Arrendamiento			
Local	1	Es el espacio donde se ofrecerán los productos de los derivados de fresa (yogurt, mermelada, tartaletas, batido)	\$ 1.200.000
Equipo Humano			
Administrador	1	Es la persona encargada de llevar una planeación, organización, control y dirección, para cumplir las metas y objetivos de la empresa.	\$ 2.000.000
Contador	1	Es la persona encargada de llevar el control financiero y comercial de la empresa.	\$ 3.000.000
Empleados Productores	2	Son las personas encargadas de crear los productos.	\$ 3.600.000
Empleados De Servicio Al Cliente	2	Son las personas encargadas de atender agradablemente a los clientes.	\$ 2.000.000
Distribuidores	2	Es la persona encargada de distribuir los productos a los diferentes clientes.	\$ 2.000.000
Equipos Y Software			

Caja Registradora	1	Es un aparato que nos permite llevar un registro del dinero.	
			\$ 2.800.000,00
Computador	1	Es un implemento necesario para llevar a cabo los controles de la empresa.	
Cámaras De Vigilancia	4	Es un sistema de seguridad que nos permite tener una alerta ante posibles robos u infracciones por parte de los empleados.	\$ 1.500.000
Materiales Y Suministros			
Licuadoras	3	Son elementos necesarios para la preparación de los diferentes productos.	\$ 350.000
Batidoras	2	Elemento para moler la fruta y poder crear el producto necesario.	\$ 551.000
Horno	1	Elemento para la elaboración de las tartaletas de fresa	\$ 4.750.000
Mesas De Trabajo	2	Son instrumentos para amasar y para colocar los productos.	\$ 1.500.000
Gramera	2	Es un instrumento que nos permite pesar las cantidades de los ingredientes	\$ 250.000
Estufa Industrial	1	Es un instrumento para hervir los ingredientes para la elaboración de algunos productos	\$ 760.000
Implementos			

Cuchillos	3	Son instrumentos que nos ayudan para partir o abrir los productos	\$ 36.000,00
Recipientes Plásticos	∞	Son instrumentos para servir y distribuir el producto	\$ 300.000
Cacerolas	5	Son implementos necesarios para hervir la fruta	\$ 400.000
Cucharas En Madera	4	Implementos para revolver la fruta	\$ 60.000
Embudos	3	Son implemento para introducir el producto a los recipientes	\$ 11.000
Toallas De Cocina	∞	Son implementos que nos ayudan a secar el recipiente.	\$ 15.000
Frascos	∞	Implementos necesarios para exponer el fruto en este caso la mermelada, yogurt.	\$ 600.000
Moldes De Silicona	∞	Es un implemento que nos permite colocar el producto a enfriar.	\$ 70.000
Nevera	1	Implemento necesario para guardar los productos delicados.	\$ 2.000.000
Implementos De Comercialización			
Vitrina Refrigeradora	1	Es un implemento necesario para exponer el yogurt y la mermelada.	\$ 3.500.000
Vitrina	1	Es un implemento necesario para exponer el producto en este caso las tartaletas.	\$ 600.000

Publicidad	∞	Nos permite promocionar el producto ya sea por medio de redes sociales, páginas web, afiches u anuncios en radios o tv.	\$ 250.000
Muebles Y Enseres			
Mesas	6	Es un mueble que permite colocar los productos encima para que el cliente pueda consumir tranquilamente.	\$ 1.500.000
Sillas	12	Es un mueble que da el espacio para que los clientes tengan donde sentarse para dar la atención apropiada	
Vehículos De Distribución			
Vehículo De Reparto	1	Es el medio de transporte el cual se distribuirá los productos a las diferentes alianzas (supermercados, tiendas etc.)	\$ 18.400.000
Estos implementos serán adquiridos por medio de un crédito bancario.			
Total			\$ 54.003.000,00

Nota. Aunque suma un total de \$54.003.000,00, se tiene en cuenta que se solicitara al banco Agrario un crédito de libre inversión de \$40.000.000 por 7 años el resto de dinero que hace falta para completar la cantidad requerida, lo pondré con mis recursos propios. *Fuente:* Autoría propia

Modulo Organizacional

Estrategia Organizacional

Tabla 39

Análisis DOFA

Debilidades	Fortalezas
Organización nueva en el mercado	Productos nuevos en el mercado
Que exista poco salida de producto	Apoyo al producto del campo
Que existan problemas con los equipos	Productos de alta calidad
Que haya poco personal	Personal capacitado
Oportunidades	Amenazas
Única empresa que ofrece productos naturales	Cambio de clima afectación materia prima(fresa)
Posibilidad de tener un crecimiento	Daño de carreteras, retrasos en las entregas
Precios bajos	Entrada de nuevos competidores
Nuevos canales de venta	Precio del arrendamiento

Nota. Autoría propia

Tabla 40*Análisis FODA*

	Fortalezas	Debilidades
Matriz DOFA	Productos nuevos en el mercado	Organización nueva en el mercado
	Apoyo al producto del campo	Que exista poco salida de producto
	Productos de alta calidad	Que existan problemas con los equipos
	Personal capacitado	Que haya poco personal
Oportunidades	Estrategias Fo	Estrategias Do
Única empresa que ofrece productos naturales	Ser una empresa líder de productos naturales en el municipio y sus alrededores.	atracción por parte de los diferentes clientes
Posibilidad de tener un crecimiento	Por medio del crecimiento se puede generar más apoyo con la adquisición de la materia prima	Al tener crecimiento, existe más salida de producto
Precios bajos	Al existir calidad y bajos precios más adquisición de los productos	Productos llamativos por su precio se obtiene recurso por si toca cambiar algún equipo
Nuevos canales de venta	Al existir un buen ambiente laboral y buena salida de producto generamos un crecimiento	Al existir más canales de venta, se necesita más personal
Amenazas	Estrategias Fa	Estrategias Da

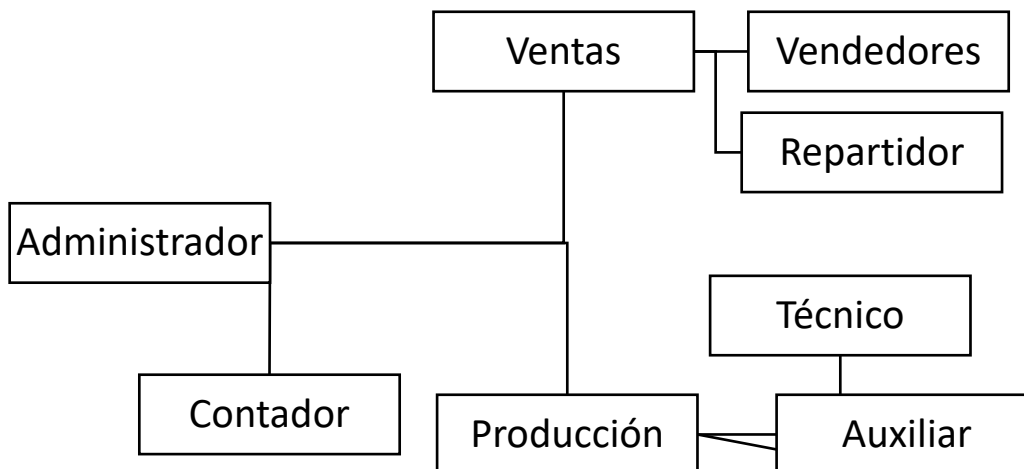
Cambio de clima afectación materia prima(fresa)	Tener siempre un segundo proveedor para no incumplir con la producción	
Daño de carreteras, retrasos en las entregas	Al abastecer diferentes lugares se puede solicitar el arreglo de las carreteras	Siendo una empresa nueva en el mercado, con productos de alta calidad, con el mejor servicio y los mejores precios, se puede evitar que llegue al mercado una competencia con productos similares.
Entrada de nuevos competidores	Seguir implementando la calidad del producto para no permitir que haya competencia	
Precio del arrendamiento	atracción de clientes y poca posibilidad de tener el pago del arriendo	

Nota. Autoría propia

Estructura Organizacional

Figura 51

Organigrama de Organización



Nota. Autoría propia

Aspectos Legales

Tipo de Empresa

La sociedad por acciones simplificadas está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

La empresa las delicias de fruta de mi Campo escogió este modelo porque se puede iniciar con un presupuesto bajo, no necesita en un principio de revisor fiscal, no requiere de establecer una duración determinada, el trámite de liquidación es más ágil, no se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

Clasificación CIU

Código Industrial Internacional Uniforme es la clasificación internacional de todas las actividades económicas que puede desarrollar una empresa, para este caso.

1089 elaboración de otros productos alimenticios n.c.p

Documentos para Formalizar la Empresa

Consultar nombre de la empresa en el RUES, esto se lleva a cabo para verificar que no exista otra empresa con el mismo nombre.(Que, en este caso al consultar, podemos verificar que no existe)

Reunir la Documentación. En este caso se requiere de un documento privado o escritura pública, el cual es el estatuto donde se define la estructura de la organización, PRE RUT, este es un formulario que se debe diligenciar en la página web de la DIAN, seleccionando la opción inscripción del RUT Y luego Cámara de Comercio, fotocopia de la cedula del representante legal, formulario único empresarial, este se adquiere en la cámara de comercio del domicilio donde se va a constituir la sociedad, diligenciando todos los datos de la empresa.

Inscripción en la Cámara de Comercio. Luego de tener la documentación requerida nos debemos acercar a la Cámara de comercio y realizar el registro.

Las sociedades que se constituyan se deben matricular en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar acordado como domicilio social y el acto de la creación se debe inscribir en el Registro mercantil correspondiente.

Tramitar el RUT Definitivo. Nos debemos acercar a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo, para esto se requiere de la cedula del representante legal con su respectiva copia y la versión previa del registro mercantil.

Tramitar el registro mercantil definitivo

Luego de tener el RUT se puede terminar el registro en la Cámara de comercio y así ya actualizar el NIT de la sociedad, donde al completar este proceso se puede requerir de la copia de la matrícula mercantil.

Ya teniendo la documentación necesaria nos debemos acercar a una identidad financiera y crear una cuenta a nombre de la empresa, dependiendo de cada política en los diferentes bancos solicitaran una serie de documentación de la empresa.

Le entregarán una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta.

Resolución de Facturación y Firma Digital. Para solicitar esta resolución se debe diligenciar un formulario que se puede descargar en la Página de la DIAN, llevar la cedula del representante legal en copia y original y el registro mercantil definitivo, donde se recomienda solicitar la firma digital y así tener ya todo listo.

Tabla 41*Estructura Organizacional*

Cargo	Funciones	Perfil
Administrador	Organizar, dirigir, controlar los recursos humanos y físicos de la empresa las delicias de fruta de mi Campo. Asegurar el cumplimiento de calidad e higiene tanto del servicio como de la producción.	Persona que tenga conocimiento en liderazgo, creatividad, buena comunicación, con disposición de trabajar en equipo.
Contador	Revisar los libros contables Analizar las ganancias y los gastos. Elaborar el balance de los libros financieros. Redactar informes sobre el estado financiero de sus clientes.	Persona con experiencia en los registros contables y que se desarrolle en muchos ámbitos de los negocios, proactivo, responsable, amable, discreto y que tenga la capacidad de interrelacionarse.
Técnico En La Producción De Derivados	Producir y empacar cada uno de los productos adecuadamente.	Persona responsable, dedica, amable y que tenga conocimiento en la producción de los derivados.
Auxiliar	Ser el apoyo del técnico en todos los procesos para la producción	Persona responsable, dedicada, que trabaje en equipo, que quiera aprender, que esté

		dispuesto en colaborar en lo que se requiera dentro de las horas laborales.
Vendedores	Son las personas encargadas de atender a los consumidores dentro del establecimiento, brindando el mejor servicio con amabilidad y respeto.	Persona responsable, respetuosa, amable, servicial que esté dispuesta a recibir órdenes y a trabajar en equipo.
Repartidores	Son las personas encargadas de distribuir el producto a las zonas correspondientes, sirviendo siempre con la mejor actitud.	Personas que tengan conocimiento en conducción, responsables, amables, servicial, con disposición de trasladarse a diferentes lugares.

Nota. Autoría propia

Costos Administrativos

Tabla 42

Presupuesto de Nómina Año 1

Cargo	Cantidad	DIAS	Sueldo	Aux Trasporte	Horas Extras	Total, Devengad o	Salud	Deduci ones	Neto Pagado
Técnico									
En La									
Producc	1	30	\$ 1.800.000	\$ 117.172		\$ 1.917.172, 00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,0 0	\$ 1.845.172, 00
ión De									
Derivad									
os									
Auxiliar	1	30	\$ 1.200.000	\$ 117.172		\$ 1.317.172, 00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,0 0	\$ 1.269.172, 00
	1	30	\$ 1.000.000			\$ 1.000.000, 00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,0 0	\$ 960.000,0 0
Vended									
ores	1	30	\$ 1.000.000			\$ 1.000.000, 00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,0 0	\$ 960.000,0 0

			\$	\$	\$	\$	\$	\$
Repartid	1	30	1.000.000	117.172	1.117.172,00	40.000,00	40.000,00	1.077.172,00
ores	1	30	1.000.000	117.172	1.117.172,00	40.000,00	40.000,00	1.077.172,00
Total			7.000.000	468.688	7.468.688			7.188.688,00

Liquidación \$ 7.000.000,00

Seguridad	Prestaciones Sociales		Total, P	Gran Total	Valor Anual
Salud	\$ 595.000,00	Prima \$ 622.142	Segurida \$ 668.080,00	\$ 9.458.657,30	\$ 113.503.887,61
ARL	\$ 73.080,00	Cesantía \$ 622.142	Prestacio nes S \$ 1.321.889,30		

		Intereses de cesantía	\$ 74.687	
		Vacaciones	\$ 2.919	
Total	\$ 668.080,00		\$ 1.321.889,30	\$ 1.989.969,30

Nota. Autoría propia

Tabla 43*Gastos Administrativos*

Gastos Administrativos			
Costo	Vr Mensual	Año 1	
Arriendo	\$ 1.200.000	\$	14.400.000
Gastos De Transporte	\$ 400.000	\$	4.800.000
Servicios Públicos	\$ 2.000.000	\$	24.000.000
Publicidad	\$ 250.000	\$	3.000.000
Asesor Contable	\$ 3.000.000	\$	36.000.000
Gastos De Limpieza	\$ 250.000	\$	3.000.000
Internet Y Teléfono	\$ 150.000	\$	1.800.000
Seguros	\$ 800.000	\$	4.800.000
Cuota Mensual Banco	695.882	\$	8.350.584
Gastos Imprevistos	\$ 600.000	\$	7.200.000
Total	\$ 9.345.882	\$	107.350.584

Nota. Autoría propia

Modulo Finanzas

Tabla 44

Amortización Pago Cuota Fija

Tabla De Amortización Pago A Cuota Fija					
Capital	\$ 40.000.000,00				
Tasa Periódica Mensual	0,96%	Banco Agrario			
Periodos	84	Meses			
Pago					
Periodo	Saldo Inicial	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo Final
1	\$ 40.000.000,00	\$695.882,75	\$ 384.000,00	\$ 311.882,75	\$ 39.688.117,25
2	\$ 39.688.117,25	\$ 695.882,75	\$ 381.005,93	\$ 314.876,82	\$ 39.373.240,43
3	\$ 39.373.240,43	\$ 695.882,75	\$ 377.983,11	\$ 317.899,64	\$ 39.055.340,80
4	\$ 39.055.340,80	\$ 695.882,75	\$ 374.931,27	\$ 320.951,47	\$ 38.734.389,32
5	\$ 38.734.389,32	\$ 695.882,75	\$ 371.850,14	\$ 324.032,61	\$ 38.410.356,72
6	\$ 38.410.356,72	\$ 695.882,75	\$ 368.739,42	\$ 327.143,32	\$ 38.083.213,39
7	\$ 38.083.213,39	\$ 695.882,75	\$ 365.598,85	\$ 330.283,90	\$ 37.752.929,50
8	\$ 37.752.929,50	\$ 695.882,75	\$ 362.428,12	\$ 333.454,62	\$ 37.419.474,88
9	\$ 37.419.474,88	\$ 695.882,75	\$ 359.226,96	\$ 336.655,79	\$ 37.082.819,09
10	\$ 37.082.819,09	\$ 695.882,75	\$ 355.995,06	\$ 339.887,68	\$ 36.742.931,41

11	\$ 36.742.931,41	\$ 695.882,75	\$ 352.732,14	\$ 343.150,60	\$ 36.399.780,80
12	\$ 36.399.780,80	\$ 695.882,75	\$ 349.437,90	\$ 346.444,85	\$ 36.053.335,95
13	\$ 36.053.335,95	\$ 695.882,75	\$ 346.112,03	\$ 349.770,72	\$ 35.703.565,23
14	\$ 35.703.565,23	\$ 695.882,75	\$ 342.754,23	\$ 353.128,52	\$ 35.350.436,71
15	\$ 35.350.436,71	\$ 695.882,75	\$ 339.364,19	\$ 356.518,55	\$ 34.993.918,16
16	\$ 34.993.918,16	\$ 695.882,75	\$ 335.941,61	\$ 359.941,13	\$ 34.633.977,03
17	\$ 34.633.977,03	\$ 695.882,75	\$ 332.486,18	\$ 363.396,57	\$ 34.270.580,46
18	\$ 34.270.580,46	\$ 695.882,75	\$ 328.997,57	\$ 366.885,17	\$ 33.903.695,29
19	\$ 33.903.695,29	\$ 695.882,75	\$ 325.475,47	\$ 370.407,27	\$ 33.533.288,02
20	\$ 33.533.288,02	\$ 695.882,75	\$ 321.919,56	\$ 373.963,18	\$ 33.159.324,84
21	\$ 33.159.324,84	\$ 695.882,75	\$ 318.329,52	\$ 377.553,23	\$ 32.781.771,61
22	\$ 32.781.771,61	\$ 695.882,75	\$ 314.705,01	\$ 381.177,74	\$ 32.400.593,87
23	\$ 32.400.593,87	\$ 695.882,75	\$ 311.045,70	\$ 384.837,04	\$ 32.015.756,83
24	\$ 32.015.756,83	\$ 695.882,75	\$ 307.351,27	\$ 388.531,48	\$ 31.627.225,35
25	\$ 31.627.225,35	\$ 695.882,75	\$ 303.621,36	\$ 392.261,38	\$ 31.234.963,97
26	\$ 31.234.963,97	\$ 695.882,75	\$ 299.855,65	\$ 396.027,09	\$ 30.838.936,88
27	\$ 30.838.936,88	\$ 695.882,75	\$ 296.053,79	\$ 399.828,95	\$ 30.439.107,92
28	\$ 30.439.107,92	\$ 695.882,75	\$ 292.215,44	\$ 403.667,31	\$ 30.035.440,62
29	\$ 30.035.440,62	\$ 695.882,75	\$ 288.340,23	\$ 407.542,52	\$ 29.627.898,10
30	\$ 29.627.898,10	\$ 695.882,75	\$ 284.427,82	\$ 411.454,92	\$ 29.216.443,18
31	\$ 29.216.443,18	\$ 695.882,75	\$ 280.477,85	\$ 415.404,89	\$ 28.801.038,28
32	\$ 28.801.038,28	\$ 695.882,75	\$ 276.489,97	\$ 419.392,78	\$ 28.381.645,51

33	\$ 28.381.645,51	\$ 695.882,75	\$ 272.463,80	\$ 423.418,95	\$ 27.958.226,56
34	\$ 27.958.226,56	\$ 695.882,75	\$ 268.398,97	\$ 427.483,77	\$ 27.530.742,79
35	\$ 27.530.742,79	\$ 695.882,75	\$ 264.295,13	\$ 431.587,61	\$ 27.099.155,17
36	\$ 27.099.155,17	\$ 695.882,75	\$ 260.151,89	\$ 435.730,86	\$ 26.663.424,32
37	\$ 26.663.424,32	\$ 695.882,75	\$ 255.968,87	\$ 439.913,87	\$ 26.223.510,45
38	\$ 26.223.510,45	\$ 695.882,75	\$ 251.745,70	\$ 444.137,05	\$ 25.779.373,40
39	\$ 25.779.373,40	\$ 695.882,75	\$ 247.481,98	\$ 448.400,76	\$ 25.330.972,64
40	\$ 25.330.972,64	\$ 695.882,75	\$ 243.177,34	\$ 452.705,41	\$ 24.878.267,23
41	\$ 24.878.267,23	\$ 695.882,75	\$ 238.831,37	\$ 457.051,38	\$ 24.421.215,85
42	\$ 24.421.215,85	\$ 695.882,75	\$ 234.443,67	\$ 461.439,07	\$ 23.959.776,78
43	\$ 23.959.776,78	\$ 695.882,75	\$ 230.013,86	\$ 465.868,89	\$ 23.493.907,89
44	\$ 23.493.907,89	\$ 695.882,75	\$ 225.541,52	\$ 470.341,23	\$ 23.023.566,66
45	\$ 23.023.566,66	\$ 695.882,75	\$ 221.026,24	\$ 474.856,51	\$ 22.548.710,15
46	\$ 22.548.710,15	\$ 695.882,75	\$ 216.467,62	\$ 479.415,13	\$ 22.069.295,03
47	\$ 22.069.295,03	\$ 695.882,75	\$ 211.865,23	\$ 484.017,51	\$ 21.585.277,51
48	\$ 21.585.277,51	\$ 695.882,75	\$ 207.218,66	\$ 488.664,08	\$ 21.096.613,43
49	\$ 21.096.613,43	\$ 695.882,75	\$ 202.527,49	\$ 493.355,26	\$ 20.603.258,17
50	\$ 20.603.258,17	\$ 695.882,75	\$ 197.791,28	\$ 498.091,47	\$ 20.105.166,71
51	\$ 20.105.166,71	\$ 695.882,75	\$ 193.009,60	\$ 502.873,15	\$ 19.602.293,56
52	\$ 19.602.293,56	\$ 695.882,75	\$ 188.182,02	\$ 507.700,73	\$ 19.094.592,84
53	\$ 19.094.592,84	\$ 695.882,75	\$ 183.308,09	\$ 512.574,65	\$ 18.582.018,18
54	\$ 18.582.018,18	\$ 695.882,75	\$ 178.387,37	\$ 517.495,37	\$ 18.064.522,81

55	\$ 18.064.522,81	\$ 695.882,75	\$ 173.419,42	\$ 522.463,33	\$ 17.542.059,48
56	\$ 17.542.059,48	\$ 695.882,75	\$ 168.403,77	\$ 527.478,97	\$ 17.014.580,51
57	\$ 17.014.580,51	\$ 695.882,75	\$ 163.339,97	\$ 532.542,77	\$ 16.482.037,74
58	\$ 16.482.037,74	\$ 695.882,75	\$ 158.227,56	\$ 537.655,18	\$ 15.944.382,55
59	\$ 15.944.382,55	\$ 695.882,75	\$ 153.066,07	\$ 542.816,67	\$ 15.401.565,88
60	\$ 15.401.565,88	\$ 695.882,75	\$ 147.855,03	\$ 548.027,71	\$ 14.853.538,17
61	\$ 14.853.538,17	\$ 695.882,75	\$ 142.593,97	\$ 553.288,78	\$ 14.300.249,39
62	\$ 14.300.249,39	\$ 695.882,75	\$ 137.282,39	\$ 558.600,35	\$ 13.741.649,04
63	\$ 13.741.649,04	\$ 695.882,75	\$ 131.919,83	\$ 563.962,91	\$ 13.177.686,12
64	\$ 13.177.686,12	\$ 695.882,75	\$ 126.505,79	\$ 569.376,96	\$ 12.608.309,16
65	\$ 12.608.309,16	\$ 695.882,75	\$ 121.039,77	\$ 574.842,98	\$ 12.033.466,19
66	\$ 12.033.466,19	\$ 695.882,75	\$ 115.521,28	\$ 580.361,47	\$ 11.453.104,72
67	\$ 11.453.104,72	\$ 695.882,75	\$ 109.949,81	\$ 585.932,94	\$ 10.867.171,78
68	\$ 10.867.171,78	\$ 695.882,75	\$ 104.324,85	\$ 591.557,90	\$ 10.275.613,88
69	\$ 10.275.613,88	\$ 695.882,75	\$ 98.645,89	\$ 597.236,85	\$ 9.678.377,03
70	\$ 9.678.377,03	\$ 695.882,75	\$ 92.912,42	\$ 602.970,33	\$ 9.075.406,70
71	\$ 9.075.406,70	\$ 695.882,75	\$ 87.123,90	\$ 608.758,84	\$ 8.466.647,86
72	\$ 8.466.647,86	\$ 695.882,75	\$ 81.279,82	\$ 614.602,93	\$ 7.852.044,93
73	\$ 7.852.044,93	\$ 695.882,75	\$ 75.379,63	\$ 620.503,11	\$ 7.231.541,82
74	\$ 7.231.541,82	\$ 695.882,75	\$ 69.422,80	\$ 626.459,94	\$ 6.605.081,88
75	\$ 6.605.081,88	\$ 695.882,75	\$ 63.408,79	\$ 632.473,96	\$ 5.972.607,92
76	\$ 5.972.607,92	\$ 695.882,75	\$ 57.337,04	\$ 638.545,71	\$ 5.334.062,21

77	\$ 5.334.062,21	\$ 695.882,75	\$ 51.207,00	\$ 644.675,75	\$ 4.689.386,46
78	\$ 4.689.386,46	\$ 695.882,75	\$ 45.018,11	\$ 650.864,64	\$ 4.038.521,82
79	\$ 4.038.521,82	\$ 695.882,75	\$ 38.769,81	\$ 657.112,94	\$ 3.381.408,89
80	\$ 3.381.408,89	\$ 695.882,75	\$ 32.461,53	\$ 663.421,22	\$ 2.717.987,67
81	\$ 2.717.987,67	\$ 695.882,75	\$ 26.092,68	\$ 669.790,06	\$ 2.048.197,60
82	\$ 2.048.197,60	\$ 695.882,75	\$ 19.662,70	\$ 676.220,05	\$ 1.371.977,55
83	\$ 1.371.977,55	\$ 695.882,75	\$ 13.170,98	\$ 682.711,76	\$ 689.265,79
84	\$ 689.265,79	\$ 695.882,75	\$ 6.616,95	\$ 689.265,79	-\$ 0,00

Sumatoria

Intereses Primer \$ 4.403.928,90

Año

Nota. En esta la tabla de amortización se identifica el crédito que solicitaremos en este caso son \$40'000.000 a un tiempo de 7 años, este dinero se empleara para nuestra inversión inicial, es decir que con ello se adquirirá parte de los implementos y ayudarnos a cubrir al menos uno(s) de pago de empleados, mientras la empresa empieza a tener reconocimiento; esta cuota se pagara mes a mes con una cuota fija. *Fuente.* Autoría propia

Tabla 45*Inversión Fija*

Inversión Fija			
Equipos Y Software	Cantidad	Valor	Depreciación
Caja Registradora	1	\$ 2.800.000,00	5 AÑOS
Computador	1		
Cámaras De Vigilancia	4	\$ 1.500.000	3 AÑOS
Materiales Y Suministros			
Licadoras	3	\$ 350.000	2 AÑOS
Batidoras	2	\$ 551.000	2 AÑOS
Horno	1	\$ 4.750.000	7AÑOS
Mesas De Trabajo	2	\$ 1.500.000	5 AÑOS
Gramera	2	\$ 250.000	2 AÑOS
Estufa Industrial	1	\$ 760.000	8AÑOS
Nevera	1	\$ 2.000.000	7 AÑOS
Implementos De Comercialización			
Vitrina Refrigeradora	1	\$ 3.500.000	10 AÑOS
Vitrina	1	\$ 600.000	10 AÑOS
Muebles Y Enseres			
Mesas	6	\$ 1.500.000	4 AÑOS
Sillas	12		4 AÑOS
vehículos De Distribución			
Vehículo De Reparto	1	\$ 18.400.000	5 AÑOS

Nota: En esta tabla de Inversión fija se resaltan los equipos y software, los materiales y suministros, los implementos de comercialización, los muebles y enseres y el vehículo de distribución que se requieren para iniciar con nuestra empresa, su depreciación va dependiendo, ya que todos no contarán con el mismo tiempo, además por otro lado este tiempo es una

simulación ya que estos implementos podrían tener una vida útil y un valor de más tiempo o mucho menos tiempo. Fuente. Autoría propia

Impactos

Económico

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tendrá un impacto económico en el municipio de Villapinzón de manera positiva, ya que como no existe otra competencia que ofrezca productos iguales, las ventas serían muy buenas porque las personas no solo de la comunidad sino de afuera anhelaran degustar productos nuevos y diferentes a los que están acostumbrados, además de eso que las personas turísticas y de nuestra comunidad al quedar impactados con los productos, se va a generar un voz a voz lo cual atraería más clientes, dentro y fuera del municipio, y esto podría generar que nos convirtamos en proveedores de muchos más supermercados, tiendas de barrio, cafeterías en los colegios entre otros y esto es un impacto muy positivo porque entre más clientes existan, las cifras de ventas aumentaría logrando así el poder sacar en un tiempo determinado la inversión realizada para la creación de la empresa, además también se tiene la posibilidad de sacar al mercado en un futuro nuevos productos y ya obteniendo las ganancias libres se podría llegar a crear otra sede en otra parte fuera de nuestro municipio de Villapinzón.

Como en esta parte económica existe movimiento de dinero, la idea es obtener un beneficio y no solamente propio, sino también para nuestra comunidad, y con esto se abrirían puertas de empleo no solamente en mi espacio, sino en las diferentes productoras de fresa, lo cual generaría ingresos para mi empresa, para los diferentes productores, para los diferentes empleados en si se creara una ayuda mutua.

Regional

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tendría un impacto de manera positiva en el municipio de Villapinzón, porque empieza a valorar uno de los tantos trabajos por los que se caracteriza Villapinzón y uno de los tantos que ha ido desapareciendo, estando hoy en día en una crisis donde los químicos requeridos están costosos, donde los cambios de temperatura no favorecen ejemplo las heladas o las granizadas que generan pérdidas debido a que su producto no se desarrolla adecuadamente, y sale mucho desperdicio por el tamaño, el color u el grosor, los productores de fresa están tomando la decisión de sembrar menos o en si hasta de retirarse de esta labor, si se hace eso mucha de las personas que laboran en esto, perderían su trabajo, el único sustento, en si su única entrada económica, como la empresa las delicias de fruta de mi Campo sería algo novedoso para Villapinzón, caracterizándose por la producción y comercialización de los derivados de la fresa, requerirá de la materia prima de la fresa, y que mejor que siendo de la fresa producida por nuestras tierras, esto le generaría motivación para sembrar, para cuidar de sus cosechas a nuestros grandes y pequeños productores, porque saben que en su propio pueblo les están brindando la ayuda que requieren, además de eso para nuestro municipio es algo favorable porque estoy generando una economía diferente, generando empleo, generando ingresos para el municipio por medio de los impuestos, el IVA y la cámara de comercio, entonces es algo positivo porque los productores me generan la materia prima y la empresa les ayuda por medio de la compra del producto sin importar el tamaño u el grosor.

Social

La empresa las delicias de fruta de mi Campo tendría un impacto Social positivamente porque por medio de la creación de una nueva empresa de producción y comercialización de los derivados de la fresa, generaría empleo no solo de la parte de la empresa, sino en los grandes

fresales, porque el productor al existir de un tipo de empresa que adquiriera su producto ampliara su zona de cosecha y sembrara en diferentes tiempos y con diferentes cuidados para que la fresa no falte.

De parte de la empresa las delicias de fruta de mi Campo generaría trabajo en la parte de la producción a técnicos o tecnólogos que avale su capacidad en la creación de los productos, pero en las diferentes labores como vendedores, repartidores o los que se vayan requiriendo serían personas de cualquier tipo, sin importar la educación, la edad o si presenta alguna discapacidad, pero ante todo que sean personas de nuestro municipio porque queremos ofrecerles bienestar a las familias de Villapinzón, porque la idea es ayudar a la población y somos una empresa dispuestos a brindar conocimiento a cualquier tipo de persona, es una empresa que abre puertas sin hacer discriminación y de la que pensamos que hay que brindarles oportunidades a las personas, porque si no como adquieren una experiencia, como crecen como personas, para que esto no genere más personas de lo ajeno, porque muchas veces esto ocurre por no dar oportunidades, todo por no tener experiencia, además de eso las condiciones de trabajo que se ofrecen son justas, ofreciendo salarios, vacaciones y descansos cumpliendo con todas las prestaciones sociales y seguridad social.

Ambiental

La empresa las delicias de fruta de mi Campo trabajara para tener un buen impacto ambiental, llevando a cabo una buena recolección y elección según sea la clase de basura, por ejemplo todo lo relacionado con residuos aprovechables, botellas de plástico, cajas, cartón, plástico, lo arrojaremos en la caneca blanca para luego hacérselas llegar al reciclador; todo lo relacionado con restos de comida o desechos agrícola se arrojaran en canecas verdes porque esto nos sirve como comida para los perritos del campo y según el desperdicio como cascaras para

comida para el ganado u para convertirlo en abono orgánico, y por último la caneca negra allí se arrojará todo lo que no es aprovechable y que se debe sacar al carro de basura los días correspondientes, la idea es contribuir con el mejoramiento de la contaminación del medio ambiente, así mismo la Empresa las delicias de fruta de mi Campo quiere adquirir la fresa que se está desaprovechando ya sea por su color, tamaño u grosor, porque al dejar botado en los diferentes potreros se atrae mucho mosco, que le puede causar gripes u alergias a los niños u adultos cercanos, además porque no faltan las personas mal intencionadas que viendo los arrumes que se quedan la pisen, porque en realidad es comida que añoraría muchas personas tener, además si existen posos o quebradas cercas las arrojan allí y no es justo porque es un fruto que se le puede sacar provecho, por eso es la finalidad de este proyecto, para que esto mejore.

Figura 52

Residuos Medio Ambiental



Nota. adaptado de nuevo código de colores para reciclar, Ministerio de Ambiente, 30 de diciembre 2019, (<https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/blanco-negro-y-verde-nuevo-codigo-de-colores-para-reciclar-447228>)

Conclusiones

Con el estudio de mercado realizado en el municipio de Villapinzón nos podemos dar cuenta que este arroja resultados positivos donde la comunidad está de acuerdo con la producción y comercialización de los derivados de la fresa, ya que ven la ayuda mutua que se empieza a vivir desde las tierras campesinas, ven la viabilidad ya que no tendrán que trasladarse a otros municipios para degustar productos naturales sino que ya los encontraran a su alrededor, igualmente que están interesados ya que encontraran productos de diferentes tamaños y de diferentes precios, entonces la comunidad ha estado de acuerdo porque es más factible según el colmo del bolsillo, además de eso por primera vez, ver en el municipio de Villapinzón una empresa productora y comercializadora de derivado de Fresa, beneficia la economía de nuestro municipio ya que esto aparte de generar empleo, atraerá muchos turistas lo cual es conveniente.

De la misma manera se pudo identificar los requerimientos que se requieren para la producción y comercialización de cada uno de los derivados, en este caso se evaluó el lugar, los insumos, la cantidad de insumos, la maquinaria y equipos, los suministros y la mano de obra necesarios para cada uno de los procesos; es decir que administrativamente para la producción y comercialización del producto se requiere personal especializado y con conocimiento en el desarrollo y manejo de los diferentes implementos para que este sea de gran calidad.

Se llevo a cabo la estrategia organizacional donde se hizo el análisis DOFA teniendo en cuenta las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se presentan y para ello se estructuro un organigrama con la organización que tendría la empresa para un buen funcionamiento.

Se analiza que, aunque en un comienzo se requiere de solicitar un préstamo para llevar a cabo este plan de negocios, cuando este llegue a su punto de equilibrio ya empezaría a generar

las ganancias económicas que requeriría la empresa para seguir creciendo; esto favorecería y mejoraría aún más la economía para cada uno de los productores ya que se requerirá de más producción.

Se identifico que los lugares con los que se pueden crear alianzas de comercialización y distribución de estos productos son con supermercados, tiendas de barrio ,tiendas de vereda , cafeterías entre otros; teniendo presente siempre el objetivo de tener un crecimiento y así empezar a distribuir el producto no solo dentro de nuestra región sino fuera de él.

Recomendaciones

Lo importante de este plan de negocios es crecer cada vez más y así mismo pues aprovechar la fresa que tristemente se está desperdiciando, ya que con ella se pierde las vitaminas, minerales, potasio, sodio en si todos los beneficios que este trae, es seguir aprovechando esta fruta lo cual puede llegar a generar la innovación ante nuevos productos de buena y alta calidad, que sean de gran agrado para la comunidad, y así ver la satisfacción que tendrían respecto a este producto, mirando en si las necesidades, las preferencias y la economía de la comunidad.

Además, que, para llegar a tener un crecimiento como empresa, lo importante es crear alianzas, pero no solo alrededor del municipio sino también en los municipios vecinos, las cuales nos lleven a crear sedes en diferentes partes.

Referencias Bibliográficas

- Consumer, E. *Guía Práctica de Frutas*/ Editorial Eroski. Recuperado de <https://frutas.consumer.es/>
- Mannise,R. (2013).*Beneficios de la Fresa para nuestra salud*. Recuperado de <https://www.bodyballet.es/beneficios-de-las-fresas-para-nuestra-salud/>
- L,R.(2015). *Las fresas colombianas se imponen en los diferentes mercados internacionales*/ Editorial Agronegocios. Recuperado de <https://www.agronegocios.co/agricultura/fresa-colombiana-se-impone-en-otros-mercados-2621168>
- Núcleo Ambiental. (2015). *Manual fresa* / Editorial Felipe. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/server/api/core/bitstreams/0b48d772-4858-4a9a-8809-641a22870f6e/content>
- Invima.(2011).*Resolución 333 de 2011*/ Editorial Ministerio de Salud y Protección Social. Recuperado de https://scj.gov.co/sites/default/files/marco-legal/R_MPS_0333_2011.pdf
- Invima.(2013). *Resolución 3929 de 2013*/ Editorial Ministerio de Salud y protección Social. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%203929%20de%202013.pdf
- Ministerio de Salud.(1986).*Resolución Numero 02310 de 1986.*/ Editorial Ministerio de salud. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/OT/Resolucion-2310-de-1986.pdf>
- Lorenzo, L.(2020).*Punto de Equilibrio para Varios Productos*.Recuperado de https://youtu.be/O_JymN4exNE

García, D.(2015). *Flujo de proceso Yogurt*. Recuperado de Tecnico en procesamiento de derivados lacteos. SENA.

Torres, I.S.(2020). IVA canasta familiar 2023 productos y tarifas./Editorial Rankia. Recuperado de <https://www.rankia.co/blog/dian/3939697-iva-canasta-familiar-2021-productos-tarifas>

Apéndices

Apéndice A. Fuente de Investigación Primaria (Encuesta)

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

Análisis de estudio de factibilidad para la producción y comercialización de los derivados de la fresa en el municipio de Villapinzón.

1. Marque con una X la respuesta que considere apropiada.

Género: M_____ F

2. Edad

- Menores de 18 años
- 18 -30 años
- 30-45 años45- 55 años
- 55 años en adelante

3. Lugar de residencia:

- Zona rural
- Zona Urbana

4. ¿Qué nivel de educación tiene?

- Primaria
- Bachillerato
- Técnico o Tecnólogo
- Profesional
- Ninguna de las anteriores

5. ¿Cuál es su ocupación?
- Estudiante
 - Empleado
 - Ama de casa
 - Independiente
 - Desempleado
6. ¿Consume usted fresa?
- Siempre
 - Casi siempre
 - rara vez
 - En algunas ocasiones
 - Nunca
7. De acuerdo con su respuesta anterior, ¿cada cuanto consume la Fresa?
- De 1 a 3 veces a la semana
 - De 4 a 6 veces a la semana
 - Cada Ocho días
 - Cada quince días
 - Ocasionalmente
 - 1 vez al mes
 - Rara vez
 - Nunca

8. ¿Tiene conocimiento o a escuchado de las propiedades alimenticias que posee la fresa?

- Si
- No

9. Normalmente usted con la fresa prepara:

- Jugo
- Fresas con crema
- Postres
- Ensaladas
- Fresas con chocolate
- Helados
- Ninguna de las anteriores

10. ¿Conoce usted alguna empresa productora y comercializadora de los derivados de la fresa en el municipio de Villapinzón?

- Si
- No

11. De acuerdo con su respuesta anterior ¿Estaría usted de acuerdo con que se creara una empresa productora y comercializadora de los derivados de la fresa para ofrecer yogurt, mermelada, tartaletas y batidos en el municipio de Villapinzón?

- Si
- No

12. ¿Incluiría usted derivados de la fresa en sus compras (¿Yogurt, mermelada, tartaletas u batidos)?

Si

No

13. ¿Si usted tuviera un negocio ya sea en la zona rural o urbana, le gustaría crear alianzas con la empresa para ofrecer alguno de los productos derivados de la fresa?

Si

No

14. Cree usted que esta empresa de los derivados de fresa es favorable en el municipio de Villapinzón

Si

No

15. Que tendría en cuenta a la hora de adquirir nuestros productos de los derivados de la fresa:

Ubicación

Precio

Calidad

Sabor

Fecha de vencimiento

Servicio al cliente

Todas las anteriores

Ninguna de las anteriores

16.Cuál es su preferencia ante el yogurt


Yogurt rebajado (muy aguado)

- Yogurt con trozos de fresa
 - Yogurt espeso
 - Ninguna de las anteriores
17. Cuál es su preferencia ante la mermelada
- Mermelada líquida
 - Mermelada espesa
 - Mermelada dulce
 - Mermelada baja de dulce
18. De las opciones presentadas, seleccione los tamaños de yogurt de su preferencia
- Yogurt 60gr
 - Yogurt 150gr
 - Yogurt 250gr
 - Yogurt 370gr
 - Yogurt 1000ml
 - Yogurt 2000ml
19. Con qué frecuencia adquiriría los productos de los derivados de la fresa
- De 1 a 3 veces a la semana
 - De 4 a 6 veces a la semana
 - Frecuentemente
 - Cada ocho días
 - Cada que tenga la oportunidad
 - Rara vez

20. Seleccione su preferencia de pago
- Efectivo
 - Tarjeta crédito - debito
 - Nequi
 - Movii

Garcia, D. (2020). Encuesta Análisis de Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de los Derivados de la Fresa en el Municipio de Villapinzón. Obtenido de <https://www.questionpro.com/t/ASzC1ZmlTu>

Apéndice B. Formato de RUES

FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES		 Red de Cámaras de Comercio	
MATRÍCULA MERCANTIL O RENOVACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS		ANEXO 1	
Dirige el registro y el cumplimiento de las obligaciones de inscripción y renovación en los términos del artículo 196 de Decreto 779 de 2010 y 301 del Código de Comercio, con las modificaciones de la Ley 1472 de 2011. En los términos de la Ley 1472 de 2011, el Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional, adicional al uso y diligencia de toda la información contenida en este formulario y que sirva, para los fines propios de la gestión pública y económica.		Para ser suscrito de la Cámara de Comercio Código Cámara y Fecha Redacción	
ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO <input type="checkbox"/> SUCURSAL <input type="checkbox"/> AGENCIA <input type="checkbox"/> MATRÍCULA <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> MATRÍCULA MERCANTIL Nº <input type="text"/>			
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA.			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA.			
DIRECCIÓN COMERCIAL:		CORPORACIONAL <input type="checkbox"/> BARRIO, LOCALIDAD, VEREDA, CORPUSCULO	
TELÉFONO 1 <input type="text"/>		TELÉFONO 2 <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 <input type="text"/>		TELÉFONO 4 <input type="text"/>	
MUNICIPIO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>	
UBICACIÓN LOCAL <input type="checkbox"/> LOCAL OFICINA <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/>		OFICINA <input type="checkbox"/> FÁBRICA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/>	
CORREO ELECTRÓNICO (obligatorio)			
DIRECCIÓN DE NOTIFICACIÓN LEGAL (SOLO PARA SUCURSALES)		CÓDIGO POSTAL	
MUNICIPIO DE NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIÓN (obligatorio) (SOLO PARA SUCURSALES)			
ACTIVIDADES VINCULADAS AL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA (señalar en cada caso)		Nº DE TRABAJADORES VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO (SUCURSAL O AGENCIA) <input type="text"/>	
ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA.			
INDIQUE UNA CLASIFICACIÓN PRINCIPAL Y MÁXIMO TRES CLASIFICACIONES SECUNDARIAS TOMADAS DEL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME (CIE)			
ACTIVIDAD PRINCIPAL		ACTIVIDAD SECUNDARIA	
ACTIVIDAD SECUNDARIA		ACTIVIDAD SECUNDARIA	
CIIU 1 <input type="text"/>		CIIU 2 <input type="text"/>	
CIIU 3 <input type="text"/>		CIIU 4 <input type="text"/>	
Indique el código CIIU alternativo si la actividad económica se desarrolla en la actividad del comercio.			
DESCRIBA DE MANERA BREVE Y RESUMIDA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE SE REALIZA EN EL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA (Máximo 100 caracteres)			
3 PROPIETARIO (S) <input type="checkbox"/> SOCIEDAD DE HECHOS <input type="checkbox"/> COPROPETRO <input type="checkbox"/> EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES: PROPIO <input type="checkbox"/> AJENO <input type="checkbox"/>			
PROPIETARIO (S) (SI EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO PUEDE HABER PROPIETARIOS, AGENTE FOTOCOPIAR DE ESTE DOCUMENTO FIRMANDO CON ORIGINAL)			
NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA NATURAL O PERSONA JURÍDICA)			
IDENTIFICACIÓN Nº <input type="text"/>		TIPO DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO <input type="text"/>	
CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO <input type="text"/>		MATRÍCULA MERCANTIL DEL PROPIETARIO <input type="text"/>	
CÁMARA DE COMERCIO A LA QUE PERTENECE <input type="text"/>		CÁMARA DE COMERCIO A LA QUE PERTENECE <input type="text"/>	
DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL			
MUNICIPIO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 <input type="text"/>		TELÉFONO 2 <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 <input type="text"/>		TELÉFONO 4 <input type="text"/>	
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN LEGAL		MUNICIPIO <input type="text"/>	
DEPARTAMENTO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR			
TIPO DE IDENTIFICACIÓN CC <input type="checkbox"/> CI <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> IP <input type="checkbox"/>		PAS <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Si el sujeto declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario es verídica, cierta, completa y exacta.			
FIRMA			
NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA NATURAL O PERSONA JURÍDICA)			
IDENTIFICACIÓN Nº <input type="text"/>		TIPO DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO <input type="text"/>	
CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO <input type="text"/>		MATRÍCULA MERCANTIL DEL PROPIETARIO <input type="text"/>	
CÁMARA DE COMERCIO A LA QUE PERTENECE <input type="text"/>		CÁMARA DE COMERCIO A LA QUE PERTENECE <input type="text"/>	
DIRECCIÓN DOMICILIO PRINCIPAL			
MUNICIPIO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 <input type="text"/>		TELÉFONO 2 <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 <input type="text"/>		TELÉFONO 4 <input type="text"/>	
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN LEGAL		MUNICIPIO <input type="text"/>	
DEPARTAMENTO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR			
TIPO DE IDENTIFICACIÓN CC <input type="checkbox"/> CI <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> IP <input type="checkbox"/>		PAS <input type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Si el sujeto declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario es verídica, cierta, completa y exacta.			
FIRMA			
<input type="checkbox"/> CUALQUIER FALSIDAD INCURRIDA PODRÁ SER SANCIONADA DE ACUERDO CON LA LEY 1472 DE 2011 EN CÓDIGO DE COMERCIO Y NORMAS CONCORDANTES Y COMPLEMENTARIAS		<input type="checkbox"/> SI PAGO ES COLECTIVO PARA LA CÁMARA DE COMERCIO	

Nota. adaptado de cámara directa, establecimiento de comercio.

<https://www.camaradirecta.com/media/b445139b76dd364c79e05b0d2941e413ea0e936f.pdf>