

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ZUMOS EN
BUCARAMANGA

RAQUEL GARCIA BARIN
OSCAR LEONEL RIAÑO ESTEVEZ

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2022

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ZUMOS EN
BUCARAMANGA

RAQUEL GARCIA BARIN
OSCAR LEONEL RIAÑO ESTEVEZ

Trabajo de grado para optar al título de gestión empresarial

Directora:

Maria Eugenia Marín Angulo
Magíster en Procesos de Dirección Empresarial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA

2022

DEDICATORIA

Al llegar este momento tan especial, nos queda expresar con sinceridad la satisfacción de dedicar este éxito a la santísima trinidad, porque su palabra forjo en nosotros, los valores necesarios para crecer como seres humanos y como profesionales, tener espíritu de servicio a la comunidad.

Compartimos esta meta, con todas aquellas personas que siempre creyeron en nosotros, donde recibimos apoyo inconmensurable y sobre todo manifestaron con sus palabras, una voz que proyectaba signos de prospectiva visionaria.

Este triunfo trasciende en importancia por su sacrificio y sentido de crecimiento académico y es aquí donde la universidad y ese conglomerado de tutores con magnificencia profesional merecen un capítulo aparte, porque su experiencia y conocimiento transmitido, es la piedra angular para ejercer una profesión con excelencia.

Impartimos un nuevo espacio a los compañeros a lo largo de la carrera, porque al unirnos en CIPAS, se encontró el molde social tan necesario para tener ventajas de crecimiento exponencial con la experiencia de conocer al otro y aprender de ellos sin verdaderos límites.

Y, para terminar, firmamos con una pluma de reciprocidad y es generada hacia la familia, como el eje que marca el inicio y el fin de la existencia y en ese intervalo, los éxitos nuestros son de ellos también, porque su amor de verdad no deja nada al azar y es fiel hasta sus últimas consecuencias.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer en primer lugar a La Santísima Trinidad, por extender su bendita misericordia y fortalecernos espiritualmente, para continuar a pesar de las dificultades, en la búsqueda de mejores horizontes. Alabada sea eternamente.

Así, deseamos exteriorizar la gratitud a un sinnúmero de personas que estuvieron presentes en la clausura de este sueño, que representa ese éxito esperado tan trascendental para nosotros. Y es precisamente este momento muy especial, para reconocer todos sus esfuerzos, su lealtad, su don de gentes, sus mensajes motivadores, sus conocimientos, sus consejos y su dedicación.

Con inmensa satisfacción agradecemos a la universidad, tutores y sobre todo a nuestra directora de proyecto, quien, con su carisma y extraordinario conocimiento, representa una pieza clave-en el cumplimiento de los requerimientos en ese mejoramiento continuo de la factibilidad.

No podemos dejar por fuera a los compañeros, porque el trabajo en CIPAS, dejó un crecimiento de esa amistad de apoyo mutuo sincero, que debe permanecer con el paso del tiempo. A todos ellos muchas gracias, por su apoyo incondicional, por preservar el sentido de solidaridad, por compartir experiencias, alegrías, tristezas, celebraciones y múltiples factores que dejaron en nosotros un significado de familia, por ese aporte de confianza y deseo de superación sin tener límites en este proyecto.

Queda como colofón, extender el agradecimiento a la familia, por ser el alfa y el omega en las decisiones, la constante motivación y respaldo, la influencia para recuperar la autoestima y donde hay respuesta inmediata sin haber terminado la pregunta, así son y la excelencia hace parte de su perfección, por eso en ultimas

se puede manifestar, que ellos engrandecen la paciencia, comprensión y amor que nos tienen, porque no poseen un marco de restricciones.

¡Muchas gracias por siempre!

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	21
ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR.....	25
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR	25
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR	27
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	28
1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	29
1.5 MARCO LEGAL	30
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	35
2. ESTUDIO DE MERCADOS	38
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	38
2.1.1 Descripción	38
2.1.2 Atributos diferenciadores	39
2.2 SEGMENTO DE MERCADO	40
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	41
2.3.1 Necesidades de información	41
2.3.2 Tipo de estudio.....	41
2.3.3 Enfoque. Mixto	42
2.3.4 Fuentes de información. Primarias.....	42
2.3.5 Técnicas de investigación	42
2.3.6 Instrumento para la recolección de información	42
2.3.7 Modo de aplicación	42
2.3.8 Cálculo de la muestra	42
2.3.9 Alcance. Ciudad de Bucaramanga.....	43

2.3.10	Tiempo de aplicación	43
2.3.11	Tabulación, presentación y análisis de resultados.	44
2.3.12	Estimación de la demanda actual	59
2.3.13	Estimación de la demanda efectiva.....	60
2.3.14	Proyección de la demanda para los próximos cinco años.....	60
2.4	ANÁLISIS DE LA OFERTA	62
2.5	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE	63
2.5.1	Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio.....	63
2.5.2	Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia.....	63
2.6	ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN	64
2.7	ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS	64
2.8	RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	65
2.8.1	Estrategias de comunicación	65
2.8.2	Presupuesto de comunicación	65
2.8.2.1	Presupuesto de lanzamiento.....	65
2.8.2.2	Presupuesto de operación	66
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	67
3.1	TIPO DE PROYECTO.....	67
3.2	DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO.....	67
3.2.1	Ficha técnica del producto mínimo viable	67
3.2.2	Descripción y diagramación de actividades clave	68
3.2.3	Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)	71
3.2.4	Análisis Ambiental.....	74
3.2.5	Recursos Clave.....	76
3.2.5.1	Talento humano	77
3.2.5.2	Infraestructura.....	77
3.2.5.3	Materiales, insumos o mercancías.....	79

3.2.6 Distribución de planta.....	82
3.2.7 Localización	83
3.2.7.1 Macro localización.....	83
3.2.7.2 Micro localización.....	83
3.2.8 Control de calidad	86
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO	86
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.....	86
3.3.2 Capacidad instalada.....	87
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada	88
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	89
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	89
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	91
4.2.1 Misión.....	91
4.2.2 Visión	92
4.2.3 Valores Corporativos.	92
4.2.4 Organigrama	93
4.2.5 Asignación salarial	93
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	105
5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA	105
5.1.1 Inversión Fija.....	106
5.1.2 Inversión diferida.....	108
5.2 COSTOS Y GASTOS.....	109
5.2.1 Costos de producción	109
5.2.1.1 Costos fijos	109
5.2.1.3 Costos totales	115
5.2.2 Gastos de administración y ventas	115
5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas	115

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas	117
5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.....	117
5.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	117
5.3.1 Periodo de capital de trabajo	117
5.3.2 Estructura del crédito	118
5.3.2.1 Amortización del crédito.....	118
5.3.2.2 Gastos financieros.	118
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo	119
5.4 INVERSIÓN TOTAL.....	121
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	121
5.5.1 Recursos propios.	122
5.5.2 Recursos de financiación	122
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	123
5.7.1 Estado de Resultados proyectado	123
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	124
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	127
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA	128
5.8.1 Razones financieras.	128
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	128
5.8.1.2 Razones de operación	129
5.8.1.3 Razones de rentabilidad	129
5.8.1.4 Razones de endeudamiento	130
5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR)	131
5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN)	131
5.8.2.3 Período de recuperación.....	132
5.8.2.4 Punto de equilibrio	132
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	133
6. CONCLUSIONES	134

BIBLIOGRAFÍA.....137

ANEXOS.....147

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Identificación de Oportunidades y Amenazas.	30
Tabla 2. ¿Conoce o ha oído usted sobre productos saludables como como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?	44
Tabla 3. ¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?	45
Tabla 4. Análisis entre la pregunta 1 y la pregunta 2 Compra de Productos Saludables.	46
Tabla 5. ¿Qué tipo de bebidas saludables compra? (sin aditivos ni conservantes).	47
Tabla 6. ¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?	48
Tabla 7. ¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?	49
Tabla 8. De producirse una bebida, zumo o concentrado liquido saludable, que se pueda consumir fría o caliente y además mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, con un alto valor nutricional ¿estaría dispuesto a comprarla?	51
Tabla 9. ¿En qué presentación le gustaría encontrarla?	52
Tabla 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml?	53
Tabla 11. ¿Cuál sería su frecuencia de compra?	54
Tabla 12. ¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?	55
Tabla 13. ¿Cómo le gustaría que viniera empacado?	56
Tabla 14. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?	57
Tabla 15. ¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?	58
Tabla 16. ¿Cuál es el medio de publicidad preferido?	59
Tabla 17. Demanda actual proyectada	60
Tabla 18. Demanda efectiva proyectada.....	61

Tabla 19. Matriz comparativa con empresas competidoras líderes en el sector [Benchmarking].....	62
Tabla 20. Presupuesto de lanzamiento.....	65
Tabla 21. Presupuesto de operación	66
Tabla 22. Tiempo ciclo/Lote	71
Tabla 23. Estándares mínimos para empresas, empleadores y contratantes con diez (10) o menos trabajadores clasificados con riesgo I, II, o III.....	72
Tabla 24. Propuesta económica.....	74
Tabla 25. Jerarquía de impactos ambientales.....	75
Tabla 26. Cotización implementación del sistema gestión ambiental.....	76
Tabla 27. Composición de recursos clave	77
Tabla 28. Talento Humano.....	77
Tabla 29. Equipo de oficina.....	77
Tabla 30. Equipo de computación y comunicación	78
Tabla 31. Maquinaria y equipo	78
Tabla 32. Herramientas, repuesto y accesorios.	79
Tabla 33. Zumo o concentrado betabel.....	79
Tabla 34. Zumo o concentrado verde	80
Tabla 35. Zumo o concentrado ligero.....	80
Tabla 36. Zumo o concentrado Ancestral	80
Tabla 37. Materiales directos, insumos o mercancía para la venta.....	81
Tabla 38. Materiales Indirectos.	81
Tabla 39. Distribución de planta.....	82
Tabla 40. Proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores grados.....	85
Tabla 41. Micro localización - método cualitativo	86
Tabla 42. Capacidad utilizada y proyectada.....	88
Tabla 43. Cargo Gerente General.....	94
Tabla 44. Perfil Gerente General	95

Tabla 45. Cargo jefe De Producción	96
Tabla 46. Perfil Jefe De Producción.....	97
Tabla 47. Cargo Asesor De Ventas.	98
Tabla 48. Perfil Asesor De Ventas.	99
Tabla 49. Cargo Operario	100
Tabla 50. Perfil Operario	101
Tabla 51. Asignación Salarial MOD	102
Tabla 52. Asignación Salarial Nómina Administrativa	102
Tabla 53. Nómina de Ventas.....	103
Tabla 54. Nómina Operativa (MOI).....	104
Tabla 55. Prorratio De Unidades De Producción	105
Tabla 56. Equipo de Oficina.....	106
Tabla 57. Equipo de computación y comunicación	106
Tabla 58. Maquinaria y equipo.....	107
Tabla 59. Herramientas.	107
Tabla 60. Inversión Fija.....	108
Tabla 61. Inversión diferida.....	108
Tabla 62. Nómina operativa	110
Tabla 63. Nómina jefe de producción	110
Tabla 64. Materia Prima Zumo Betabel	111
Tabla 65. Materia Prima Zumo Verde	111
Tabla 66. Materia Prima Zumo Ligero.....	112
Tabla 67. Materia Prima Zumo Ancestral.....	112
Tabla 68. Resumen materia prima.....	112
Tabla 69. Materiales Indirectos.....	113
Tabla 70. Prorratio entre costos y gastos.	113
Tabla 71. Costo Fijos.	114
Tabla 72. Costos variables.	114
Tabla 73. Costos totales.	115

Tabla 74. Nómina administrativa.....	115
Tabla 75. Nómina de ventas.	116
Tabla 76. Gastos fijos de administración y ventas.....	116
Tabla 77. Gastos variables de administración y ventas.....	117
Tabla 78. Gastos totales de administración y ventas.....	117
Tabla 79. Estructura del crédito	118
Tabla 80. Amortización del crédito. (Pág. 116)	118
Tabla 81. Gastos Financieros.	118
Tabla 82. Capital de trabajo	119
Tabla 83. Inversión Total	121
Tabla 84. Estructura de capital	122
Tabla 85. Precio de venta	123
Tabla 86. Estado de resultado proyectado.....	124
Tabla 87. Flujo de fondos proyectado.....	125
Tabla 88. Estado de situación financiera inicial y proyectado	127
Tabla 89. Razón de liquidez.....	128
Tabla 90. Razones de operación	129
Tabla 91. Razones de rentabilidad	129
Tabla 92. Razones de endeudamiento	130
Tabla 93. Período de recuperación.....	132
Tabla 94. Punto de equilibrio	132

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. ¿Conoce o ha oído usted sobre productos saludables como como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?.....	44
Ilustración 2. ¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?	45
Ilustración 3. ¿Qué tipo de bebidas saludables compra? (sin aditivos ni conservantes)	46
Ilustración 4. ¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?.....	48
Ilustración 5. ¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?	49
Ilustración 6. De producirse una bebida, zumo o concentrado líquido saludable, que se pueda consumir fría o caliente y además mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, con un alto valor nutricional ¿estaría dispuesto a comprarla?.....	50
Ilustración 7. ¿En qué presentación le gustaría encontrarla?	51
Ilustración 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml?	52
Ilustración 9. ¿Cuál sería su frecuencia de compra?	53
Ilustración 10. ¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?.....	54
Ilustración 11. ¿Cómo le gustaría que viniera empacado?	55
Ilustración 12. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?	56
Ilustración 13. ¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?	57
Ilustración 14. ¿Cuál es el medio de publicidad preferido?	58
Ilustración 15. Ficha técnica del producto mínimo viable	67
Ilustración 16. Diagrama de flujo de producción lote de 100 unidades.....	69
Ilustración 17. Distribución de planta	82
Ilustración 18. Organigrama Nutrición Arte Gourmet	93
Ilustración 19. Punto de Equilibrio.....	133

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta estudio de mercado. Zumos saludables	145
Anexo B. Cotización No 5751	149

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ZUMOS EN BUCARAMANGA*

AUTOR: RAQUEL GARCIA BARIN, OSCAR LEONEL RIAÑO ESTEVEZ**

PALABRAS CLAVE: Zumo, Concentrado, Liquido, Natural.

DESCRIPCIÓN:

Los zumos es una bebida obtenida de la extracción a presión, que permite cambiar el estado de la materia a líquido y que da origen a una bebida compuesta de frutas, verduras, hortalizas, hierbas aromáticas y legumbres. En el mismo sentido, sin la adición de ningún líquido, libres de preservantes, colorantes y sabores artificiales. Una bebida altamente nutricional inexistente en el mercado hasta la fecha.

El presente documento tiene como propósito estudiar la factibilidad para crear una empresa productora de zumos o concentrados líquidos, con la cual se busca una ventaja competitiva con una propuesta diferenciadora altamente saludable a la población de Bucaramanga. Es importante destacar la oportunidad para impactar en el mercado, con el desarrollo de una cadena de valor para cada uno de los agentes que compone el proyecto en estudio y con el fin de lograr un óptimo bienestar económico y social, a través de la producción y comercialización de productos con etiquetas limpias.

Teniendo en cuenta los estudios realizados, se determina una aceptación del proyecto de un 44,66% sobre la población objetivo, los cuales son hombres y mujeres de 18 a 54 años de edad de la ciudad de Bucaramanga.

El tamaño del proyecto está determinado como una microempresa, generadora de 4 puestos de trabajo directos, TIR 42,22% esta tasa es la rentabilidad que ofrece inversión del proyecto y un VPN 82.046.873, el valor presente Neto es positivo, por tanto, el proyecto es rentable para los inversionistas.

* Trabajo de Grado

** Instituto De Proyección Regional Y Educación A Distancia. Gestión Empresarial. Director: María Eugenia Marín Angulo, Magíster en Procesos de Dirección Empresarial.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A JUICE COMPANY IN BUCARAMANGA*

AUTHOR: RAQUEL GARCÍA BARÍN, OSCAR LEONEL RIAÑO ESTEVEZ **

KEY WORDS: Juice, Concentrate, Liquid, Natural.

DESCRIPTION:

Juice is a drink obtained from pressure extraction, which allows the state of matter to change to liquid and gives rise to a drink made up of fruits, vegetables, aromatic herbs and legumes. In the same sense, without the addition of any liquid, free of preservatives, colors and artificial flavors. A highly nutritional drink that does not exist on the market to date.

The purpose of this document is to study the feasibility of creating a company that produces juices or liquid concentrates, with which a competitive advantage is sought with a highly healthy differentiating proposal for the population of Bucaramanga. It is important to highlight the opportunity to impact the market, with the development of a value chain for each of the agents that make up the project under study and in order to achieve optimum economic and social well-being, through the production and marketing of products with clean labels.

Taking into account the studies carried out, an acceptance of the project of 44.66% is determined over the target population, which are men and women from 18 to 54 years of age from the city of Bucaramanga.

The size of the project is determined as a micro company, generating 4 direct jobs, IRR 42.22%, this rate is the profitability offered by the investment of the project and a VPN 82,046,873, the Net present value is positive, for Therefore, the project is profitable for investors.

* Bachelor Thesis

** Instituto De Proyección Regional Y Educación A Distancia. Gestión Empresarial. Director: María Eugenia Marín Angulo, Magíster en Procesos de Dirección Empresarial.

INTRODUCCIÓN

En un escenario mundial cada vez más dinámico, en el cual las personas están permanentemente ocupadas y estresadas, es aquí donde el consumidor necesita la disposición inmediata hacia una vida más saludable, con la invitación a adquirir alimentos naturales en las compras y sobre todo orgánicos, con la necesidad de ejercitarse en actividades deportivas para la atención de la salud y en últimas, todas aquellas estrategias de publicidad agresivas para generar conciencia y lograr el incremento de los productos dirigidos a mejorar los hábitos de cuidado y bienestar del cliente en general, han dado las bases para consolidar una idea de negocio de una empresa que cuente con una propuesta innovadora diferente a los estándares existentes en el mercado de las bebidas.

En ese sentido Nutrición Arte Gourmet, es una entidad que contribuye con un producto que puede ser un complemento ideal para el mejoramiento de la nutrición y la salud, por ser elaborado de forma natural, que combina el extracto de diversas frutas, verduras, hierbas aromáticas y hortalizas sin conservantes, que mezcladas de diferentes maneras dan origen a 4 tipos de concentrados líquidos y que precisan el propósito de maximizar la cantidad de nutrientes y de garantizar las propiedades originales. Para buscar la excelencia en la mezcla del producto, se consultó a profesionales en nutrición y en ingeniería de alimentos que optimizaron el objetivo de una bebida ajustada a los parámetros establecidos.

El proyecto será desarrollado en primera instancia con un análisis pormenorizado del sector, seguido de un estudio de investigación, que incluye la recopilación de fuentes primarias y secundarias con el fin de conocer las relaciones que existen entre las variables a investigar y el proyecto. Con lo anterior, se busca analizar

comportamientos, variables, necesidades, competidores, requerimientos básicos del producto y aspectos que se deben tener en cuenta en la producción y comercialización de bebidas totalmente naturales y de alta calidad.

La tecnología en el proceso de elaboración, será a través de un extractor que incluye una tecnología de prensado en frío, el cual permite una mayor conservación de los compuestos nutricionales, que evita la alteración organoléptica por oxidación y da como resultado una bebida complementaria o suplementaria, que satisface el valor nutricional requerido diariamente para todas las personas. Para ejercitar la actividad productiva, se requiere de unos procedimientos recomendados para el procesamiento de los alimentos, como la óptima localización del área de producción y la utilización de medidas inmejorables de inocuidad.

El presente análisis de investigación, se encamina a un estudio de mercados, que parte de una investigación de carácter exploratoria descriptiva, cuyo objetivo es conocer el mercado, estableciendo la demanda, la oferta, el mercado potencial y objetivo, así como los canales de comercialización.

Con el mercado y la intención de compra establecida, se profundizó en el estudio técnico como la siguiente etapa, donde se determinará la capacidad instalada, los recursos físicos y humanos, los insumos, la búsqueda de proveedores y aliados estratégicos para llevar una verdadera operatividad en la elaboración del producto y en su comercialización y así determinar la ubicación de la infraestructura de la organización, su área de trabajo y la logística de distribución del producto.

Con la descripción de los requerimientos técnicos, se precisa de un análisis muy adecuado para iniciar labores empresariales, con la realización de un estudio administrativo, que en últimas deducirá el tipo de sociedad a ejercer y además revelar su estructura organizacional.

En la última fase, se efectuará un estudio financiero con su respectiva evaluación, donde se analizarán los valores de los ingresos y egresos que favorecieran la idea de negocio durante el tiempo de proyección y así apreciar de esta manera su viabilidad financiera y económica, que será medida con los indicadores financieros, el valor presente neto VPN y la tasa interna de retorno TIR.

En el capítulo 1, la presentación de la investigación, se encamino a un análisis general del sector, y consolidación de un estudio pormenorizado, con la descripción, evolución y tendencias, que fija un panorama más amplio de las oportunidades y amenazas que se encontraron en el ejercicio de la actividad empresarial, en un contexto geográfico estratégicamente seleccionado.

En el capítulo 2, se realizó un estudio de mercados, que parte de una investigación de carácter exploratoria descriptiva, cuyo objetivo era conocer el mercado, estableciendo la demanda, la oferta, el mercado potencial y objetivo, así como los canales de comercialización.

En el capítulo 3, con el mercado y la intención de compra establecida, se profundizo en un estudio técnico, donde se determinará la capacidad instalada, los recursos físicos y humanos, los insumos, la búsqueda de proveedores y aliados estratégicos para llevar una verdadera operatividad en la elaboración del producto y en su comercialización y así determinar la ubicación de la infraestructura de la organización, su área de trabajo y la logística de distribución del producto. En ese mismo sentido se desarrollará un análisis ambiental generado por la operación de producción y comercialización del producto, donde se implementará un sistema de gestión ambiental, además se reducirá el impacto de la huella del carbono y el uso de residuos de la extracción de las bebidas como materia prima para productos como proteína vegetal para animales y compost para abonos orgánicos. Lo anterior, será el modelo que contribuirá a mitigar los efectos negativos y las soluciones corporativas para garantizar la estrategia propuesta por las naciones unidas del

programa producción más limpia, como fórmula de preservación del medio ambiente y en otro sentido generar desarrollo en el municipio y su área de influencia.

En el capítulo 4, se presenta la descripción de los requerimientos técnicos, se precisa un análisis muy adecuado para iniciar labores empresariales, con la realización de un estudio administrativo, que en ultimas deducirá el tipo de sociedad a crear y además revela su estructura organizacional.

En el capítulo 5, se efectuó un estudio financiero con su respectiva evaluación, donde se analizaron los valores de los ingresos y egresos que favorecen la idea de negocio durante el tiempo de proyección y así, se procedió con la determinación de su viabilidad financiera y económica, mediante el uso indicadores financieros, el valor presente neto VPN y la tasa interna de retorno TIR.

En el capítulo 6, se presentaron una serie de conclusiones y recomendaciones con su correspondiente bibliografía y anexos, que sintetizaron un avance estructurado de la experiencia registrada en el compendio.

1.

ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

La industria de bebidas tiene en Colombia una larga trayectoria y se consolida a través de los años como una importante generadora de empleo y de impuestos, con una participación actual del 0,8 % en el PIB nacional y del 7 % en el sector manufacturero. En casi la totalidad de los 32 departamentos colombianos existen plantas dedicadas a la producción de un portafolio diverso de productos, que comprenden desde las tradicionales bebidas carbonatadas, aguas, refrescos y néctares, hasta adiciones más recientes como bebidas vegetales, aguas minerales y saborizadas, refrescos de soya y jugos en múltiples concentraciones, entre otros. El sector de alimentos en Colombia tiene un alto potencial de desarrollo, se estima que tenga un crecimiento de 23% aproximadamente entre 2019 y 2024.

Colombia se perfila como una plataforma exportadora para satisfacer a consumidores en América. El mercado ampliado de Colombia en la región es de USD 1,5 billones, equivalente al 30% del mercado mundial de alimentos procesados y bebidas, además es la cuarta economía de la región, con acceso a más de 1.500 millones de consumidores, gracias a los 16 acuerdos comerciales vigentes y a su ubicación privilegiada¹.

En otro sentido, el consumo per cápita de alimentos en Colombia es aún muy bajo comparado con países de similar nivel de desarrollo en la región. Mientras el

¹ PORTAL OFICIAL DE INVERSIÓN DE COLOMBIA. ¿Por qué invertir en el sector de alimentos procesados en Colombia?, Sectores: Agroindustria y producción de alimentos - Alimentos procesados. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/alimentos-procesados#:~:text=Colombia%20se%20perfila%20como%20una,de%20alimentos%20procesados%20y%20bebidas.>

consumo per cápita de alimentos y bebidas en Latinoamérica fue de USD 660 en 2019, en Colombia fue de USD 429.

Se estima que el sector de alimentos y bebidas tendrá ventas anuales por más de USD 26.500 millones en 2024. Por su parte, la demanda de la industria crecerá un 4% anual en los próximos 5 años.

Al realizar un análisis por región, se encuentra que Bogotá, es la de mayor trascendencia, por ser el principal mercado y centro de producción de alimentos y bebidas de Colombia. La capital absorbe el 43 % de las ventas de esta industria en el país, además es domicilio de 40 de las 100 principales empresas del sector de alimentos y bebidas.

Por otro lado, es el mayor centro de consumo del país, su PIB per cápita es un 67% más alto que el PIB per cápita nacional, absorbe cerca del 64% de las importaciones colombianas, y el 40% de las importaciones de bebidas y alimentos. Por la ubicación estratégica de Colombia: las empresas del sector de alimentos pueden tener acceso preferencial a los principales mercados de la región.

En definitiva, el sector de alimentos y bebidas en Colombia prevé un crecimiento sostenido para los próximos años, con Bogotá como su principal impulsor. Se estima que el mercado de bebidas crecerá a una tasa anual del 8% en los próximos años. De igual manera, un análisis realizado por la agencia Euro monitor Internacional, indica que debido al lento crecimiento que presenta la categoría de gaseosas, los productos alternativos como jugos, té y bebidas deportivas y energizantes, seguirán ampliando su participación en las ventas y mantendrán el desempeño positivo pues la firma internacional sostiene, que las empresas del sector se adaptarán al escenario actual y a las tendencias de consumo².

² AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN PARA BOGOTÁ. Sectores de inversión: Alimentos y bebidas. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-bogota/>

El sector industrial al que pertenece la empresa productora de zumos naturales es el sector manufacturero, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Colombia la actividad económica a la que pertenece este proyecto empresarial es la identificada con el código CIIU3 1020, la cual incluye: la fabricación de alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres u hortalizas.

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

En lo corrido de 2021 el sector de las bebidas no alcohólicas ha presentado un comportamiento positivo respecto a la dinámica de 2020, con un crecimiento en el PIB, en la producción, en las ventas y en las exportaciones. Desde el comienzo del covid-19, se presentó un incremento en la demanda de bebidas funcionales, orgánicas y “ready to drink”. La balanza comercial de la actividad en Colombia es deficitaria y acentuó su tendencia en 2020 con la caída de las exportaciones y en 2021 con la pronta recuperación de las importaciones. De cara al futuro, los proyectos de ley de etiquetado de bebidas, de impuesto saludable a bebidas azucaradas y de control a envases de doble empaque representan un reto importante para su crecimiento³.

Actualmente, existe una tendencia hacia una revolución por lo saludable. Los fabricantes de bebidas tienen el propósito de producir “mejores bebidas para usted” y está enmarcada por una decisión de abandonar las bebidas carbonatadas endulzadas con azúcar. En Estados Unidos, el 52% de los consumidores que redujeron su consumo de refrescos carbonatados lo hicieron a favor de opciones más saludables, como los jugos naturales 100% y las aguas saborizadas.

³ SECTORIAL, Análisis, monitoreo y evaluación de sectores. Informe actualizado 2022: Sector Bebidas [En línea]. Medellín: [Consulta: 26 septiembre 2021]. Disponible en: <https://www.sectorial.co/component/k2/item/87?Itemid=232>

Por otro lado, las bebidas vegetales, debido al origen de sus ingredientes principales (avena, quínoa, arroz, etc.), se asocian a alimentos saludables, naturales, ecológicos, y bioenriquecidos con fibra, calcio, vitaminas u otros micronutrientes. Sin azúcar añadida.

El incremento del consumo de este tipo de bebidas, es un incentivo para que el sector continúe en una constante innovación, para adaptarse a las necesidades del mercado, con cierto valor agregado y enmarcado en una fórmula más saludable.

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

Los aspectos más influyentes en el sector, son la regulación y la tecnología, en correspondencia con los nuevos hábitos de vida saludable que se establecen en el mercado. Como consecuencia, cada vez existen más personas que se informan y manifiestan su inquietud por la búsqueda de productos que satisfagan la necesidad de alimentarse de forma más natural.

De acuerdo al artículo tendencias de consumos de lácteos y jugos en el 2021, el cual manifestó el siguiente reporte: “Un año de innovación en concentrados de jugos y bebidas 2021 elaborado por Stefania Apostol, Analista de Innovación de Mintel Group, afirma que la innovación en jugos está tomando en cuenta las preocupaciones de los consumidores sobre los altos contenidos de azúcar al comprometerse con recetas más “limpias” (hechas a base de azúcar natural u orgánica y sin conservantes artificiales).”

Por otro lado, la pandemia del Covid-19 generó en los consumidores la búsqueda de opciones de bebidas ricas en nutrientes, vitaminas y minerales fortificados. Una tendencia similar se registró en Europa, Medio Oriente y África, donde las preocupaciones de los consumidores sobre la cantidad de azúcar en los jugos también han generado cambios de estrategias en las marcas, que cada vez más

destacan en sus presentaciones y empaques sus credenciales ecológicas. Por lo tanto, el año 2021 expone tres importantes tendencias que se vinculan directamente a los cambios de conciencia de los consumidores de jugos:

- 1) Preferencia por bebidas con menos azúcar y / o con ingredientes orgánicos
- 2) Preferencia por bebidas fortificadas que sean favorables para el sistema inmunológico en el contexto de la pandemia.
- 3) Marcas y empaques que cumplan con las normas de sostenibilidad ambiental / ecológica

El informe destaca que la pandemia motivó a “volver a lo esencial”, es decir, crear el interés de compra de bebidas más naturales, con componentes orgánicos que mantengan las propiedades nutricionales de las frutas.

1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

El obstáculo con este tipo de productos son sus costos de producción y no hay que olvidar que la asequibilidad sigue siendo una necesidad entre los consumidores. En este sentido, se observa un cambio de conducción o una readaptación en las prioridades de consumo, en las que prevalece la regla del “menos es más”. Así, una bebida que antes era de consumo diario (por ejemplo: jugo de naranja) pasa a ser de consumo ocasional. La calidad prima sobre la cantidad.

A pesar del contexto, los fabricantes trabajan para amoldarse a las nuevas tendencias como el interés por los productos ecológicos, la alimentación saludable y la sostenibilidad en envases y procesos en su afán por atraer al consumidor.

En el análisis externo del sector, se seleccionarán los factores más influyentes de las oportunidades y las amenazas.

Tabla 1. Identificación de Oportunidades y Amenazas.

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Alta demanda de proveedores	Amplia variedad de productos sustitutos culturalmente aceptados por la sociedad (Ejemplos las gaseosas)
Disposición de gran oferta de materias primas disponible con altos estándares de calidad	Fenómenos climáticos que afectan el sector agrícola
Alta demanda en productos saludables	Alza de precios en la materia prima
Cambios en los modelos de negocio	Alta competencia en el mercado
Regulación por parte del gobierno nacional con la implementación de la Resolución 810 de 2021 - Reglamento Técnico de Etiquetado en Colombia	Alza de impuestos y precios de movilidad
Aumento de personas con problemas de deglución que requieren alimentación especial	Ingreso de empresas extranjeras al sector
Variedad de frutas a bajo costo durante todo el año	Pocas barreras de entrada para nuevos competidores
Alto grado de inocuidad en la preparación	Escases de frutas en temporadas
Alto potencial de negocios informales	Grandes competidores con mayor inversión en planta

1.5 MARCO LEGAL

Art. 126 del decreto 019 de 2012. Notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud

pública, de conformidad con la reglamentación que expida el ministerio de salud y protección social, dentro de los seis meses siguientes a la entrega en vigencia del presente decreto⁴.

Decreto 2620 de 17 de diciembre de 2014. Se establece que los mecanismos y términos de implementación del registro único tributario – RUT, así como los procedimientos de inscripción, actualización, suspensión y cancelación, grupos de obligados, formas, lugares, plazos, convenios y demás condiciones, serán las que para el efecto reglamente el gobierno nacional⁵.

Decreto 2078 de 2012. Establece la estructura del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), y se determinan las funciones de sus dependencias⁶.

Decreto 60 de 2002. Reglamenta la expedición de registros para los establecimientos dedicados a la producción y elaboración de productos, medidas sanitarias a todo establecimiento comercial. las licencias sanitarias expedidas por la secretaria de salud se rigen por todas las normas, decretos y leyes establecidas por el INVIMA⁷.

⁴ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012. [en línea]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <http://www.legiscomexalinstante.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/minsalud-sanitario.pdf>

⁵ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2620 de 2014 (17 diciembre de 2014). Por el cual se modifica y adiciona el Decreto número 2460 de 2013. [en línea]. Diario oficial. Bogotá, 2014. No. 49368. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=60275>

⁶ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2078 de 2012 (8 octubre de 2012). Por el cual se establece la estructura del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), y se determinan las funciones de sus dependencias. [en línea]. Diario oficial. Bogotá, 2012. No. 48.577. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66709>

⁷ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto número 60 de 2002 (24 enero de 2001). Por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2001. No. 44.686. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200060%20DE%202002.pdf

La ley 1014 del 26 de enero del 2006. Busca fomentar la cultura del emprendimiento, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y público en general y hacer de estas personas capacitadas para innovar, desarrollar bienes tangibles o intangibles a través de la consolidación de empresas⁸.

Ley 232 de 1995, del 26 de diciembre de 1995. Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales⁹.

Resolución 1229 de 2013. Establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano¹⁰.

Ley 399 de 1997, registro sanitario de alimentos. Los establecimientos dedicados a la elaboración de alimentos son regidos bajo las normas de INVIMA en lo que respecta a alimentos y líquidos envasados para la utilización o consumo inmediato¹¹.

Normas ISO 9000 Y 14000. Normas que regulan la calidad de los bienes o los servicios que vende u ofrecen las empresas, así como los aspectos ambientales

⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1014 de 2006. (26 enero de 2006). [en línea]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 232 de 1995 (26 diciembre de 1995). Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 1995. No. 42.162. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

¹⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución Número 1229 de 2013 (23 abril de 2013). Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-1229-de-2013.pdf>

¹¹ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 399 de 1997. Por la cual se crea una tasa, se fijan unas tarifas y se autoriza al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, "INVIMA", su cobro. [en línea]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1997/l0399de1997#:~:text=Ley%20399%20de%201997%20%2D%20Colombia,%22Invima%22%2C%20su%20cobro>

implicados en la producción de los mismos¹².

Resolución 14712 de 1984. Reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas¹³.

Resolución 15790 de 1984. En la elaboración de concentrados, jugos o salsas de tomate deberán cumplirse todas las disposiciones generales contenidas en la Resolución No 14712 de 12 de octubre de 1984 y además las siguientes¹⁴.

Norma ISO 22000. Es un estándar internacional que integra todas las actividades de la empresa alimentaria con los pre-requisitos y los principios del análisis de peligros y puntos críticos de control. La norma en su numeral 3.2 tiene en cuenta aspectos sobre la cadena alimentaria en relación con la distribución, almacenamiento y manipulación. Por otra parte, los trámites o requisitos para la legalizar una actividad mercantil son iguales para todas las empresas¹⁵.

Resolución 005109 de 2005 (diciembre 29 INVIMA). Establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiqueta que deben cumplir los alimentos

¹² INGENIERO AMBIENTAL. Breve panorama de la ISO 9000 e ISO 14000 (20 septiembre de 2009). [Sitio web]. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <http://www.ingenieroambiental.com/4012/encuestacertifISO.pdf>

¹³ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 14712 de 1984 (12 octubre de 1984). Por la cual se reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas. [en línea]. Bogotá, 1984. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion-14712-de-1984.pdf>

¹⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 9 de 1979 (19 julio de 1979). Por la cual se dictan Medidas Sanitarias. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 1979. No. 35308. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/normograma-sanitario-alimentos-y-bebidas.aspx>

¹⁵ INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, Norma Internacional ISO 22000:2005 Sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria. Requisitos. [Sitio web]. ICONTEC Bogotá, noviembre 08, 2005. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.bsigroup.com/es-CO/iso-22000->

envasados y materias primas de alimentos para consumo humano envasados o empacados, así como los de las materias primas para alimentos, con el fin de proporcionar al consumidor una información sobre el producto lo suficientemente clara y comprensible que no induzca a engaño o confusión y que permita efectuar una elección informada¹⁶.

Resolución 2155 de 2012. Establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las hortalizas que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional¹⁷.

Resolución 2674 de 2013. Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas¹⁸.

Resolución 3929 de 2013. Establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o

inocuidad alimentaria/#:-:text=ISO%2022000%20es%20una%20norma,largo%20de%20la%20cadena%20alimentaria.

¹⁶ COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución número 5109 de 2005 (29 diciembre de 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2005. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

¹⁷ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 2155 de 2012 (8 agosto de 2012). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las hortalizas que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2012. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2155-de-2012.pdf>

¹⁸ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 2674 de 2013 (22 julio de 2013). Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan

pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen, y se comercialicen en el territorio nacional¹⁹.

Resolución 485 de 2005. Establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano²⁰.

Resolución 810 de 2021 - Reglamento Técnico de Etiquetado en Colombia. Mediante Resolución 810 de 2021 se establece nuevo reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal que deben cumplir los alimentos envasados o empacados para consumo humano en Colombia²¹.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga. Es un municipio colombiano, capital del departamento de Santander. La ciudad ha sido declarada por el Banco Mundial en su estudio de "ciudades

otras disposiciones. [en línea] Diario oficial. Bogotá, 2013. No. 48.862. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/>

¹⁹ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 003929 de 2013 (2 octubre de 2013). Por lo cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de éstos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. [en línea]. Bogotá, 2013. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%203929%20de%202013.pdf

²⁰ COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 485 de 2005 (4 marzo de 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. [en línea]. Diario oficial. Bogotá, 2005. No. 45.840. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://avancejuridico.com/actualidad/documentosoficiales/2005/45840/r_mps_0485_2005.html#:~:text=RESOLUCION%20485%20DE%202005&text=Por%20la%20cual%20se%20establece,de%20alimentos%20para%20consumo%20humano.

²¹ CARDENAS & CARDENAS. Resolución 810 de 2021 - Reglamento Técnico de Etiquetado en Colombia, 2021. [Sitio web]. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://dentons.cardenas-cardenas.com/es/insights/articles/2021/june/24/resolution-810-of-2021-technical-regulation-of-label>

competitivas para estudios y crecimientos" como una de las ciudades más prósperas de América Latina. Está ubicada al nororiente del país sobre la Cordillera Oriental, rama de la cordillera de los Andes, a orillas del río de Oro. Bucaramanga cuenta con 599.106 habitantes²².

En la ciudad de Bucaramanga, los sectores se ordenan de acuerdo con su participación en el mercado, así: comercio, servicios e industria y su economía representa la quinta mayor del país. La tasa de desempleo por efecto de la pandemia de COVID-19 para enero del año 2021 se ubica en 16,2%. La capital de Santander en los últimos 15 años ha optado por centros comerciales donde el consumidor encuentra todo tipo de productos y servicios²³.

En Bucaramanga se puede realizar una diversidad de actividades turísticas; Turismo ecológico a través de sus parques. La zona del centro cuenta con construcciones coloniales. La diversidad turística de Bucaramanga le valió ser escogida como uno de los 7 destinos turísticos de orgullo nacional. La ciudad cuenta con una muy buena infraestructura hotelera compuesta en parte por algunas de las mejores cadenas de hoteles del país. Varias zonas de la ciudad son centro de importantes restaurantes y discotecas de la ciudad²⁴.

La Ciudad de Bucaramanga cuenta con un importante anillo vial donde prácticamente todas sus localidades tienen sus vías pavimentadas y además su Plan de Ordenamiento Territorial (POT), clasifica las vías de la ciudad en dos tipos: las vías llamadas Arterias Tipo y las vías de la Red local del municipio. Está

ing-in-colombia#:~:text=Resoluci%C3%B3n%20810%20de%202021%20%2D%20Reglamento%20T%C3%A9cnico%20de%20Etiquetado%20en%20Colombia,-24%20de%20junio&text=Mediant e%20Resoluci%C3%B3n%20810%20de%202021,para%20consumo%20humano%20en%20Colm bia

²² WIKIPEDIA. Alcaldía de Bucaramanga. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>

²³ Ibid., p. 39.

²⁴ ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/>

conectada con el resto del país por 2 vías principales. La primera es la Ruta nacional 66 que viene de Barrancabermeja y la comunica con Cúcuta y de allí pasa a Venezuela, la segunda la Ruta Nacional 45A que viene de Bogotá y que llega hasta San Alberto. Esta vía la conecta con la Región Caribe colombiana y sus principales ciudades a través de la Ruta Nacional 45²⁵.

²⁵ WIKIPEDIA. Ruta Nacional 66 (Colombia). [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_Nacional_66_\(Colombia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_Nacional_66_(Colombia))

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Las bebidas concentradas líquidas o zumos. Es un producto que presenta la particularidad de contar con una doble forma de consumo, como bebida fría refrescantes o de forma caliente como infusión o consomé, listas y aptas para cualquier momento de consumo, elaborada de forma natural, combinando el extracto de diversas frutas, verduras, hortalizas y hierbas aromáticas, que combinadas de diferentes maneras dan origen a 4 tipos de concentrados líquidos.

Su tecnología en el proceso de elaboración es a través, de un extractor que incluye una tecnología de prensado en frío, el cual permite una mayor conservación de los compuestos nutricionales. Evitando la alteración organoléptica por oxidación, Brindado como resultado una bebida complementaria o como suplemento, satisfaciendo el valor nutricional requerido diariamente por todas las personas.

Cuenta con una presentación personal y otra familiar, en material biodegradable (cartón no retornable), rotulada con las especificaciones establecida en la legislación vigente y su comercialización se realizará con cuatro tipos de concentrados.

Los ingredientes utilizados en su elaboración tienen propiedades que ayudan al buen funcionamiento del organismo, como son las frutas y verduras en su alto contenido en vitaminas y minerales como fuente de energía, al igual que contribuyen a los procesos metabólicos.

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio. Los concentrados líquidos o zumos saludables, es un producto que combina los procesos manuales e industriales, cuya composición parte de la mezcla los

concentrados de frutas, verduras y hortalizas. Generando una bebida altamente nutritiva. De fácil consumo.

La disposición de 4 concentrados líquidos, permite al consumidor elegir entre sabores, texturas, composición nutricional, valores calóricos y energéticos entre otros. Al igual que su forma de consumo, refrigerada y refrescante o de forma caliente como infusión o consume.

Las cuatro referencias son:

- Zumo o Concentrado betabel: este concentrado líquido combina el extracto de remolacha, zanahoria, pepino, manzana verde, tallo de apio, limón y jengibre.
- Zumo o concentrado verde: este concentrado líquido combina el extracto de Naranja, manzana verde, feijoa, kiwi, lechuga verde crespita, acelgas, espinaca, brócoli, tallo apio.
- Zumo o concentrado ligero: este concentrado líquido combina el extracto de piña, pepino, naranja, melón, zanahoria, tallo apio y perejil
- Zumo o concentrado ancestral: este concentrado combina el extracto de melón, uva isabelina, zanahoria, brócoli, piña, pepino y cúrcuma.

2.1.2 Atributos diferenciadores. Ofrecer al mercado un concentrado líquido diferente, saludable y con contenido nutricional que proporcionan las diversas frutas, verduras y hortalizas.

- Producto libre de endulzantes y sabores artificiales que no son la mejor propuesta para la salud de los consumidores.

- El método de conservación del producto es a través de un método de escalfado; el cual consiste en someter a un choque térmico (cambios de temperatura altas y bajas 75c⁰ y 3c⁰) en un lapso corto, con el fin de minimizar la carga microbiológica. Evitando la perdida de vitaminas y nutrientes, presentes en los alimentos.
- Proceso productivo con alto sentido de responsabilidad social con el sector agrícola y ambiental.
- Producto apto para todas las personas; generando un valor importante de micronutrientes especiales para personas que requieren un valor nutricional adicional.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

El segmento objetivo corresponde, a las personas de un rango de edad entre 18 años a 54 años de la ciudad de Bucaramanga, el cual para efecto de esta investigación cuenta con una población de 311.861 habitantes²⁶.

$F = P (1+r)$ elevado a la n

$F = 311.861 (1 + 0,006)^5$

F= 312.798 habitantes

Tomando la información de la rata de crecimiento para la ciudad de Bucaramanga el cual corresponde al 0,06% al 2017. Se determina una población de 312.798 habitantes de edades entre los 18 y 54 años en la ciudad de Bucaramanga²⁷.

²⁶ DANE. Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV 2018. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: http://systema59.dane.gov.co/redcol/CNPV2018/PERSONAS_DEMOGRAFICO_Cuadros%20CNPV_2018.htm

²⁷ POPULATION.CITY. Bucaramanga población. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 21 de abril 2022]. disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/bucaramanga/>

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información. Con base en la investigación a desarrollar, se requiere la recolección de datos para identificar las posibilidades de aceptación del producto, precisando sus características, especificaciones, usos y atributos frente a la competencia.

- Información del consumo, las preferencias y características sobre el comportamiento de los establecimientos comerciales en referencia a comercialización de productos orgánicos.
- Nivel actual de las empresas que representan la competencia, cobertura, precio, publicidad, promociones.
- Los canales actualmente utilizados para distribución de los productos orgánicos, para escoger el más adecuado
- Los precios por los cuales se ofrecen los productos orgánicos en los establecimientos de comercio, para lo cual se debe analizar los sistemas de fijación de precio.
- Las estrategias de publicidad que actualmente utiliza la competencia, determinando que factores son los que emocionan al cliente, le generan inquietud, interés e impulso para adquirir el producto.
- El perfil de los consumidores.

2.3.2 Tipo de estudio. Exploratoria. Basada en fuentes secundarias, como artículos de revistas, referencias bibliográficas y páginas de internet²⁸.

²⁸ ECOMIPEDIA. Investigación exploratoria. [Sitio web]. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>

Descriptiva. Permite identificar las costumbres y actitudes a través de la determinación exacta de las actividades y preferencias de las personas, con el fin de conocer las relaciones que existen entre las variables a investigar y el proyecto²⁹.

2.3.3 Enfoque. Mixto. Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. En esta investigación el enfoque cuantitativo se aplica al determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta y Cualitativo a razón de conocer las diferentes opiniones, gustos y comentarios³⁰.

2.3.4 Fuentes de información. Primarias. Contienen información de primera mano y se utilizan durante los procesos investigativos. La investigación secundaria utiliza información organizada por fuentes externas, como Agencias Gubernamentales, medios de comunicación, Cámaras de Comercio, DANE, tesis, web, libros, Banco de la República.

2.3.5 Técnicas de investigación. El instrumento para la obtención de información a aplicar, es a través de una encuesta, la cual comprenderá una serie de preguntas encaminadas a mostrar los gustos y preferencias de las personas en cuanto a los atributos, que se pretenden ofrecer y la frecuencia con que ellos los adquieren.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información. Cuestionario estructurado

2.3.7 Modo de aplicación. (Directa, por correo, por teléfono, por Internet).

Por Internet.

2.3.8 Cálculo de la muestra. Para el cálculo de la muestra, se aplica la formula con

²⁹ ECOMIPEDIA. Investigación descriptiva. [Sitio web]. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>

³⁰ INVESTIGALIA. El enfoque mixto de investigación: algunas características. [Sitio web]. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 8%.

N: corresponde a la muestra o población, es decir 311.861 Fuente: (DANE 2018) Bucaramanga.

Z: con un nivel de confianza del 95% que corresponde al 1,96

Po: probabilidad de éxito (50%)

Qo: probabilidad de fracaso (50%)

e: corresponde al nivel de error, que para efecto de este ejercicio corresponde al 8%

$$n = \frac{312798 * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{0,08^2 * (312798 - 1) + 1,92^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 149,99$$

Se determina la aplicación de mínimo 150 encuestas.

2.3.9 Alcance. Ciudad de Bucaramanga.

2.3.10 Tiempo de aplicación. Para el tiempo de aplicación se determinar una semana (7 días).

2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados.

- **Pregunta 1: ¿Conoce o ha oído usted sobre productos saludables como como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?**

Ilustración 1. ¿Conoce o ha oído usted sobre productos saludables como como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?

150 respuestas

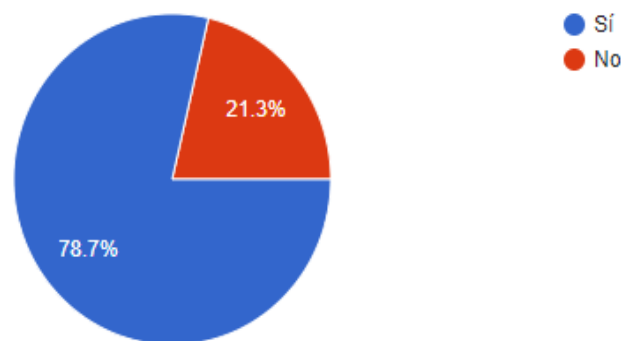


Tabla 2. ¿Conoce o ha oído usted sobre productos saludables como como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?

¿Conoce o ha oído usted sobre productos saludables como como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?			
	Frecuencia		Porcentaje
Si		118	78,67%
No		32	21,33%
Total		150	100,00%

Con la pregunta número 1. Se determina que el 78,67% de la población encuestada conoce o ha oído de productos con características saludables, lo cual permite inferir que tiene un potencial alto de aceptación para el proyecto objeto de estudio.

- **Pregunta 2: ¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?**

Ilustración 2. ¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?

150 respuestas

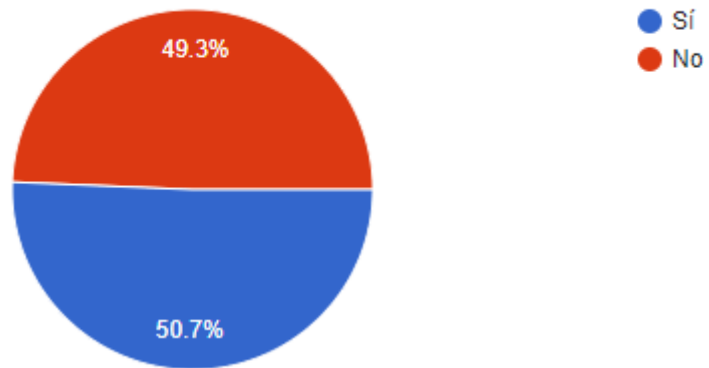


Tabla 3. ¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?

¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?			
	Frecuencia	Porcentaje	
Si	76	50,67%	
No	74	49,33%	
Total	150	100,00%	

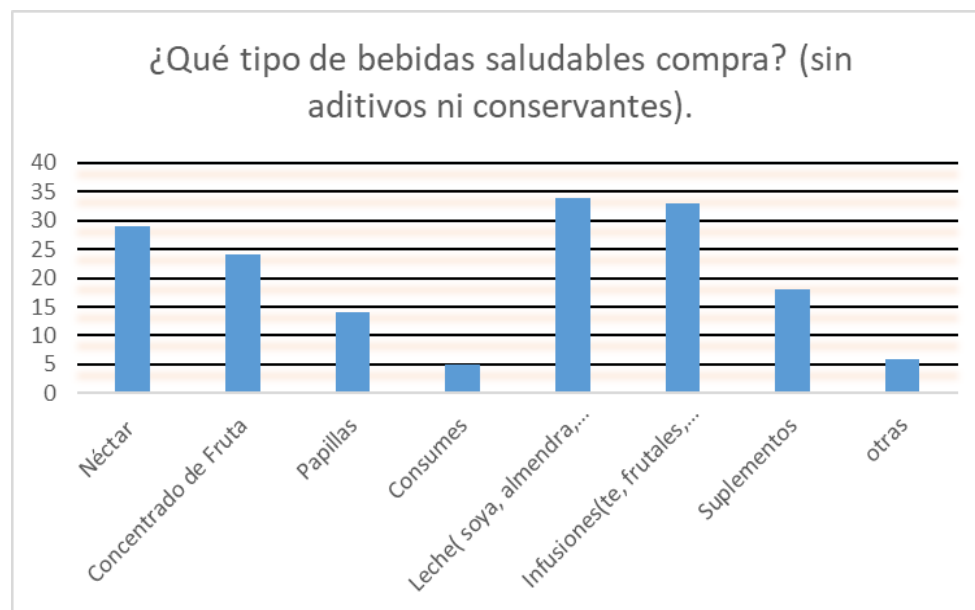
Permite determinar con mayor exactitud, el número de personas que compran productos con características saludables. Siendo así un 50,67%, las personas que si compran para consumo propio o para un tercero productos saludables. Es decir, una población potencial del N (312.798) *50.67% = 158.495 personas.

Tabla 4. Análisis entre la pregunta 1 y la pregunta 2 Compra de Productos Saludables.

Análisis entre la pregunta 1 y la pregunta 2 Compra de Productos Saludables		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	76	64,14%
No	42	35,59%
Total	118	100,00%

- **Pregunta 3. ¿Qué tipo de bebidas saludables compra? (sin aditivos ni conservantes).**

Ilustración 3. ¿Qué tipo de bebidas saludables compra? (sin aditivos ni conservantes).



Se realiza un análisis entre la pregunta 1 y 2. Se identifica que el 64,41% de la población objeto de estudio respondieron si, al momento de comprar algún tipo de bebida saludable. Es decir 118 personas. Muestra el proyecto factible frente a la

aceptación y compra de productos con características saludables. Mostrando un mercado potencial.

Tabla 5. ¿Qué tipo de bebidas saludables compra? (sin aditivos ni conservantes).

¿Qué tipo de bebidas saludables compra? (sin aditivos ni conservantes).		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Néctar	29	38,16%
Concentrado de Fruta	24	31,58%
Papillas	14	18,42%
Consumes	5	6,58%
Leche(soya, almendra, avena)	34	44,74%
Infusiones(te, frutales, caldos)	33	43,42%
Suplementos	18	23,68%
otras	6	7,89%
Total Encuestados		76

La pregunta anterior muestra la tendencia del comportamiento de compra en el segmento de bebidas saludables. Entre los productos más destacados están los tipos de leches (soya, almendras, avena entre otros). Y las infusiones como Tés, infusiones frutales y caldos. La escala de productos con mayor reconocimiento son los néctares y concentrados de fruta. Este dato demuestra que existe una alta preferencia por el tipo de productos alimenticios a base de frutas, lo cual favorece a realización del proyecto por la aceptación que este tipo de producto tiene en el mercado.

- **Pregunta 4. ¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?**

Ilustración 4. ¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?

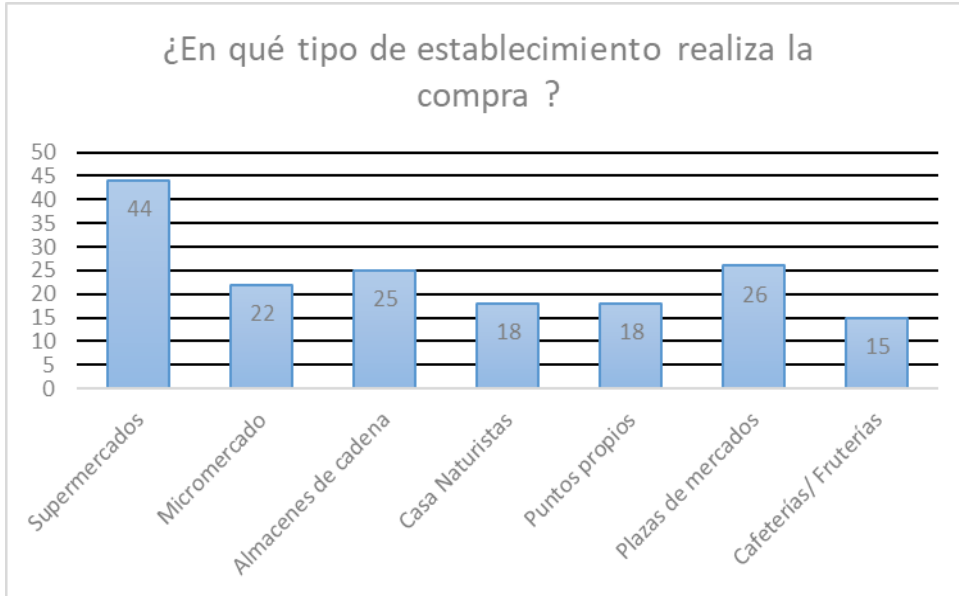


Tabla 6. ¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?

¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	44	57,89%
Micromercado	22	28,95%
Almacenes de cadena	25	32,89%
Casa Naturistas	18	23,68%
Puntos propios	18	23,68%
Plazas de mercados	26	34,21%
Cafeterías/ Fruterías	15	19,74%

En el estudio de venta del producto, se determina un porcentaje de compra en establecimientos. De acuerdo a la respuesta, la empresa productora de zumos, Nutrición Arte Gourmet, tomará como sitios de inicialmente distribución los supermercados, las plazas de mercado y almacenes de cadena.

- **Pregunta 5. ¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?**

Ilustración 5. ¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?

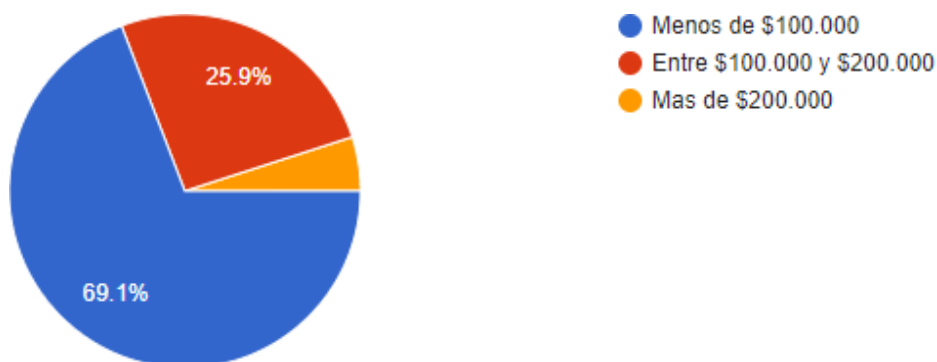


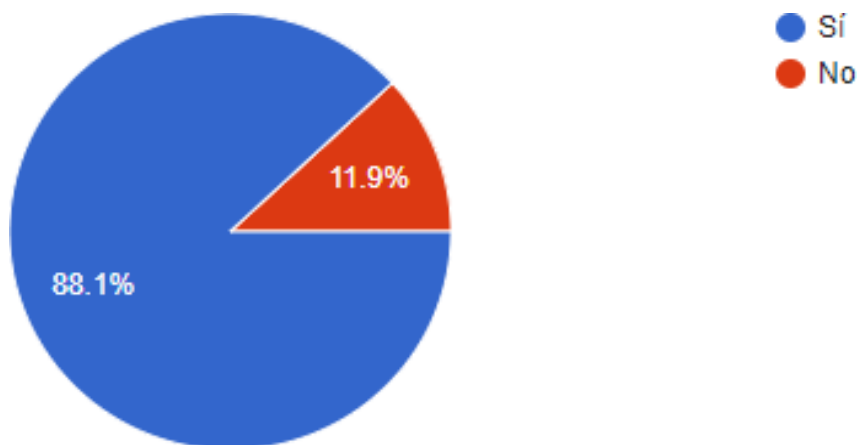
Tabla 7. ¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?

¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?					
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media de clase	Ponderación	
Menos de \$100.000	53	69,74%	\$ 50.000,00	\$ 34.858,42	
Entre \$100.000 y \$200.000	19	25,00%	\$ 150.000,00	\$ 37.500,00	
Mas de \$200.000	4	5,26%	\$ 250.000,00	\$ 13.159,89	
Total	76	100,00%		\$ 85.526,32	

En el análisis de la pregunta 5, se observa que el 69,74% de las personas encuestadas es decir 53, realizan una inversión de dinero en compras de productos saludables inferior a los \$100.000 COP. Los consumidores estarían dispuestos a invertir un valor de \$85.526,32 COP en bebidas alimenticias

- **Pregunta 6. De producirse una bebida, zumo o concentrado líquido saludable que se pueda consumir frío o caliente y además mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, con un alto valor nutricional ¿Estaría dispuesto a realizar la compra?**

Ilustración 6. De producirse una bebida, zumo o concentrado líquido saludable, que se pueda consumir fría o caliente y además mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, con un alto valor nutricional ¿estaría dispuesto a comprarla?



Al exponer las características de los zumos que oferta la empresa Nutrición Arte Gourmet, el 88.16% aprobaron la propuesta de adquirir los zumos.

$N * 50.67\% * 88.16\%$

$N = 312798 * 50.67\% * 88.26\%$

N= 139.729

Se consideran los 139.729 como consumidores potenciales, que comprarían las bebidas alimenticias ofertadas por la idea de negocio.

Tabla 8. De producirse una bebida, zumo o concentrado liquido saludable, que se pueda consumir fría o caliente y además mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, con un alto valor nutricional ¿estaría dispuesto a comprarla?

De producirse una bebida, zumo o concentrado liquido saludable, que se pueda consumir fría o caliente y además mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, con un alto valor nutricional ¿estaría dispuesto a comprarla?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	67	88,16%
No	9	11,84%
Total	76	100,00%

- **Pregunta 7. ¿En qué presentación le gustaría encontrarla?**

Ilustración 7. ¿En qué presentación le gustaría encontrarla?



Tabla 9. ¿En qué presentación le gustaría encontrarla?

¿Qué tipo de presentación de bebida saludable es su preferida?				
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Mililitros	Ponderación
350 ml	13	19,4%	300	58,21
500 ml	36	53,7%	500	268,66
1000 ml	11	16,4%	1000	164,18
1500 ml	0	0,0%	1500	0,00
2000 ml	7	10,4%	2000	208,96
Total	67	100,0%		700,00

De los consumidores potenciales que manifestaron su aceptación por el consumo de zumos, 67 en total, manifestaron su preferencia por los diferentes volúmenes contenido en el empaque. De acuerdo; con esta información la empresa decide utilizar empaque de 500 ml.

- **Pregunta 8** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml?

Ilustración 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml?

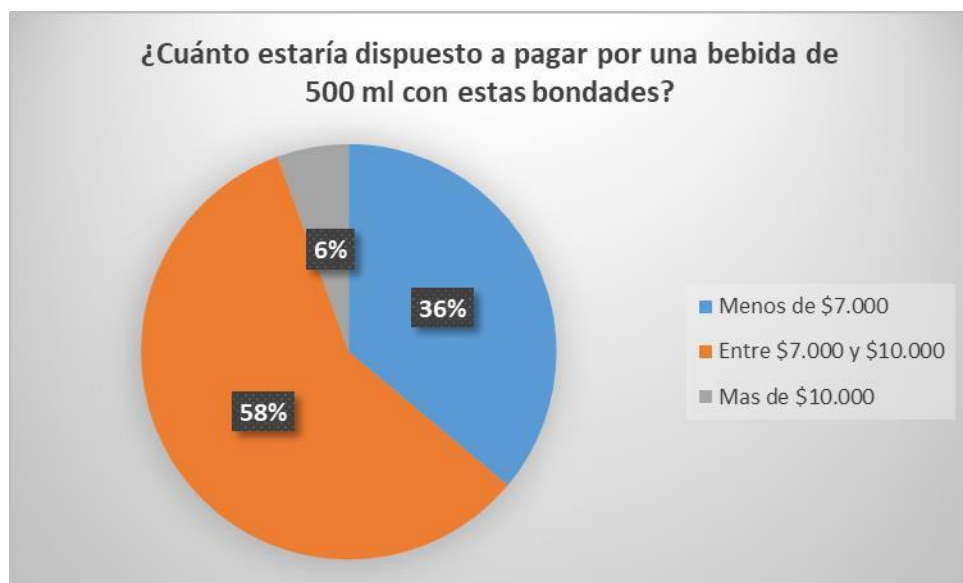


Tabla 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml con estas bondades?				
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media de clase	Ponderación
Menos de \$7.000	13	36,11%	\$ 3.500,00	\$ 1.263,89
Entre \$7.000 y \$10.000	21	58,33%	\$ 8.500,00	\$ 4.958,33
Más de \$10.000	2	5,56%	\$ 11.500,00	\$ 638,89
Total	36	100,00%		\$ 6.861,11

De acuerdo con la tabla anterior se fija el precio de \$7.846 para la presentación de 500 ml.

- **Pregunta 9.** ¿Cuál sería su frecuencia de compra?

Ilustración 9. ¿Cuál sería su frecuencia de compra?

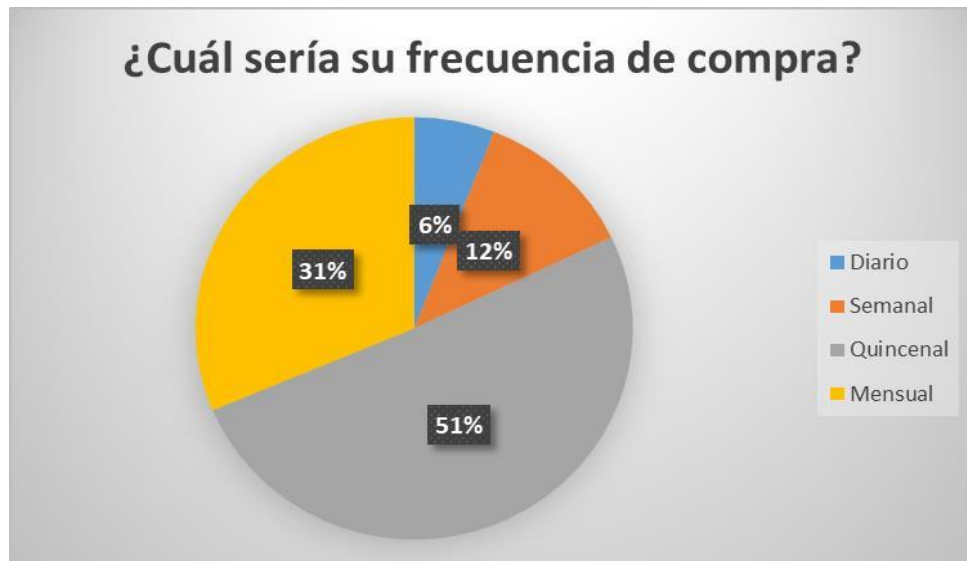


Tabla 11. ¿Cuál sería su frecuencia de compra?

¿Cuál sería su frecuencia de compra?				
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Días	Ponderación
Diario	4	5,97%	365	21,79104478
Semanal	8	11,94%	52	6,208955224
Quincenal	34	50,75%	26	13,19402985
Mensual	21	31,34%	12	3,76119403
Total	67	100,00%		44,95522388
				3,75

El estimado de compra da como resultado 45 veces al año por persona.

Demanda = 139.728 personas * 45 frecuencia de compra al año

Demanda estimada = 6.287.803

- **Pregunta 10.** ¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?

Ilustración 10. ¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?



Tabla 12. ¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?

¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?				
	Frecuencia	Porcentaje	Unidades	Ponderación
1	15	22,39%	1	0,22
2	25	37,31%	2	0,75
3	14	20,90%	3	0,63
4	9	13,43%	4	0,54
5	4	5,97%	5	0,30
Más de 5	0	0,00%	Más de 5	0,00
Total	67	100,00%		2,43

Con base en la anterior tabla, se deduce un promedio de compra de 2 unidades por persona. Lo que determina un número de unidades por los ingresos y demanda anual, que los consumidores invierten en productos como bebidas saludables.

Demanda= 6.287.803 * frecuencia de compra * valor promedio de compra de 500 ml. Demanda es = 12.575.607 unidades * \$6.861 = \$86.281.240.822

- **Pregunta 11. ¿Cómo le gustaría que viniera empacado?**

Ilustración 11. ¿Cómo le gustaría que viniera empacado?



Tabla 13. ¿Cómo le gustaría que viniera empacado?

¿Cómo le gustaría que viniera empacado?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Recipientes desechables	2	2,99%
Envases plásticos	7	10,45%
Cajas de cartón	7	10,45%
Materiales Biodegradables	35	52,24%
Bolsas plásticas	6	8,96%
Vidrio	9	13,43%
Otro	1	1,49%
Total	67	100,00%

De la anterior tabla, se logra determinar la relación que tienen los productos saludables con el uso de productos eco amigables y su relación con el medio ambiente, determinando un valor importante de 52,24% de material biodegradable como material de empaquetado, frente a los distintos materiales prescritos en la encuesta. Entonces, la empresa presentara su producto en materiales biodegradables para el empaque.

- **Pregunta 12.** ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?

Ilustración 12. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?

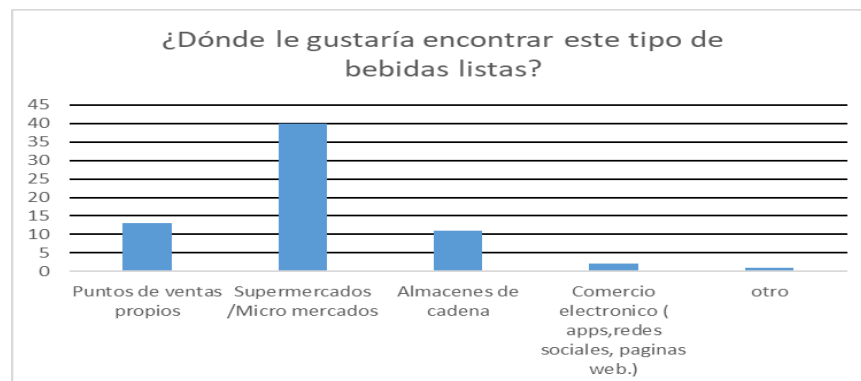
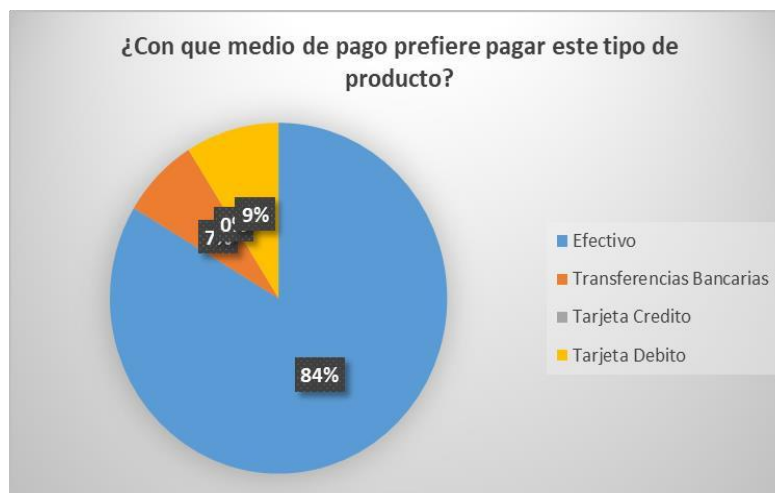


Tabla 14. ¿En qué lugar le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?

¿Dónde le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Puntos de ventas propios	13	19,40%
Supermercados /Micro mercados	40	59,70%
Almacenes de cadena	11	16,42%
Comercio electrónico (apps, redes sociales, páginas web.)	2	2,99%
Otro	1	1,49%
	67	

Pregunta 13 ¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?

Ilustración 13. ¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?



En la anterior tabla, se determina una alta preferencia por parte de los consumidores en la adquisición de los zumos en supermercados (incidencia en el ítem de supermercados) / Micro mercados superior al 50%, lo cual indica que los compradores potenciales prefieren encontrar este tipo de productos en estos lugares (el mercado potencial para este tipo de producto). Los zumos se distribuirán

en los supermercados, además coincide con los sitios en los cuales los consumidores adquieren las bebidas en general de acuerdo con la pregunta 8.

Tabla 15. ¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?

¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	56	83,58%
Transferencias Bancarias	5	7,46%
Tarjeta Crédito	0	0,00%
Tarjeta Debito	6	8,96%
	67	100,00%

Esta pregunta del medio de pago tiene varias opciones de respuesta. La empresa ofertará el producto para pago en efectivo en los supermercados o con los medios de pago que ellos tengan a disposición de sus clientes. Sin embargo, la empresa recibirá por transferencias el dinero producto de la venta de los zumos. En el cual según la tabla número 19, se observa el medio de pago preferido para la compra de productos con características indicadas. Es el efectivo, con un porcentaje de participación del 83,58%

- **Pregunta 14. ¿Cuál es el medio de publicidad preferido?**

Ilustración 14. ¿Cuál es el medio de publicidad preferido?

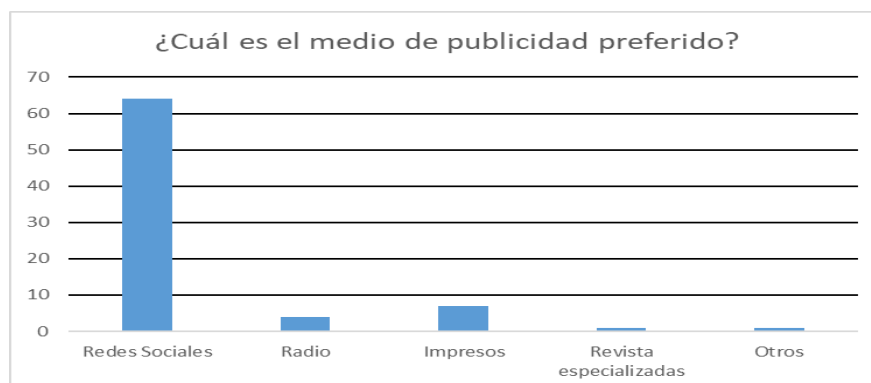


Tabla 16. ¿Cuál es el medio de publicidad preferido?

¿Cuál es el medio de publicidad preferido?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	64	95,52%
Radio	4	5,97%
Impresos	7	10,45%
Revistas especializadas	1	1,49%
Otros	1	1,49%

Esta pregunta permite determinar que las redes sociales son el medio de publicidad por las cuales se enteran con mayor frecuencia de los productos y servicios y conocen sus características. (frecuentado para la divulgación y conocimiento de productos y servicios, por las personas objeto de la investigación). Por lo cual Nutrición Arte Gourmet, establece las redes sociales como medio de divulgación y estrategias de marketing.

2.3.12 Estimación de la demanda actual. Con base a la información que se ha recolectado, en la aplicación de la encuesta; se pretende realizar la estimación de la demanda, mediante la técnica de la extrapolación, para el primer año de producción y comercialización de las bebidas de zumo o concentrados líquidos.

Considerando que el comportamiento observado en la prueba de campo estudiada se puede proyectar para el total de la población; mediante los porcentajes obtenidos, se realiza el siguiente análisis.

Mercado objetivo = 312798 habitantes

Frecuencia de compra al año = 45

Número de unidades compradas 2

Total, de la demanda anual = $312798 \times 45 \times 2 = 28.151.820$ unidades/año

Mercado objetivo o total demandado corresponde a 312.798 habitantes, multiplicada por la frecuencia de compra 2 unidades. = 625.596, a su vez multiplicado por la frecuencia de compra por año, ó sea 45. = 28.151.820 unidades/año.

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva. Se considera que el comportamiento observado en la prueba de campo estudiada, se puede proyectar para el total de la población; mediante los porcentajes obtenidos. Se realiza el siguiente análisis.

Mercado objetivo 312.798 *50.75% (pregunta 2.) que actualmente compra para el consumo propio o de terceras bebidas con características saludables *88.16% (pregunta 6.) de la población dispuesta a comprar el zumo o concentrado líquido con las características descritas. = Población total = 139.950, esta población multiplicada por la frecuencia de compra 2 unidades. (pregunta 10.) = 279.899, y estas por la frecuencia de compra por año 45. (pregunta 9.) = 12.595.462 unidades/año. Concluye un mercado potencial en el número de demanda efectiva.

2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Al analizar cuantitativamente la evolución histórica de esta demanda, se considerará el número de habitantes de Bucaramanga. su crecimiento poblacional a cinco años, que corresponde al 0.06%

Valor presente - Valor Futuro. $F = P (1+i)^n$, donde n= 1,2,3,4,5 años

Tabla 17. Demanda actual proyectada.

AÑO	DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
1	28.168.711
2	28.185.612
3	28.202.524
4	28.219.445
5	28.236.377

En la demanda actual, el estudio aplicado concluye, que para la población objeto de investigación, los hombres y mujeres entre los 18 y 54 años de edad de la ciudad de Bucaramanga, tienen un consumo de 28.168.711 unidades de bebidas con características saludables por año, que va en aumento según rata de crecimiento población del 0.06%.

Tabla 18. Demanda efectiva proyectada.

AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTA
1	1
2	
3	
4	

En la demanda efectiva proyectada, el proyecto contara una estimación de crecimiento de 7.562 unidades en comparación del año 1 al año 2. según rata de crecimiento población del 0.06%

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Tabla 19. Matriz comparativa con empresas competidoras líderes en el sector [Benchmarking].

Empresa	Producto	Presentacion	Precios	Canal de distribucion	Debilidades	Fortalezas	colocacion en AMB Uni. prom a
Taeq	Bebida conciencia	250 ml	\$ 7.900	Directo- pagina web	Sabor bastante acido- Es una mezcla de 3 productos- Su composicion es de un 80% frutal- Sabores muy similares entre su referencias	Cuenta con el respald de la compañía c productos sa con tend Elab	
	bebida hoy	250 ml	\$ 7.900				
	bebida danza	250 ml	\$ 7.900				
	bebida contemplaci	250 ml	\$ 7.900				
	Bebida diversad	250 ml	\$ 7.900				
Alpina	soy rojo	305 ml	\$ 7.290	Venta en diferente canales de distribucion almacen cade			
	Soy verde	305 ml	\$ 7.290				
	soy Amarillo	305 ml	\$ 7.290				
Vitagras	Frutos rojos	300 ml	\$				
	Frutos rojos	1000 m					
	Frutos Amarillo						
	Frutos de Agrad						
Cosech							

Con la matriz anterior se determina, la oferta promedio de cada uno de los competidores. Entre ellos se destacan 3 grandes empresas con colocación de producto a nivel nacional, como lo son Grupo éxito con la marca Taeq, Alpina y Cosechas, competidores con gran musculo financiero y plataformas digitales, al igual que puntos de venta directa. Su precio y presentación son constante, con un total de unidades de venta promedio al año en el área metropolitana de 1.021.360,

lo que corresponde a un 3.62% de la demanda actual, determinados como competidores por las características de sus bebidas.

2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio. Con el análisis de la encuesta aplicada, concluye con una aceptación positiva de los zumos o concentrados líquidos, que corresponde a las siguientes razones:

- Es una bebida innovadora en el mercado, debido a que sus componentes y características en el mercado son únicas.
- En una sola bebida concentra un valor importante de vitaminas y micro nutrientes, necesarios por las personas a diario.
- Es una bebida dirigida a todas las personas, pero con mayor impacto a personas carentes de productos nutricionales.
- Amplía y brinda soluciones prácticas en el consumo y hábitos saludables.
- Ofrece una solución al mercado potencial alternativo, que busca un producto natural, sin aditivos y sin preservantes.

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia. La composición que corresponde a la mezcla de diversas frutas, verduras y hortalizas, brinda una bebida única y con los nutrientes necesarios para procurar una alimentación balanceada.

- La versatilidad de consumo, como una bebida fría y refrescante o la posibilidad de ser consumida como una infusión caliente.
- Libre de aditivos y preservantes.
- Contenido con alto valor nutricional.

2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

Para la estructura de comercialización y distribución, parte de la información recolectada por la encuesta aplicada, donde el 59,70% de las personas realizan la compra en supermercados y/o Micro mercados, por lo que se contempla un punto de producción y venta por canal de distribución indirecta.

2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

La estrategia está por determinarse, según estudio técnico, donde se identifique el costo unitario y de igual manera se establezcan las políticas de precios para el canal indirecto, además se determine la operación logística, políticas de devolución y exhibición del producto.

- Precios fijos: para ventas directas
- Precios variables: canal indirecto
- Precio de penetración: por tema de lanzamiento ofertas o descuentos
- Estrategias de precios descremado: fijar un precio inicial elevado a un producto nuevo para que sea adquirido por aquellos compradores que realmente desean el producto y tienen la capacidad económica para hacerlo. Una vez satisfecha la demanda de ese segmento y/o conforme el producto avanza por su ciclo de vida, se va reduciendo el precio para aprovechar otros segmentos más sensibles al precio.

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1 Estrategias de comunicación. Los canales de comunicación estipulados son:

- Línea de celular: una línea de servicio a la cliente direccionada para estrategias comerciales como ventas, promociones, publicidad, y otra para peticiones quejas y reclamos. Se utilizarán como herramientas para WhatsApp.
- Página web: contara con información de calidad, de los productos ofertados en el mercado, beneficios para la salud, talleres de información y divulgación.
- Redes sociales: páginas oficiales con publicaciones diarias, 3 veces al día con información de producto, promoción, publicidad con atención a peticiones, quejas y reclamos.

2.8.2 Presupuesto de comunicación.

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento.

Tabla 20. Presupuesto de lanzamiento.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Identidad corporativa	4	\$ 200.000	\$ 800.000
Logotipo y marca	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Degustación	100	\$ 1.000	\$ 100.000
Volantes informativos	1.000	\$ 25	\$ 25.000
Música y animación	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Obsequios por compras	50	\$ 2.000	\$ 100.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL			\$ 1.625.000

El presupuesto de lanzamiento como lo describe la tabla anterior, se determinan 6 variables indispensables, el cual constituye un valor de \$ 1.625.000 COP

2.8.2.2 Presupuesto de operación.

Tabla 21. Presupuesto de operación.

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUA
Servicio de internet	\$ 100.000	\$
Plan corporativo línea móvil	\$ 50.000	
Volantes	\$ 2	
Licencia web		
Campañas comerciales		
TO		

El presupuesto de operación anual corresponde a \$4.020.000 COP.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TIPO DE PROYECTO. El proyecto es de producción de zumos o concentrados líquidos, que combina la extracción de frutas, verduras y hortalizas.


3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.

Ilustración 15. Ficha técnica del producto mínimo viable.

FICHA TÉCNICA	
A. NOMBRE DEL PRODUCTO	Zumo Betabel
B. COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE	Concentrado líquido obtenido a través de la extracción de remolacha, zanahoria, pepino, manzana verde, tallo de apio y jengibre.
C. PRESENTACIONES COMERCIALES	Presentación de 500 mililitros
D. TIPO DE ENVASE	Vaso de 16 Onzas plástico Transparente.
E. MATERIAL DE ENVASE	Vaso de 16 Onzas plástico de polipropileno.
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)	Procesamiento de frutas, verduras y hortalizas, en cortes pequeños que permiten la extracción; por medio de

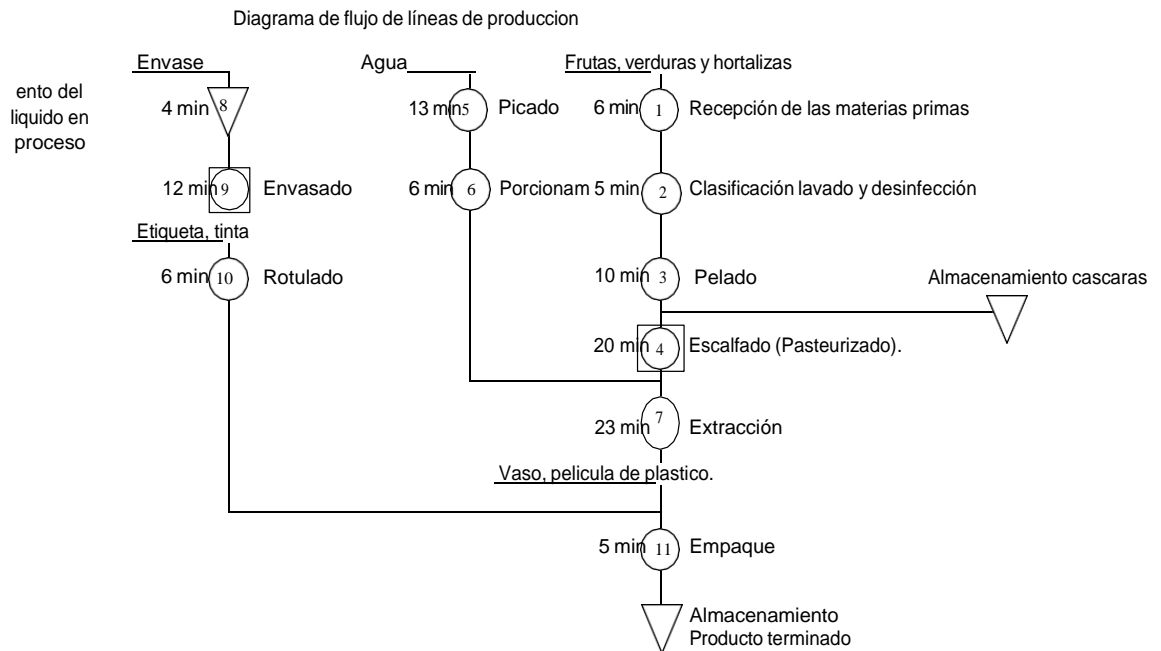


	comprensa en frío retirando el contenido líquido del producto.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Carbohidrato
	Proteínas
	Vitaminas
	Minerales
H. VIDA ÚTIL ESTIMADA	17 días desde su elaboración, y el consumo debe ser inmediato una vez sea destapado.
I. PORCIÓN RECOMENDADA	500 mililitro por día.
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Textura acuosa, de sabor astringente, dulcificada por las frutas, de color verde.
TIPO DE CONSERVACIÓN	De consumo inmediato, o mantener en temperatura de 4° C, consumir hasta lo indicado por la fecha de vencimiento.
DISEÑO	
J. GRUPO POBLACIONAL	Hombre y mujeres de 16 años de edad hasta los 60 años.

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave. (Para Empresas de producción: El proceso productivo de la elaboración de los zumos o concentrados líquidos saludables, comprende 10 operaciones, 2 inspecciones, 1 almacenamiento de producto en proceso, una estimación de tiempo de mantenimiento y lavado y

desinfección. Por lotes de producción de 100 unidades de zumos o concentrados líquidos de 500 ml. Con un costo de \$192.500 más IVA de materia prima y \$212.867 en costo de producción para un total de \$405.367 por lote de 100 unidades de 500 ml.

Ilustración 16. Diagrama de flujo de producción lote de 100 unidades.



Descripción del proceso:

- **Recepción de las materias primas.** capacidad de almacenamiento promedio para frutas y verduras de 12 kilos por canastilla. Para la conservación de la materia prima, cuarto frío de 6 mt², con un tiempo estimado de 6 minutos.
- **Clasificación lavado y desinfección.** Lavado manual de cada una de los productos requeridos para la elaboración de los zumos, con un tiempo estimado por proceso 5 minutos.
- **Pelado.** Pelar diferentes verduras como, zanahoria, remolacha, pepino entre otros, lo que reducirá de manera significativa los tiempos de preparación, en un tiempo estimado de 10 minutos.
- **Escalfado.** Exposición a un choque térmico de altas y bajas temperaturas en un tiempo reducido. Minimizando la exposición de microorganismo patógenos, con un tiempo estimado de 20 minutos. Este proceso cuenta con inspección donde se confirma que alcance las temperaturas correspondientes.
- **Picado** se realizan cortes más pequeños que permitan más adelante hacer el proceso de extracción, con un tiempo estimado de 13 minutos.
- **Línea o área de Porcionamiento.** Con las materias primas cortadas, se procede a clasificar por gramaje establecido por la formulación, a través de una báscula digital, con un tiempo estimado de 6 minutos.
- **Extracción.** Someter las materias primas a un proceso de compresión, para cambiar su estado, es decir de sólido a líquido y obtener una bebida, con un tiempo estimado de 23 minutos.
- **Almacenamiento producto en proceso.** Una vez obtenido la bebida, es dispuesta a una envasadora, que dosifica y dispone la bebida en los vasos, con un tiempo estimado de 8 minutos.
- **Envasado.** Dosificar en la cantidad requerida de 500 ml en los vasos, en porción individual, con un tiempo estimado de 12 minutos.

- **Rotulado.** Procede a realizar la marcación del lote, y fecha de vencimiento, con el respectivo rotulo de etiqueta de descripción del producto, con un tiempo estimado de 6 minutos.
- **Empaque y almacenamiento de producto terminado.** Las bebidas se disponen en cuartos de almacenamiento de producto terminado. Tiempo estimado 5 minutos.
- **Lavado y desinfección de la maquinaria y equipos de trabajo.** Este proceso, aunque no es determinado en la línea de producción, se cuantifica para el estudio de métodos y tiempo. Para determinar la capacidad instalada. Con un tiempo estimado de 4,2 y 3 minutos respectivamente por ciclo/lote.

Tabla 22. Tiempo ciclo/Lote.

					Cantidad	Tiempo (min)				
Operación					10	74				
Inspección					2	32				
Almacenamiento producto proceso					1		4			
Lavado y desinfección					1		2			
Mantenimiento					1		3			
Totales					15		115			

En conclusión, el tiempo estimado de producción de zumos o concentrados líquidos por lote de producción de 100 unidades, corresponde a 115 minutos, para la estimación de tiempos por lote, se contempla el tiempo de lavado y desinfección de las áreas de trabajo, también el tiempo de mantenimiento de los equipos, los cuales no se estipularon en el diagrama de procesos.

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Con base a la resolución 0312 de 2019 por la cual se define los

estándares mínimos de sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo SG-SST, en conformación para la empresa Nutrición Arte Gourmet la cual se constituye o conforma por un número inferior a 10 empleados con niveles de riesgos I, II y III.

Tabla 23. Estándares mínimos para empresas, empleadores y contratantes con diez (10) o menos trabajadores clasificados con riesgo I, II, o III.

Estándares mínimos para empresas, empleadores y contratantes con diez (10) o menos trabajadores clasificados con riesgo I, II, o III.	
Ítem	Criterio empresa de diez (10) o menos clasificadas en riesgo I, II, III
Asignación de persona que diseña el sistema de gestión SST	Puede ser realizado por un técnico en seguridad y salud en el trabajo que acredite mínimo un año de experiencia
Afiliación al sistema de seguridad social integral	Afiliación al sistema de seguridad social en salud, pensión y riesgo laborales de acuerdo a normatividad vigente
Capacitación en SST	Elabora un Cronograma de capacitaciones en SST
Plan Anual de trabajo	Elaborar el plan Anual de trabajo del sistema de gestión de SST, firmado por el empleador o contratante, en el que se identifique como mínimo objetivos, metas, responsabilidades y recursos
Evaluaciones medicas ocupacionales	Realizar las evaluaciones medicas ocupacionales de acuerdo con la normatividad y los peligros/riesgos a los cuales se encuentre expuestos el trabajador
Identificación de peligros; evaluación y valoración de riesgo	Realizar la identificación de peligros y la evaluación de los riesgos con el acompañamiento de la ARL
Medidas de prevención y control frente a peligros/riesgos identificados	Ejecutar las actividades de prevención y control de peligros y/o riesgos, con base en el resultado de la identificación de peligros, la evaluación y valoración de los riesgos.

Este Sistema es una herramienta de orientación básica sobre las estrategias que se deben implementar en la labor de la prevención y control de los accidentes de trabajo y las enfermedades de origen laboral, teniendo en cuenta lo contemplado en la legislación actual en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Dentro de los beneficios se encuentran:

- Cumplir con los estándares mínimos de la resolución 0312 de 2019 en el 2022.
- Cumplimiento y continuidad al plan de mejoramiento 2022.
- Obtener mayor porcentaje en el cumplimiento de la autoevaluación del SGSST en la plataforma del MINISTERIO DE TRABAJO (FONDO DE RIESGOS LABORALES) Y LA ARL.
- Tranquilidad por el cumplimiento de los requisitos mínimos legales y acciones básicas de la Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Eficiencia en la administración del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Generación de un mayor compromiso de la empresa con la salud y seguridad de los trabajadores.
- Mejorar la capacidad de respuesta en la ocurrencia de un evento (Incendio, sismo, Accidentes).
- Disminuir la vulnerabilidad ante una emergencia por contar con personal entrenado.

PROPUESTA ECONÓMICA

Tabla 24. Propuesta económica

Valor de la Propuesta	
• DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL SGSST	\$2.500.000 libre de impuestos y retenciones
• MANTENIMIENTO MENSUAL	(\$200.000) 2.400.000
• TOTAL ANUAL	\$4.900.000

3.2.4 Análisis Ambiental. La empresa Nutrición Arte Gourmet. Establece el plan de Manejo Ambiental para su actividad económica producción de zumos o concentrados líquidos. Para eliminar o mitigar los impactos ambientales negativos que se generen en dichas actividades al medio ambiente, trabajadores y comunidad en la viabilidad ambiental del PMA.

La identificación de los impactos ambientales en la elaboración de zumos o concentrados líquidos, se desarrolla a partir los procesos recepción de materias primas, clasificado lavado y desinfección, pelado, pasteurizado, extracción, envasado, rotulado, almacenamiento y comercialización donde se genera la afectación a los recursos aire, agua y suelo. Enfocados en el consumo de energía, agua y la generación de residuos sólidos, ruido y olores ofensivos.

Tabla 25. Jerarquía de impactos ambientales.

Jerarquización de aspectos Ambientales	
Aspectos Ambientales	Impactos Ambientales
Consumo de Agua	Agotamiento de recurso hídrico
Generación de aguas residuales	Contaminación de agua
Consumo de energía	Afectación del recurso hídrico
Generación de residuos solidos	Contaminación de suelo
Generación de residuos peligrosos	Contaminación de suelo
Emisión de olores	Contaminación de aire
Generación de ruido	Contaminación sonora
Generación de material particulado (proceso)	Contaminación de aire
Generación de material particulado (transporte)	Contaminación de aire
Generación de ruido (Transporte)	Contaminación de aire
Generación de gases (Transporte)	Contaminación de aire
Consumo de combustible para transporte	Agotamiento de recursos naturales
Instalación de publicidad	Contaminación visual
Generación de empleo	Mejoramiento de la calidad de vida
Generación de RSO aprovechables, (papel, cartón, plástico, metal, vidrio y orgánicos)	Contaminación de suelo
Emisión de olores	Afectación a la salud humana
Generación de ruido	Afectación a la salud humana
Generación de material particulado (proceso)	Afectación a la salud humana
Generación de vectores	Afectación a la salud humana
Generación de residuos peligrosos	Afectación a la salud humana

Fuente: Modelo de las Fichas de Manejo Ambiental según el tipo de impacto

Tabla 26. Cotización implementación del sistema gestión ambiental.

COTIZACIÓN	0000000
IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA GESTIÓN AMBIENTAL	
OBJETO:	Prestar apoyo y acompañamiento en la elaboración e implementación del Plan de Manejo Ambiental de la empresa de Nutrición Arte Gourmet de zumos o concentrados líquidos.
VALOR INICIAL:	\$ 2.500.000
VALOR ADICIONAL:	
VALOR TOTAL CONTRATO:	\$ 2.500.000
PLAZO CONTRATO:	45 días
CONTRATISTA:	Corporación Para La Investigación Y El Desarrollo Ambiental – CORPOAMBIENTE
SUPERVISOR:	Oscar Riaño 2022
ANTICIPO CONTRATO INICIAL	\$ 1.000.000
FECHA DE INICIACIÓN:	Por definir
FECHA DE TERMINACIÓN:	Por definir

3.2.5 Recursos Clave. En los recursos clave, para el desarrollo del proyecto se determina el valor intelectual, el cual estudia ofertar al mercado una bebida para la salud de las personas que las consumen, pues incluye frutas y verduras que por sus propiedades genera un complemento alimenticio balanceado, partiendo desde su composición organoléptica que, conjugado a unas herramientas y equipo especiales, garantizan el éxito del producto. De igual manera es importante mencionar que uno de los recursos claves es la estructura financiera y el recurso humano.

Tabla 27. Composición de recursos clave.

Recursos Claves
Talento Humano
Equipo de oficina, cómputo y comunicación
Maquinaria y equipo de oficina
Capital financiero
Recursos Intelectuales

3.2.5.1 Talento humano.

Tabla 28. Talento Humano.

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
Gerente	\$ 2.100.000	\$ 0	Administrativa	Indefinido	1
JEFE DE VENTAS			Comercial		
Asesor comercial	\$ 1.500.000	\$ 117.172	Comercial	Termino fijo	1
JEFE DE PRODUCCIÓN	\$ 2.030.000	\$ 0	Operativa	Termino fijo	1
Operario	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Operativa	Termino fijo	1
			Operativa		

3.2.5.2 Infraestructura.

- **Equipo de oficina.**

Tabla 29. Equipo de oficina.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Escritorio	3	\$ 300.000
Archivador	1	\$ 1.000.000
Sillas	3	\$ 90.000
Tablero	1	\$ 250.000
Ventiladores	1	\$ 120.000
Grecas	1	\$ 180.000
-	-	
-	-	
TOTALES		

- **Equipo de computación y comunicación**

Tabla 30. Equipo de computación y comunicación.

Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Computador	3	\$ 1.600.000
Celular	3	\$ 670.000
Teléfono fijo	1	\$ 134.000
Impresora	1	\$ 430.000
TOTALES		

- **Maquinaria y equipo**

Tabla 31. Maquinaria y equipo.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Cuartos Fríos	1	\$ 20.000.000
Lavaplatos	1	\$ 230.000
Mesón	2	\$ 200.000
Marmita	1	\$ 8.000.000
Tina de acero inoxidable	2	\$ 250.000
Extractor	1	\$ 4.000.000
Envasadora de líquidos	1	\$ 1.200.000
Etiquetadora	1	\$ 230.000
Báscula	1	\$ 450.000
Pela vegetales	1	\$ 970.000
-	-	

- **Herramientas, repuesto y accesorios.**

Tabla 32. Herramientas, repuesto y accesorios.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
Tablas para picar	4	\$ 50.000
Set de Chuchillos	1	\$ 150.000
Canastillas	30	\$ 50.000
Set recipientes * 5	5	\$ 400.000

3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías. Para determinar el número de unidades de materiales e insumos según ficha técnica, se realiza la siguiente clasificación. Este dado por lote de producción de 100 unidades, entendiendo que la materia prima para cada bebida cuenta con una composición diferente.

Tabla 33. Zumo o concentrado betabel.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Remolacha	kilo	0,25	6.198
Zanahoria	kilo	0,25	6.198
Pepino	kilo	0,2	4.959
Manzana verde	kilo	0,075	1.859
Tallo de apio	kilo	0,1	2.479
Limón	kilo	0,1	2.479
Jengibre	kilo	0,01	248
Cantidad total		0,985	24.421

Tabla 34. Zumo o concentrado verde.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Naranja	kilo	0,3	7.438
Manzana Verde	kilo	0,075	1.859
Feijoa	kilo	0,15	3.719
Kiwi	kilo	0,05	1.240
Lechuga verde crespa	kilo	0,08	1.983
Acelga	kilo	0,025	620
Espinaca	kilo	0,025	620
Brócoli	kilo	0,03	744
Tallo Apio	kilo	0,01	248
Cantidad total		0,745	18.471

Tabla 35. Zumo o concentrado ligero.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Piña	kilo	0,25	9.297
Pepino	kilo	0,2	7.438
Naranja	kilo	0,1	3.719
Melón	kilo	0,1	3.719
Zanahoria	kilo	0,15	5.578
Tallo Apio	kilo	0,03	1.116
Perejil	kilo	0,002	74
Cantidad total		0,832	30.942

Tabla 36. Zumo o concentrado Ancestral.

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Melón	kilo	0,18	6.694
Uva isabelina	kilo	0,15	5.578
Zanahoria	kilo	0,1	3.719
Brócoli	kilo	0,05	1.859
Piña	kilo	0,1	3.719
Pepino	kilo	0,1	3.719
Cúrcuma	kilo	0,003	112
Cantidad total		0,683	25.400

Tabla 37. Materiales directos, insumos o mercancía para la venta.

MATERIAL	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Zumo o Concentrado Betabel	17.095	\$ 1.954	\$ 33.408.567
Zumo o Concentrado verde	12.930	\$ 3.228	\$ 41.739.015
Zumo o Concentrado Ligero	21.659	\$ 2.308	\$ 49.982.688
Zumo o Concentrado Ancestral	17.780	\$ 2.650	\$ 47.119.096
-	-		\$ 0
-	-		\$ 0
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA			\$ 172.249.367

Tabla 38. Materiales Indirectos.

MATERIAL	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Vasos desechable	69	\$ 75.000	\$ 5.206.530
Película plástica	868	\$ 23.000	\$ 19.958.365
Estique rotulado	87	\$ 7.000	\$ 607.429

La información suministrada anteriormente, establece la cantidad requerida por unidad de bebida y está contemplada por lote de producción de 100 unidades.

3.2.6 Distribución de planta.

Ilustración 17. Distribución de planta.

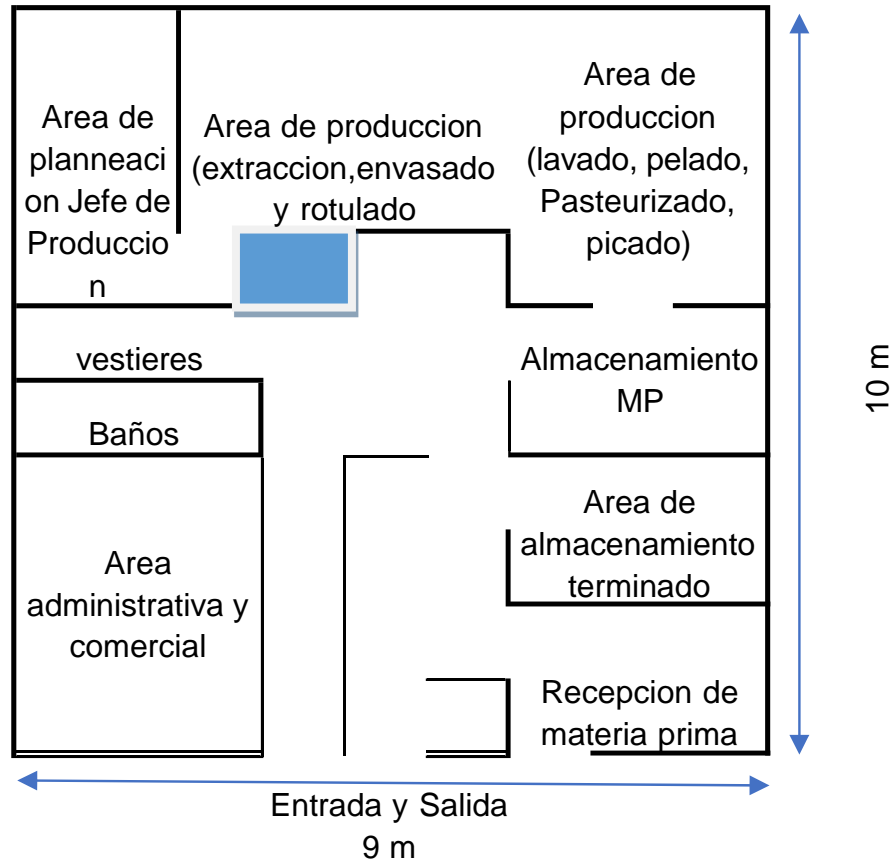


Tabla 39. Distribución de planta.

ÁREA	METROS CUADRADOS
Oficina	12,00
Baño	3,00
Vestier	3,00
Recepción de MP	6,00
Almacenamiento PT	6,00
Almacenamiento MP	6,00
Pasillos	10,00
Área producción	24,00
Área Jefe producción	8,00
Área Administrativa y comercial	12,00
TOTAL	90,00

Para la planta de producción se pronosticó un área cuadrada de 90 metros, del cual el 55.5%, corresponde al área operativa y el 44,5% corresponde al área administrativa, comercial y espacios comunes.

3.2.7 Localización.

3.2.7.1 Macro localización. Se establece la ciudad de Bucaramanga, por su posición como capital del departamento de Santander, donde se concentra el mayor número de habitantes, debido a las diversas actividades económicas y su influencia con respecto a los municipios que conforman el área metropolitana.

3.2.7.2 Micro localización. Para el estudio de la micro localización, se tiene en consideración la información del plan de ordenamiento territorial, dando como resultado tres ubicaciones posibles, que con el método de ponderación por puntos se analizara.

La ponderación de los factores se hace asignándole a cada factor un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa; esto es de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%.

El proceso de la puntuación de los factores y de los grados se hace escogiendo un total de puntos a asignar, en este caso de 1.000 puntos, que al multiplicarse por la ponderación de cada factor arroja el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

Definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será grado mínimo de presencia y corresponderá al grado de menor significación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los grados intermedios

se hará en forma subjetiva dando la puntuación con base en la progresión aritmética, donde la constante aritmética se determinará mediante la fórmula:

$$K = \frac{(\text{puntaje mayor} - \text{puntaje menor}) / (n-1)}{n - 1}$$

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), las ubicaciones corresponden de la siguiente manera: ubicación 1 al barrio concordia, ubicación 2 al barrio San francisco y la ubicación 3 al barrio Gaitán.

A continuación, se muestra el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores grados³¹.

³¹ ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. Bucaramanga avanza: Plan de ordenamiento territorial. [en línea]. Bucaramanga, 2021. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/bucaramanga-avanza/plan-de-ordenamiento-territorial/>

Tabla 40. Proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores grados.

FACTORES Y GRADOS	PUNTOS	PONDERACIÓN
F1Costo de arrendamiento.		
Grado 1 <= a \$40.000 Mts2	25	
Grado 2 <= a \$30.000 Mts2	112.5	
Grado 3 <= a \$20.000 Mts2	250	25% x 1000 puntos
F2Costo de servicios públicos.		
Grado 1Estrato 4	12	
Grado 2Estrato 3	54	
Grado 3Estrato 2	120	12% x 1000 puntos
F3Disponibilidad de vías de acceso.		
Grado 1Solo vías secundarias	10	
Grado 21 vía primaria	45	
Grado 3más de 2 Vías primarias	100	10% x 1000 puntos
F4Infraestructura disponible.		
Grado 1No acto para producción	16	
Grado 2Se requiere adecuaciones	72	
Grado 3Sin mayores adecuaciones	160	16% x 1000 puntos
F5Transporte público disponibles.		
Grado 1Transporte urbano solo taxi	8	
Grado 2Transporte Urbano bus, busetas	36	
Grado 3Todo tipo de transporte urbano y municipal.	80	8% x 1000 puntos
F6Acceso a parqueo.		
Grado 1Ningún parqueadero a 500 metros	15	
Grado 21 parqueadero a 500 metros	67.5	
Grado 3Más de 1 parqueadero a 500 metros	150	15% x 1000 puntos
F7Impacto social.		
Grado 1Zona residencial	14	
Grado 2Zona comercial	63	
Grado 3zona industrial	140	14% x 1000 puntos
TOTAL	1.000	100%

Tabla 41. Micro localización - método cualitativo.

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		UBICACIÓN 1	UBICACIÓN 2	UBICACIÓN 3
Arrendamiento de las instalaciones.	25%	112,50	112,50	250,00
Costo servicios públicos	12%	54,00	54,00	54,00
Disponibilidad de vías de acceso.	10%	100,00	100,00	45,00
Servicios públicos disponibles	16%	72,00	160,00	16,00
Acceso a parqueo.	8%	80,00	80,00	36,00
Disponibilidad de transporte	15%	67,50	150,00	
Impacto social.	14%	63,00	63,00	140,00
TOTALES	100%	81,47	107,93	98,52

De acuerdo a lo anterior, se concluye que con la ubicación 2 que corresponde al barrio San Francisco como la opción más viable una vez estudiado los diversos factores para la empresa Nutrición Arte Gourmet.

3.2.8 Control de calidad. El método de inspección que se utilizará para el proceso de producción corresponde a listas de chequeo. Donde se estipulan los recursos y materiales necesarios. Al igual que las inspecciones organolépticas de los productos terminados.

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio. Para determinar la capacidad diseñada, es necesario establecer los días laborales según el sector al cual pertenece. Para efecto del proyecto el sector industrial cuenta con una capacidad diseñada 365 días, 1 jornada laboral, 1 operario, lo que establece tener 8 horas * 365 días para un total de 2.920 horas/años que dividido por el tiempo de ciclo/hora (el tiempo total en la producción de un lote de 100 unidades en horas) que corresponde al 0,0192 ciclo/hora.

$$\text{Demanda diseñada} = \frac{\text{Día/año} * \text{jornada} * \text{operario}}{\text{Tiempo de clico/hora}}$$

$$\text{Demanda diseñada} = 365 * 1 * 1$$

$$\frac{\quad}{0,0192}$$

$$\text{Demanda diseñada} = 152.348 \text{ productos/año}$$

Al realizar el cálculo se concluye una capacidad diseñada con un nivel de eficiencia del 70% es de 106.644 zumos/año. zumo de 500 ml. Lo que equivale al 0,85% de la demanda actual

3.3.2 Capacidad instalada. Para determinar la capacidad instalada, establece los días laborales en los que la empresa mantendrá labores de lunes a sábado, no se tendrá en cuenta los domingos ni festivos. Capacidad instalada de 297 días, 1 jornada laboral de 8 horas, 1 operario, lo que establece tener 8 horas * 297 días* 1 operario para un total de 2.376 horas/años que dividido por el tiempo de ciclo/hora (el tiempo total en la producción de un lote de 100 unidades en horas) que corresponde al 0,0192 ciclo/hora.

$$\text{Capacidad instalada} = \frac{\text{Día/año} * \text{jornada} * \text{operario}}{\text{Tiempo de clico/hora}} =$$

$$\text{Capacidad instalada} = 297 * 8 * 1$$

$$\frac{\quad}{0,0192}$$

$$\text{Capacidad instalada} = 123.965 \text{ zumos / año}$$

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Para la empresa Nutrición Arte Gourmet, por ser una empresa del sector industrial, determina un nivel de eficiencia del 70% para el primer año, debido a su dependencia de otros servicios, como energía eléctrica, agua, red de abastecimiento, tiempos de mantenimiento, reparaciones y los tiempos de desplazamientos dentro del área de producción.

Tabla 42. Capacidad utilizada y proyectada.

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA Y PROYECTADA			
	CAPACIDAD INSTALADA	NIVEL DE EFICIENCIA	CAPACIDAD UTILIZADA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	123.965	70%	86.776	0,69%
2	123.965	72%	89.255	
3	123.965	74%	91.734	
4	123.965	76%	94.214	
5	123.965	78%	96.693	

Una vez realizado el cálculo de la capacidad instalada y el nivel eficiencia, se determina la capacidad utilizada el cual brinda la información de unidades de zumos o concentrados líquidos por año. Para el primer año corresponde a la elaboración de 86.776 unidades de zumos, de 500 mililitros, con una participación sobre la demanda del 0,69%. Este porcentaje es apropiado para incursionar exitosamente en el mercado, de una manera cautelara frente a los competidores y así alcanzar ventajas competitivas.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Razón social de la empresa: Nutrición Arte Gourmet S.A.S, domiciliada en Bucaramanga, Santander, Colombia. Constituida como una sociedad por acciones simplificada, por su responsabilidad limitada. Mayor discrecionalidad en la redacción de los estatutos sociales, posibilidad de pagar el capital suscrito hasta 2 años luego de constituida, se puede conformar como mínimo de una persona, sin límite máximo de accionistas y se constituye mediante un documento privado inscrito en el registro mercantil de la Cámara de comercio³². Su capital se divide en acciones libremente negociadas.

Se debe cumplir con los requisitos legales, para el funcionamiento de esta:

- ✓ Validar el nombre que se desea colocar al establecimiento de comercio a través de la página www.sintramites.com se consulta la disponibilidad de esta.
- ✓ En la Notaría, se elabora la minuta de constitución de la sociedad comercial.
- ✓ En la Cámara de Comercio, se adquiere el formulario de Matricula Mercantil, posteriormente se debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:
- ✓ El formulario de matrícula mercantil diligenciado, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- ✓ Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la

³² CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Crear mi empresa. [Sitio web]. Disponible en: <https://www.camaradirecta.com/crear-mi-empresa/como-crear-mi-empresa>

sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal.

- ✓ Recibo de pago del impuesto de registro.
- ✓ Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva y revisor fiscal cuando sea el caso.
- ✓ Documento de identificación del representante legal.
- ✓ Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de la matrícula.
- ✓ Cancelar los derechos de la matrícula. Al momento del pago le entregarán un recibo con el cual podrá reclamar el certificado de la matrícula.
- ✓ Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- ✓ Luego de haber realizado la inscripción, solicitarla a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación.
- ✓ Una vez matriculada la sociedad o empresa, el propietario de esta o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio.
- ✓ Presentar en la administración de impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para obtener el registro único tributario (RUT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales.
- ✓ Diligenciar los formularios carátula única, registro único empresarial, anexo DIAN, alcaldía y presente en las ventanillas del CAE junto con la copia del documento de constitución y recibo de pago de impuestos y registro³³.
- ✓ Cancelar el pago en la Cámara de comercio.

³³ BIZLATIN HUB. ¿Cómo crear/formar una empresa S.A.S en Colombia? [Sitio web]. Equipo Legal Colombia, 2018. Disponible en: <https://www.bizlatinhub.com/es/como-crear-formar-una-empresa-s-a-s-en-colombia/>

- ✓ La Alcaldía designa las visitas correspondientes de la secretaria de Salud, CDMB, bomberos a la empresa y luego de ser realizadas envía la matrícula de Industria y comercio.
- ✓ Número patronal de la EPS, para la vinculación de trabajadores y los aportes respectivos.
- ✓ Formulario único de afiliación e inscripción a la IPS.
- ✓ Solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.
- ✓ Formulario de vinculación o actualización al sistema general de pensiones.

Sociedad por acciones simplificada S.A.S. Se conformará de la siguiente forma:

Razón social: Nutrición Arte Gourmet S.A.S

Número de socios: Dos socios

Duración: Se conformará por cinco años, con la opción de ser renovada.

Capital: está representado por \$ 49.924.000 inversión fija: inversión directa: inversión en capital de trabajo: \$ 332.250.256 Administración: La representación de la sociedad y administración de los negocios sociales corresponde a cada uno de los socios, pero por acuerdo conjunto se podrá delegar la responsabilidad y administración de la sociedad en socio o gerente.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. Nutrición arte gourmet, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de bebidas orgánicas, con un valor importante de nutrientes que la hace una bebida única en estas características, siendo así una alternativa

diferente y saludable.

Dirigida a satisfacer las necesidades en alimentación orgánica de sus clientes, mediante procesos de alta calidad, innovación y productos que contribuyan a la salud, estimulando valores y principios fundamentales, como son responsabilidad, honestidad, trabajo en equipo, pasión, lealtad y compromiso de la organización con la preservación del medio ambiente.

4.2.2 Visión. Nutrición Arte Gourmet, se proyecta en el 2026 a ser una empresa líder en el sector de la alimentación mediante la oferta de bebidas saludables y nutritivas con estabilidad comercial, generadora de empleo y buenos hábitos de consumo, con una marca posicionada en el mercado y comprometida con la lealtad de sus clientes, empleados y con un proyecto hacia la conservación ambiental.

4.2.3 Valores Corporativos.

Excelencia al servicio

Actitud al servicio con clientes internos y externos, en la búsqueda de soluciones eficientes a sus necesidades y en vía edificadora de relaciones a largo plazo.

Integridad de valores

Integración de valores éticos que sean promovidos a cada colaborador, con el propósito de generar impacto de crecimiento y valor agregado.

Organización Humana

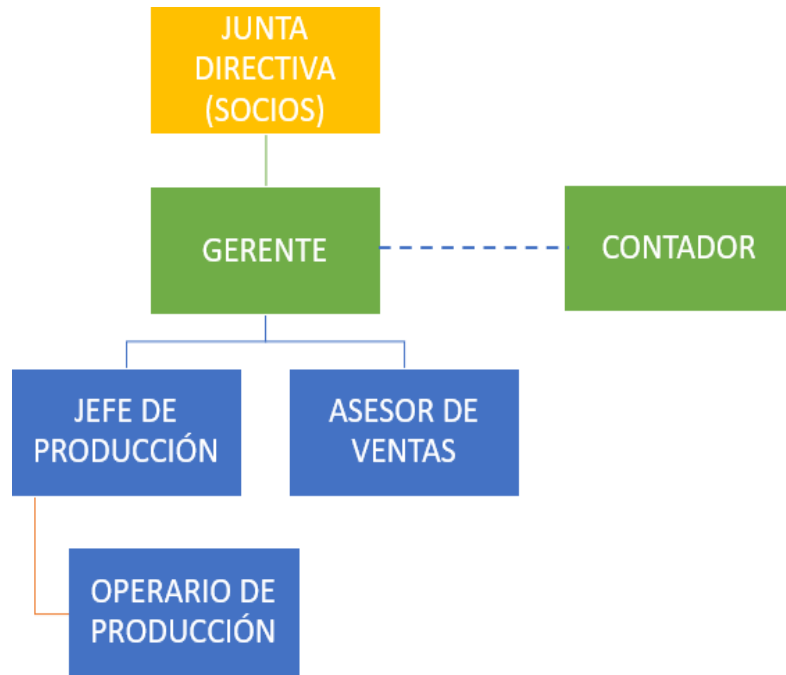
Crear una experiencia desde ser, para lograr el hacer.

Crecer en sentido de pertenencia por resultados extra ordinarios

Como empresa con visión sostenible, apasionado por el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

4.2.4 Organigrama.

Ilustración 18. Organigrama Nutrición Arte Gourmet.



4.2.5 Asignación salarial.

A continuación, se presentan los perfiles de cargo para la empresa Nutrición Arte Gourmet S.A.S. y cada uno tiene su respectiva descripción, un listado de funciones y un perfil definido.

Tabla 43. Cargo Gerente General.

NOMBRE DEL CARGO: Gerente general	AREA: Gerencia		
SECCION: Gerencia	JEFE INMEDIATO: Junta directiva		
REQUISITOS: Profesional en gestión empresarial, administración de empresas o carreras afines, con 5 años de experiencia en la dirección y control de los procesos internos y externos de la empresa			
FUNCION PRINCIPAL: Planear, organizar, dirigir y controlar, a través de otros directores, Formular políticas que establecen la dirección a tomar por la empresa; generalmente siguen orientaciones de un órgano directivo.			
DETALLE DE FUNCIONES: Seguir al cumplimiento presupuestal Ejecutar las nuevas negociaciones comerciales. Velar por el correcto funcionamiento de las áreas de la empresa Reunir a los proveedores para programar plan de trabajo y crecimiento. Presentar informes semanales del programa de ejecución. Coordinar mensualmente y programar capacitación con el área comercial. Entrevistar al personal de ingreso para contratación con la empresa.			
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Inmediato	Jefe	V⁰B⁰ Gerente

Tabla 44. Perfil Gerente General.

NOMBRE DEL CARGO: Gerente general	FECHA:
SECCIÓN: Dirección general	
JEFE INMEDIATO: Junta directiva	
SUPERVISA A: Todas las áreas funcionales	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Profesional en gestión empresarial, o carreras afines.	
EXPERIENCIA: Acreditar cinco años de experiencia en actividades similares	
ENTRENAMIENTO: Dos meses	
HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental alta.	
HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual baja.	
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN: Todas las áreas funcionales	
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con los productores, proveedores, clientes, personal interno y junta directiva	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones	
MANEJO DE VALORES: No lo requiere	
ESFUERZO	
MENTAL: Alto	
VISUAL: Normal	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones	
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE: Normal	
RIESGOS: Psicosocial	

Tabla 45. Cargo jefe De Producción.

NOMBRE DEL CARGO: jefe de producción	AREA: Producción		
SECCION: Gerencia	JEFE INMEDIATO: Gerente general		
REQUISITOS: Profesional en gestión empresarial, administración de empresas o carreras afines, con 3 años de experiencia en la dirección y control de los procesos internos y externos de la empresa			
FUNCION PRINCIPAL: Planear, organizar, dirigir y controlar, con el aval del gerente.			
DETALLE DE FUNCIONES: <p>Hacer seguimiento al cumplimiento presupuestal.</p> <p>Ejecutar nuevas negociaciones comerciales.</p> <p>Velar por el correcto funcionamiento de su área de la empresa.</p> <p>Planear reuniones periódicas con los proveedores para la determinación del plan de compras de acuerdo con las necesidades del proceso productivo.</p> <p>Presentar informes semanales del programa de ejecución.</p> <p>Entrevistar al personal de ingreso para contratación con la empresa</p>			
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰	B⁰	Jefe V⁰B⁰ Gerente
	Inmediato		

Tabla 46. Perfil Jefe De Producción.

NOMBRE DEL CARGO: Jefe de producción	FECHA:
SECCIÓN: Producción	
JEFE INMEDIATO: Gerente general	
SUPERVISA A: área de producción	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Profesional en gestión empresarial, o carreras afines.	
EXPERIENCIA: Acreditar tres años de experiencia en actividades similares	
ENTRENAMIENTO: Un mes	
HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental alta.	
HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta.	
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN: de su respectiva área	
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con los productores, proveedores, clientes, personal interno y gerente	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones	
MANEJO DE VALORES: No lo requiere	
ESFUERZO	
MENTAL: Alto	
VISUAL: Normal	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones	
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE: Normal	
RIESGOS: Psicosocial	

Tabla 47. Cargo Asesor De Ventas.

NOMBRE DEL CARGO: Vendedor		AREA: Comercial	
SECCION: Vendedor		JEFE INMEDIATO: gerente general	
REQUISITOS: Técnico o tecnólogo, en administración de empresas o carreras afines, con 1 años de experiencia en ventas y atención a clientes.			
FUNCION PRINCIPAL: Atención a los clientes, comunicación asertiva, conocimiento de los productos y precios de venta. Cierre de venta			
DETALLE DE FUNCIONES: Atender a los clientes a través de comunicación asertiva para la presentación del portafolio de productos y venta de los mismos. Cuadrar caja entrada y salida de turno. Mantener puesto de trabajo organizado y con un ambiente tranquilo. Manejar la rotación del producto.			
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Inmediato	Jefe	V⁰B⁰ Gerente

Tabla 48. Perfil Asesor De Ventas.

NOMBRE DEL CARGO: Vendedor	FECHA:
SECCIÓN: Comercial ventas	
JEFE INMEDIATO: Gerente general	
SUPERVISA A: N/A	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Técnico o tecnólogo en administración de empresas, o carreras afines.	
EXPERIENCIA: Acreditar dos años de experiencia en actividades similares	
ENTRENAMIENTO: Un mes	
HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental alta.	
HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual baja.	
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN: N/A	
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con los clientes, personal interno.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones	
MANEJO DE VALORES: No lo requiere	
ESFUERZO	
MENTAL: Alto	
VISUAL: Normal	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones	
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE: Normal	
RIESGOS: psicosocial.	

Tabla 49. Cargo Operario.

NOMBRE DEL CARGO: Operario de producción	AREA: Producción		
SECCION: Operativa	JEFE INMEDIATO: Gerente		
REQUISITOS: Persona con estudios mínimos en básica secundaria con experiencia en procesos de manufacturas preferiblemente agroindustriales			
FUNCION PRINCIPAL: Cumplir satisfactoriamente con las funciones propias para la transformación y elaboración de productos aportando para ello sus capacidades y destrezas.			
DETALLE DE FUNCIONES: Desarrollar las actividades mecánicas y manuales de desinfección y limpieza, almacenamiento y terminación propias en la producción de bebidas orgánicas. Velar por el buen funcionamiento y cuidado de equipos, herramientas y demás insumos utilizados en el proceso productivo. Organizar y mantener en condiciones de limpieza y seguridad su puesto de trabajo y fábrica en general. Brindar estrategias o sugerencias de mejoramiento en la elaboración del producto y presentación del servicio. Propender por un ambiente laboral sano y de permanente comunicación. Informar sobre cualquier anomalía en las instalaciones o en el proceso productivo al jefe inmediato. Demás funciones que le sean encomendadas por su superior relacionadas con el cargo.			
V⁰ B⁰ Empleado	V⁰ B⁰ Inmediato	Jefe	V⁰B⁰ Gerente

Tabla 50. Perfil Operario.

NOMBRE DEL CARGO: Operario	FECHA:
SECCIÓN: Producción	
JEFE INMEDIATO: Gerente general	
SUPERVISA A: N/A	ELABORADO POR:
HABILIDAD	
EDUCACIÓN: Educación media	
EXPERIENCIA: Acreditar un año de experiencia en actividades similares	
ENTRENAMIENTO: Un mes	
HABILIDAD MENTAL: Ejecuta labores que requieren habilidad mental alta.	
HABILIDAD MANUAL: Ejecuta labores que requieren una habilidad manual alta.	
RESPONSABILIDAD	
SUPERVISIÓN: N/A	
POR CONTACTOS: Mantiene contacto directo con el cliente interno.	
MATERIALES, HERRAMIENTA Y EQUIPO: Los que estén a su cargo para el desempeño de sus funciones	
MANEJO DE VALORES: No lo requiere	
ESFUERZO	
MENTAL: Alto	
VISUAL: Normal	
FÍSICO: El normal para el desarrollo de sus funciones	
CONDICIONES DE TRABAJO	
MEDIO AMBIENTE: Normal	
RIESGOS: psicosocial.	

A continuación, se precisa la estructura salarial de la empresa Nutrición Arte Gourmet, de acuerdo a lo estipulado en el Decreto 1785 del 29 de diciembre de 2020, teniendo como punto de referencia el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente para el año 2022.

Tabla 51. Asignación Salarial MOD.

CARGO	PORCENTAJE	OPERARIO DE PRODUCCIÓN
SUELDO		\$ 1,000,000
SUB.TRANSP		\$ 117,172
Cesantías	8.333%	\$ 93,094
Intereses a las Cesantías	1.000%	\$ 11,172
Prima de servicios	8.333%	\$ 93,094
Vacaciones	4.167%	\$ 46,547
Salud	8.500%	\$ 85,000
Pensión	12.000%	\$ 120,000
ARL	0.500%	\$ 5,000
SENA	2.000%	\$ 20,000
ICBF	3.000%	\$ 30,000
Caja de compensación	4.000%	\$ 40,000
Dotación	5.000%	\$ 50,000
SALARIO REAL		\$ 1,711,079
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL MOD	\$ 20,532,943	\$ 20,532,943

Tabla 52. Asignación Salarial Nómina Administrativa.

CARGO	PORCENTAJE	GERENTE
SUELDO		\$ 2,100,000
SUB.TRANSP		\$ 0
Cesantías	8.333%	\$ 174,993
Intereses a las Cesantías	1.000%	\$ 21,000
Prima de servicios	8.333%	\$ 174,993
Vacaciones	4.167%	\$ 87,497
Salud	8.500%	\$ 178,500
Pensión	12.000%	\$ 252,000
ARL	0.500%	\$ 10,500
SENA	2.000%	\$ 42,000
ICBF	3.000%	\$ 63,000
Caja de compensación	4.000%	\$ 84,000
Dotación	5.000%	\$ 105,000
SALARIO REAL		\$ 3,293,483
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 39,521,790	\$ 39,521,790

Tabla 53. Nómina de Ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 3.293.483	\$ 39.521.790
jefe de ventas	\$ 0	\$ 0
Arriendo	\$ 2.660.000	\$ 31.920.000
Acueducto	\$ 70.000	\$ 840.000
Energía	\$ 324.000	\$ 3.888.000
Gas	\$ 16.000	\$ 192.000
Teléfono	\$ 60.000	\$ 720.000
Internet	\$ 80.000	\$ 960.000
Administración redes sociales	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual		\$ 0
Nombre de dominio	\$ 0	
Hosting o servidor	\$ 0	
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 0	
Licencias tecnológicas	\$ 41.667	\$ 500.000
Seguros	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Publicidad operativa	\$ 2.650.000	\$ 31.800.000
Contador	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Asesoría SG-SST	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Papelería	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Cafetería	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 0	\$ 0
Matrícula mercantil	\$ 0	
Amortización de diferidos	\$ 709.991	\$ 8.519.893
Depreciaciones administrativas	\$ 168.233	\$ 2.018.800
TOTALES	\$ 12.323.374	\$ 147.880.483

Tabla 54. Nómina Operativa (MOI).

CARGO	Operario
SUELDO	\$ 1.000.000
SUB.TRANSP	\$ 117.172
Cesantías	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	\$ 11.172
Prima de servicios	\$ 93.094
Vacaciones	\$ 46.547
Salud	\$ 85.000
Pensión	\$ 120.000
ARL	\$ 5.000
SENA	\$ 20.000
ICBF	\$ 30.000
Caja de compensación	\$ 40.000
Dotación	\$ 50.000
SALARIO REAL	\$ 1.711.079
Nº DE PUESTOS	1
COSTO TOTAL MOD	\$ 20.532.943

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero para Nutrición Arte Gourmet, se diseñó teniendo en cuenta los resultados del análisis técnico, el cual determina el número de unidades de zumos o concentrados líquidos a preparar por año, que es de 123.965 unidades de 500 ml. Estas unidades cuentan con una distribución por aceptación del consumidor de la siguiente manera.

Tabla 55. Prorratio De Unidades De Producción.

Nombre del producto	%	Número de unidades
Zumo o Concentrado Betabel	0,2	24793
Zumo o concentrado verde	0,2	24793
Zumo o concentra ligero	0,3	37189,5
Zumo o concentrado Ancestral	0,3	37189,5
Total	1	123965

5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Las inversiones fija y diferida, comprenden los equipos, herramientas, maquinarias, licencias, adecuaciones, estudio de factibilidad, mano de obra directa e indirecta, seguros, entre otros, requeridos para el proceso productivo planteado en el estudio técnico.

5.1.1 Inversión Fija.

Tabla 56. Equipo de Oficina.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorio	3	\$ 300.000	\$ 900.000	\$ 180.000
Archivador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 200.000
Sillas	3	\$ 90.000	\$ 270.000	\$ 54.000
Tablero	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 50.000
Ventiladores	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 24.000
Grecas	1	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 36.000
TOTALES			\$ 2.720.000	\$ 544.000

Tabla 57. Equipo de computación y comunicación.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computador	3	\$ 1.600.000	\$ 4.800.000	\$ 960.000
Celular	3	\$ 670.000	\$ 2.010.000	\$ 402.000
Teléfono fijo	1	\$ 134.000	\$ 134.000	\$ 26.800
Impresora	1	\$ 430.000	\$ 430.000	\$ 86.000
TOTALES			\$ 7.374.000	\$ 1.474.800

Tabla 58. Maquinaria y equipo.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Cuartos Fríos	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 2.000.000
Lavaplatos	1	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 23.000
Mesón	2	\$ 200.000	\$ 400.000	\$ 40.000
Marmita	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 800.000
Tina de acero inoxidable	2	\$ 250.000	\$ 500.000	\$ 50.000
Extractor	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 800.000
Envasadora de líquidos	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 120.000
Etiquetadora	1	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 23.000
Báscula	1	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 90.000
Pela vegetales	1	\$ 970.000	\$ 970.000	\$ 194.000
-	-		\$ 0	\$ 0
TOTALES			\$ 35.980.000	\$ 4.140.000

Se establece una depreciación de 10 años para maquinaria y equipos como cuarto frío, lavaplatos, mesón, marmita, tina de acero inoxidable, envasadora de líquidos y etiquetadora, y una depreciación a 5 años del extractor, etiquetadora y báscula.

Tabla 59. Herramientas.

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Tablas para picar	4	\$ 50.000	\$ 200.000	\$ 40.000
Set de Chuchillos	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 30.000
Canastillas	30	\$ 50.000	\$ 1.500.000	\$ 300.000
Set recipientes * 5	5	\$ 400.000	\$ 2.000.000	\$ 400.000
TOTALES			\$ 3.850.000	\$ 770.000

Tabla 60. Inversión Fija.

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 2.720.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.374.000
Maquinaria y equipo	\$ 35.980.000
Terreno	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres operativos	\$ 0
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 3.850.000
Inventario de mercancía	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 49.924.000

La inversión fija para el proyecto es de \$49.924.000 comprendidos en equipo de oficina, computación y comunicación, maquinaria y equipo, herramientas, repuestos y accesorios, de la cual el 72.06% corresponde al rubro de maquinaria y equipo porque se requiere para el proceso de elaboración de los zumos.

5.1.2 Inversión diferida.

Tabla 61. Inversión diferida.

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 2.000.000
Licencia de funcionamiento	\$ 114.000
Registro sanitario	\$ 4.406.466
Escritura de Constitución	\$ 154.000
Registro de libros y documentos	\$ 300.000
Estudio impacto ambiental	\$ 2.500.000
Diseño del SG-SST	\$ 4.900.000
Otro software	\$ 0
Software contable	\$ 0
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 20.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 4.725.000

[Continuación Tabla 61]

CONCEPTO	VALOR
Diseño de identidad corporativa	\$ 700.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 300.000
Patentes	\$ 0
Registro de marca	\$ 2.500.000
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$ 42.599.466
Amortización anual	\$ 8.519.893
Amortización mensual	\$ 709.991

La inversión diferida comprende los rubros de constitución, funcionamiento, adecuaciones, implementaciones de sistema de gestión; entre otros, de un monto total de \$42.599.466, que es acorde al proyecto de investigación.

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos de producción.

En los costos determinados para el proyecto objeto de estudio, se contemplan los costos fijos tales como, mano de obra directa, materia prima, gastos indirectos de fabricación, que adicional a estos rubros de producción se suman los costos variables; como transporte, servicios públicos, arrendamientos, depreciaciones, nomina administrativa y comercial, gastos de administrativos, entre otros, que una vez estipulados comprende el costo de producción implicados, para la creación de los zumos o concentrados líquidos.

5.2.1.1 Costos fijos. Arriendo, depreciación maquinaria y equipos, seguros, mano de obra directa (MOD), y otros.

Tabla 62. Nómina operativa.

CARGO	Operario
SUELDO	\$ 1.000.000
SUB.TRANSP	\$ 117.172
Cesantías	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	\$ 11.172
Prima de servicios	\$ 93.094
Vacaciones	\$ 46.547
Salud	\$ 85.000
Pensión	\$ 120.000
ARL	\$ 5.000
SENA	\$ 20.000
ICBF	\$ 30.000
Caja de compensación	\$ 40.000
Dotación	\$ 50.000
SALARIO REAL	\$ 1.711.079
Nº DE PUESTOS	1
COSTO TOTAL MOD	\$ 20.532.943

En la mano de obra directa, se asigna el subsidio de transporte para el cargo de Operario, cuyo sueldo es inferior a los 2 SMMLV.

Tabla 63. Nómina, jefe de producción.

CARGO	PORCENTAJE	JEFE DE PRODUCCIÓN
SUELDO		\$ 2.030.000
SUB.TRANSP		\$ 0
Cesantías	8,333%	\$ 169.160
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 20.300
Prima de servicios	8,333%	\$ 169.160
Vacaciones	4,167%	\$ 84.580
Salud	8,500%	\$ 172.550
Pensión	12,000%	\$ 243.600
ARL	0,500%	\$ 10.150
SENA	2,000%	\$ 40.600
ICBF	3,000%	\$ 60.900
Caja de compensación	4,000%	\$ 81.200
Dotación	5,000%	\$ 101.500
SALARIO REAL		\$ 3.183.700
COSTO TOTAL MOI		\$ 38.204.397

La mano de obra directa está compuesta por el jefe de producción y un operario, que son el número de personas necesarias para la producción estipulada.

Para establecer las unidades de materias primas por bebida, se construyeron los respectivos cuadros que muestran los ingredientes de cada zumo o concentrado líquido con su dosificación. El costo corresponde al número de unidades y el prorrateo realizado según aceptación de los clientes. Como se muestra en la tabla 34 al inicio del estudio financiero.

Tabla 64. Materia Prima Zumo Betabel.

MATERIAL	UND. MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Remolacha	kilo	6.198	\$ 2.200	\$ 13.636.150
Zanahoria	kilo	6.198	\$ 1.400	\$ 8.677.550
Pepino	kilo	4.959	\$ 1.500	\$ 7.437.900
Manzana verde	kilo	1.859	\$ 5.000	\$ 9.297.375
Tallo de apio	kilo	2.479	\$ 1.200	\$ 2.975.160
Limón	kilo	2.479	\$ 1.600	\$ 3.966.880
Jengibre	kilo	248	\$ 7.000	\$ 1.735.510
Totales		24.421	\$ 1.954	\$ 47.726.525

Tabla 65. Materia Prima Zumo Verde.

MATERIAL	UND. MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Naranja	kilo	7.437,90	\$ 1.200	\$ 8.925.480
Manzana Verde	kilo	1.859,48	\$ 5.000	\$ 9.297.375
Feijoa	kilo	3.718,95	\$ 3.500	\$ 13.016.325
Kiwi	kilo	1.239,65	\$ 8.000	\$ 9.917.200
Lechuga verde crespita	kilo	1.983,44	\$ 4.000	\$ 7.933.760
Acelga	kilo	619,83	\$ 5.000	\$ 3.099.125
Espinaca	kilo	619,83	\$ 6.000	\$ 3.718.950
Brócoli	kilo	743,79	\$ 4.000	\$ 2.975.160
Tallo Apio	kilo	247,93	\$ 3.000	\$ 743.790
Totales		18.470,79	\$ 3.228	\$ 59.627.165

Tabla 66. Materia Prima Zumo Ligero.

MATERIAL	UND. MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Piña	kilo	9.297,38	\$ 3.500	\$ 32.540.813
Pepino	kilo	7.437,90	\$ 1.600	\$ 11.900.640
Naranja	kilo	3.718,95	\$ 1.200	\$ 4.462.740
Melón	kilo	3.718,95	\$ 3.000	\$ 11.156.850
Zanahoria	kilo	5.578,43	\$ 1.400	\$ 7.809.795
Tallo Apio	kilo	1.115,69	\$ 3.000	\$ 3.347.055
Perejil	kilo	74,38	\$ 2.500	\$ 185.948
Totales		30.942	\$ 2.308	\$ 71.403.840

Tabla 67. Materia Prima Zumo Ancestral.

MATERIAL	UND. MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Melón	kilo	6.694,11	\$ 3.000	\$ 20.082.330
Uva isabelina	kilo	5.578,43	\$ 3.000	\$ 16.735.275
Zanahoria	kilo	3.718,95	\$ 1.400	\$ 5.206.530
Brócoli	kilo	1.859,48	\$ 4.000	\$ 7.437.900
Piña	kilo	3.718,95	\$ 3.500	\$ 13.016.325
Pepino	kilo	3.718,95	\$ 1.000	\$ 3.718.950
Cúrcuma	kilo	111,57	\$ 10.000	\$ 1.115.685
Totales		25.400,43	\$ 2.650	\$ 67.312.995

Tabla 68. Resumen materia prima.

MATERIAL	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Zumo o Concentrado Betabel	17.095	\$ 1.954	\$ 33.408.567
Zumo o Concentrado verde	12.930	\$ 3.228	\$ 41.739.015
Zumo o Concentrado Ligero	21.659	\$ 2.308	\$ 49.982.688
Zumo o Concentrado Ancestral	17.780	\$ 2.650	\$ 47.119.096
COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA			\$ 172.249.367

En la tabla resumen de materia prima, se percibe el costo unitario de las bebidas con la estimación de unidades al año. El costo indicado es el valor correspondiente de los zumos antes de IVA.

Tabla 69. Materiales Indirectos.

MATERIAL	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Vasos desechable	69	\$ 75.000	\$ 5.206.530
Película plástica	868	\$ 23.000	\$ 19.958.365
Estique rotulado	87	\$ 7.000	\$ 607.429
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS			\$ 25.772.324

El prorrateo de los costos y gastos se hizo teniendo en cuenta el área y distribución de la empresa y el uso de los diferentes servicios públicos en la producción de los zumos.

Tabla 70. Prorrateo entre costos y gastos.

RUBRO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	76%	\$ 3.500.000
Acueducto	20%	\$ 350.000
Energía	60%	\$ 540.000
Gas	5%	\$ 320.000
Teléfono	100%	\$ 60.000
Depreciación Construcciones y edificaciones	76%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	24%	
Internet	100%	\$ 80.000
Seguros	50%	\$ 300.000

Se registran los costos fijos en los que incurre la empresa Nutrición Arte Gourmet, para los procesos de producción de los zumos.

Tabla 71. Costo Fijos.

CONCEPTO	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 10.080.000
Seguros	\$ 1.800.000
Teléfono	\$ 0
Internet	\$ 0
Jefe de producción (MOI)	\$ 38.204.397
Mitigación impacto ambiental	\$ 0
Depreciación operativa	\$ 4.910.000
Otro	\$ 0
TOTALES	\$ 54.994.397

5.2.1.2 Costos variables. Estos costos varían de acuerdo con el volumen de producción.

Tabla 72. Costos variables.

CONCEPTO	VALOR AÑO
MOD	\$ 20.532.943
Materiales directos	\$ 172.249.367
Materiales indirectos	\$ 25.772.324
Acueducto	\$ 3.360.000
Energía	\$ 2.592.000
Gas	\$ 3.648.000
Asesor técnico	\$ 0
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 1.991.500
Otro	\$ 0
TOTALES	\$ 230.146.133

En el costo variable se destina un rubro del 5% del total del valor de maquinaria, equipo y herramientas, para su mantenimiento.

5.2.1.3 Costos totales.

Tabla 73. Costos totales.

CONCEPTO	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 54.994.397
COSTOS VARIABLES	\$ 230.146.133
TOTALES	\$ 285.140.530

En el análisis de los costos totales, se observa que el costo fijo corresponde a un valor de \$4.582.866 mensual, lo que constituye un monto aceptable al proyecto de factibilidad.

5.2.2 Gastos de administración y ventas

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas. En este rubro se incluyen los gastos administrativos y los gastos de ventas, tales como remuneraciones y salarios y las comisiones que se proyecta en aproximadamente \$ 500.000 pesos, además de la publicidad.

Tabla 74. Nómina administrativa.

CARGO	PORCENTAJE	Gerente
SUELDO		\$ 2.100.000
SUB.TRANSP		\$ 0
Cesantías	8,333%	\$ 174.993
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 21.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 174.993
Vacaciones	4,167%	\$ 87.497
Salud	8,500%	\$ 178.500
Pensión	12,000%	\$ 252.000
ARL	0,500%	\$ 10.500
SENA	2,000%	\$ 42.000
ICBF	3,000%	\$ 63.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 84.000
Dotación	5,000%	\$ 105.000
SALARIO REAL		\$ 3.293.483
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NOMINA	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790

Tabla 75. Nómina de ventas.

CARGO	PORCENTAJE
SUELDO	
SUB.TRANSP	
Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%
Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
SENA	2,000%
ICBF	3,000%
Caja de compensación	4,000%
Dotación	5,000%
SALARIO REAL	
Nº DE PUESTOS	
COSTO TOTAL NOMINA	\$ 29.942.893

Tabla 76. Gastos fijos de administración y ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 3.293.483	\$ 39.521.790
jefe de ventas	\$ 0	\$ 0
Arriendo	\$ 2.660.000	\$ 31.920.000
Acueducto	\$ 70.000	\$ 840.000
Energía	\$ 324.000	\$ 3.888.000
Gas	\$ 16.000	\$ 192.000
Teléfono	\$ 60.000	\$ 720.000
Internet	\$ 80.000	\$ 960.000
Administración redes sociales	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual		\$ 0
Nombre de dominio	\$ 0	
Hosting o servidor	\$ 0	
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 0	
Licencias tecnológicas	\$ 41.667	\$ 500.000
Seguros	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Publicidad operativa	\$ 2.650.000	\$ 31.800.000
Contador	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Asesoría SG-SST	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Papelería	\$ 200.000	\$ 2.400.000

[Continuación Tabla 76]

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cafetería	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 0	\$ 0
Matrícula mercantil	\$ 0	
Amortización de diferidos	\$ 709.991	\$ 8.519.893
Depreciaciones administrativas	\$ 168.233	\$ 2.018.800
TOTALES	\$ 12.323.374	\$ 147.880.483

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas

Tabla 77. Gastos variables de administración y ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de representación	\$ 0	\$ 0
Nómina de ventas	\$ 2.495.241	\$ 29.942.893
Comisiones de ventas	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 2.495.241	\$ 29.942.893

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas

Tabla 78. Gastos totales de administración y ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 12.323.374	\$ 147.880.483
Gastos variables	\$ 2.495.241	\$ 29.942.893
Total	\$ 14.818.615	\$ 177.823.376

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo. Para el ejercicio financiero del proyecto se estipula un capital de trabajo de 6 meses. Tiempo estimado para alcanzar el punto

de equilibrio y el reconocimiento y penetración en el mercado de zumos o bebidas saludables.

5.3.2 Estructura del crédito. Para la puesta en marcha del proyecto. Requiere un medio de financiación a través de un crédito financiero por un valor de \$120.790.780. a una tasa de interés del 30,60% efectivo anual y un plazo de 60 meses.

La solicitud de crédito constituye el 36,33% de la inversión total. Esto con el fin de buscar un flujo de caja positivo por los primeros seis meses de la puesta en marcha de la idea emprendedora. Donde está estipulado un capital de trabajo con el mismo tiempo. Lo cual permite soportar el capital de trabajo en el 42,36% del presupuesto requerido.

Tabla 79. Estructura del crédito.

Préstamo	\$ 120.790.780	Interés mensual	2,25%
Periodo	60	Valor cuota mensual	3.688.386

5.3.2.1 Amortización del crédito.

Tabla 80. Amortización del crédito. (Pág. 118)

5.3.2.2 Gastos financieros.

Tabla 81. Gastos Financieros.

CONCEPTO	VALOR
Gastos financieros	\$ 15.969.184

El rubro de gasto financiero, comprende el costo del interés del crédito determinado en los números de meses de capital de trabajo que es de 6 meses. \$15.969.184

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.

Tabla 82. Capital de trabajo.

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 142.570.265
Gastos de administración y ventas	\$ 88.911.688
Gastos financieros	\$ 15.969.184
Menos Depreciaciones	-\$ 3.464.400
Menos Amortización diferidos	-\$ 4.259.947
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 239.726.790

Tabla 80. Amortización del crédito.

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 970.593	\$ 2.717.793	\$ 3.688.386	\$ 119.820.187
2	\$ 992.432	\$ 2.695.954	\$ 3.688.386	\$ 118.827.755
3	\$ 1.014.762	\$ 2.673.624	\$ 3.688.386	\$ 117.812.993
4	\$ 1.037.594	\$ 2.650.792	\$ 3.688.386	\$ 116.775.399
5	\$ 1.060.940	\$ 2.627.446	\$ 3.688.386	\$ 115.714.459
6	\$ 1.084.811	\$ 2.603.575	\$ 3.688.386	\$ 114.629.648
7	\$ 1.109.219	\$ 2.579.167	\$ 3.688.386	\$ 113.520.429
8	\$ 1.134.176	\$ 2.554.210	\$ 3.688.386	\$ 112.386.253
9	\$ 1.159.695	\$ 2.528.691	\$ 3.688.386	\$ 111.226.558
10	\$ 1.185.788	\$ 2.502.598	\$ 3.688.386	\$ 110.040.770
11	\$ 1.212.469	\$ 2.475.917	\$ 3.688.386	\$ 108.828.301
12	\$ 1.239.749	\$ 2.448.637	\$ 3.688.386	\$ 107.588.552
13	\$ 1.267.644	\$ 2.420.742	\$ 3.688.386	\$ 106.320.908
14	\$ 1.296.166	\$ 2.392.220	\$ 3.688.386	\$ 105.024.742
15	\$ 1.325.329	\$ 2.363.057	\$ 3.688.386	\$ 103.699.413
16	\$ 1.355.149	\$ 2.333.237	\$ 3.688.386	\$ 102.344.264
17	\$ 1.385.640	\$ 2.302.746	\$ 3.688.386	\$ 100.958.624
18	\$ 1.416.817	\$ 2.271.569	\$ 3.688.386	\$ 99.541.807
19	\$ 1.448.695	\$ 2.239.691	\$ 3.688.386	\$ 98.093.112
20	\$ 1.481.291	\$ 2.207.095	\$ 3.688.386	\$ 96.611.821
21	\$ 1.514.620	\$ 2.173.766	\$ 3.688.386	\$ 95.097.201
22	\$ 1.548.699	\$ 2.139.687	\$ 3.688.386	\$ 93.548.502
23	\$ 1.583.545	\$ 2.104.841	\$ 3.688.386	\$ 91.964.957

[Continuación Tabla 80]

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
24	\$ 1.619.174	\$ 2.069.212	\$ 3.688.386	\$ 90.345.783
25	\$ 1.655.606	\$ 2.032.780	\$ 3.688.386	\$ 88.690.177
26	\$ 1.692.857	\$ 1.995.529	\$ 3.688.386	\$ 86.997.320
27	\$ 1.730.946	\$ 1.957.440	\$ 3.688.386	\$ 85.266.374
28	\$ 1.769.893	\$ 1.918.493	\$ 3.688.386	\$ 83.496.481
29	\$ 1.809.715	\$ 1.878.671	\$ 3.688.386	\$ 81.686.766
30	\$ 1.850.434	\$ 1.837.952	\$ 3.688.386	\$ 79.836.332
31	\$ 1.892.069	\$ 1.796.317	\$ 3.688.386	\$ 77.944.263
32	\$ 1.934.640	\$ 1.753.746	\$ 3.688.386	\$ 76.009.623
33	\$ 1.978.169	\$ 1.710.217	\$ 3.688.386	\$ 74.031.454
34	\$ 2.022.678	\$ 1.665.708	\$ 3.688.386	\$ 72.008.776
35	\$ 2.068.189	\$ 1.620.197	\$ 3.688.386	\$ 69.940.587
36	\$ 2.114.723	\$ 1.573.663	\$ 3.688.386	\$ 67.825.864
37	\$ 2.162.304	\$ 1.526.082	\$ 3.688.386	\$ 65.663.560
38	\$ 2.210.956	\$ 1.477.430	\$ 3.688.386	\$ 63.452.604
39	\$ 2.260.702	\$ 1.427.684	\$ 3.688.386	\$ 61.191.902
40	\$ 2.311.568	\$ 1.376.818	\$ 3.688.386	\$ 58.880.334
41	\$ 2.363.578	\$ 1.324.808	\$ 3.688.386	\$ 56.516.756
42	\$ 2.416.759	\$ 1.271.627	\$ 3.688.386	\$ 54.099.997
43	\$ 2.471.136	\$ 1.217.250	\$ 3.688.386	\$ 51.628.861
44	\$ 2.526.737	\$ 1.161.649	\$ 3.688.386	\$ 49.102.124
45	\$ 2.583.588	\$ 1.104.798	\$ 3.688.386	\$ 46.518.536
46	\$ 2.641.719	\$ 1.046.667	\$ 3.688.386	\$ 43.876.817
47	\$ 2.701.158	\$ 987.228	\$ 3.688.386	\$ 41.175.659
48	\$ 2.761.934	\$ 926.452	\$ 3.688.386	\$ 38.413.725
49	\$ 2.824.077	\$ 864.309	\$ 3.688.386	\$ 35.589.648
50	\$ 2.887.619	\$ 800.767	\$ 3.688.386	\$ 32.702.029
51	\$ 2.952.590	\$ 735.796	\$ 3.688.386	\$ 29.749.439
52	\$ 3.019.024	\$ 669.362	\$ 3.688.386	\$ 26.730.415
53	\$ 3.086.952	\$ 601.434	\$ 3.688.386	\$ 23.643.463
54	\$ 3.156.408	\$ 531.978	\$ 3.688.386	\$ 20.487.055
55	\$ 3.227.427	\$ 460.959	\$ 3.688.386	\$ 17.259.628
56	\$ 3.300.044	\$ 388.342	\$ 3.688.386	\$ 13.959.584
57	\$ 3.374.295	\$ 314.091	\$ 3.688.386	\$ 10.585.289
58	\$ 3.450.217	\$ 238.169	\$ 3.688.386	\$ 7.135.072
59	\$ 3.527.847	\$ 160.539	\$ 3.688.386	\$ 3.607.225
60	\$ 3.607.223	\$ 81.163	\$ 3.688.386	\$ 0

5.4 INVERSIÓN TOTAL

Tabla 83. Inversión Total.

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 49.924.000
Inversión diferida	\$ 42.599.466
Inversión capital de trabajo	\$ 239.726.790
INVERSIÓN TOTAL	\$ 332.250.256

El valor de la inversión total de proyecto es de \$332.250.256 para la producción 86.776 unidades de zumos al año. Con un nivel de eficiencia del 70% sobre la capacidad instalada y una apropiación de capital de trabajo para 6 meses. Tiempo estimado para lograr posicionamiento en el mercado y alcanzar el punto de equilibrio.

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

En la tabla siguiente se muestra la estructura de capital que es de 63,64%, dicha estructura se debe al aporte de los socios fundadores. Quienes en la conformación patrimonial cuenta el 49% y 50% +1 del total de las acciones, con responsabilidad limitada.

El 36,36% de la estructura total de capital, corresponde a un préstamo a una entidad financiera por un valor de 120.790.780.

Tabla 84. Estructura de capital.

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 211.459.476	63,64%
Nuevos socios	\$ 0	0,00%
Crédito bancario	\$ 120.790.780	36,36%
TOTAL	\$ 332.250.256	100,00%

5.5.1 Recursos propios.

Los socios fundadores realizaran, un porte igualitario en términos económicos 50% 50%; al igual que la capacidad intelectual de cada uno.

5.5.2 Recursos de financiación.

Se buscará un apalancamiento financiero; con entidades bancarias.

5.6 PRECIO DE VENTA

El precio de venta se estableció de acuerdo con el análisis comparativo de otras empresas comercializadoras de bebidas con características similares, aunque es importante destacar que actualmente, en el mercado no existe una propuesta igual o similar a la presentada en dicho documento. Por lo cual el precio está determinado por el análisis de la encuesta presentada y el análisis de las bebidas saludables dispuestas en el mercado local.

Tabla 85. Precio de venta.

Costos totales de producción	\$ 285.140.530
Gastos de administración y ventas totales	\$ 177.823.376
Costos y gastos totales	\$ 462.963.906
Capacidad utilizada año 1	86.776
Costos y gastos totales unitarios	\$ 5.335
Margen de utilidad	32%
Precio de venta	\$ 7.846
Margen para el intermediario	25%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 10.462
Tasa de IVA o Imptoconsumo	19%
Precio al consumidor	\$ 12.917

En el precio de venta se determina con una rentabilidad mínima del 32%. Base con la cual se estudia el impacto en el mercado y estrategias de comercialización.

Siguiendo el estudio de mercado, el cual indica que los canales de distribución son los establecimientos como supermercados y micro mercados. Se propone un margen para el intermediario del 25% por bebida. Lo que corresponde a un valor de 2,616 por bebida. Para un precio final de \$12.917 por una bebida de 500 ml.

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 Estado de Resultados proyectado. Para el primer año se tomaron como base la venta de 86.776 unidades de zumos de 500 ml, con un nivel de eficiencia del 70% sobre la capacidad instalada y una participación del 0,69% del mercado. Estimando un incremento del 2% en unidades vendidas por años respectivamente.

En relación al impuesto de la renta, se toma el rubro establecido por la reforma tributaria que es del 35% para el año 2022. El impuesto de industria y comercio es del 11,04% de acuerdo con la normatividad vigente.

Tabla 86. Estado de resultado proyectado.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 680.840.573	\$ 700.293.161	\$ 719.745.749	\$ 739.198.336	\$ 758.650.924
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 680.840.573	\$ 700.293.161	\$ 719.745.749	\$ 739.198.336	\$ 758.650.924
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 172.249.367	\$ 177.170.777	\$ 182.092.188	\$ 187.013.598	\$ 191.935.009
MOD	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943
CIF	\$ 92.358.221	\$ 93.425.758	\$ 94.493.296	\$ 95.560.834	\$ 96.628.372
UTILIDAD BRUTA	\$ 395.700.043	\$ 409.163.682	\$ 422.627.322	\$ 436.090.961	\$ 449.554.601
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790
Gastos generales	\$ 138.301.586	\$ 139.157.097	\$ 140.012.609	\$ 140.868.120	\$ 141.723.631
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 217.876.667	\$ 230.484.795	\$ 243.092.923	\$ 255.701.052	\$ 268.309.180
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 31.058.404	-\$ 27.017.863	-\$ 21.740.713	-\$ 14.848.493	-\$ 5.846.909
Menos 4x1000	-\$ 2.723.362	-\$ 2.801.173	-\$ 2.878.983	-\$ 2.956.793	-\$ 3.034.604
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 184.094.901	\$ 200.665.759	\$ 218.473.227	\$ 237.895.765	\$ 259.427.667
Menos Impuesto de Renta	-\$ 64.433.215	-\$ 70.233.016	-\$ 76.465.630	-\$ 83.263.518	-\$ 90.799.684
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 75.164.799	-\$ 77.312.365	-\$ 79.459.931	-\$ 81.607.496	-\$ 83.755.062
UTILIDAD NETA	\$ 44.496.886	\$ 53.120.379	\$ 62.547.667	\$ 73.024.751	\$ 84.872.922
Menos Reserva Legal	-\$ 4.449.689	-\$ 5.312.038	-\$ 6.254.767	-\$ 7.302.475	-\$ 8.487.292
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 40.047.197	\$ 47.808.341	\$ 56.292.900	\$ 65.722.276	\$ 76.385.630

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado. Durante el año 0 no se presentan ingresos operacionales, ni egresos por conceptos de materia prima, mano de obra, CIF, nómina administrativa y gastos generales. Es un momento en el tiempo para la realización de inversiones fijas, es decir corresponde a la puesta en marcha del proyecto. Porque la empresa inicia su funcionamiento en el año 1. En el año 0 al

finalizar se tiene disponible el aporte de capital social y el préstamo bancario y se adquieren la maquinaria y equipo necesario para iniciar el proceso productivo el año 1. Tal cual como se muestra en el grafico siguiente.

Tabla 87. Flujo de fondos proyectado.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 239.726.790	\$ 426.068.156	\$ 485.341.825	\$ 549.198.446	\$ 617.205.206
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 680.840.573	\$ 700.293.161	\$ 719.745.749	\$ 739.198.336	\$ 758.650.924
Operacionales		\$ 680.840.573	\$ 700.293.161	\$ 719.745.749	\$ 739.198.336	\$ 758.650.924
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 450.238.575	-\$ 596.758.860	-\$ 611.628.496	-\$ 626.930.945	-\$ 642.798.669
Materiales		\$ 172.249.367	\$ 177.170.777	\$ 182.092.188	\$ 187.013.598	\$ 191.935.009
MOD		\$ 20.532.943	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943	\$ 20.532.943
CIF		\$ 92.358.221	\$ 93.425.758	\$ 94.493.296	\$ 95.560.834	\$ 96.628.372
Nómina administrativa		\$ 39.521.790	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790	\$ 39.521.790
Gastos generales		\$ 138.301.586	\$ 139.157.097	\$ 140.012.609	\$ 140.868.120	\$ 141.723.631
Menos depreciaciones		-\$ 6.928.800	-\$ 6.928.800	-\$ 6.928.800	-\$ 6.928.800	-\$ 6.928.800
Menos amortizaciones		-\$ 8.519.893	-\$ 8.519.893	-\$ 8.519.893	-\$ 8.519.893	-\$ 8.519.893
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 64.433.215	\$ 70.233.016	\$ 76.465.630	\$ 83.263.518
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 75.164.799	\$ 77.312.365	\$ 79.459.931	\$ 81.607.496
4 x 1000		\$ 2.723.362	\$ 2.801.173	\$ 2.878.983	\$ 2.956.793	\$ 3.034.604
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN		\$ 0230.601.998	\$ 103.534.301	\$ 108.117.253	\$ 112.267.391	\$ 115.852.255
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 211.459.476	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 211.459.476					
Valor de salvamento						\$ 0
-EGRESOS	-\$ 92.523.466	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 2.720.000					

[Continuación Tabla 87]

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 7.374.000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 35.980.000					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 0					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 3.850.000					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 42.599.466					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 118.936.010	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 120.790.780					
Préstamo bancario	\$ 120.790.780					
-EGRESOS		-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632
Abono a capital		\$ 13.202.228	\$ 17.242.769	\$ 22.519.919	\$ 29.412.139	\$ 38.413.723
Gastos financieros		\$ 31.058.404	\$ 27.017.863	\$ 21.740.713	\$ 14.848.493	\$ 5.846.909
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 120.790.780	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632	-\$ 44.260.632
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 239.726.790	186.341.366	59.273.669	63.856.621	68.006.759	71.591.623

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Tabla 88. Estado de situación financiera inicial y proyectado.

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	239.726.790	426.068.156	485.341.825	549.198.446	617.205.206	688.796.829
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	239.726.790	426.068.156	485.341.825	549.198.446	617.205.206	688.796.829
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 2.720.000	\$ 2.720.000	\$ 2.720.000	\$ 2.720.000	\$ 2.720.000	\$ 2.720.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.374.000	\$ 7.374.000	\$ 7.374.000	\$ 7.374.000	\$ 7.374.000	\$ 7.374.000
Maquinaria y equipo	35.980.000	35.980.000	35.980.000	35.980.000	35.980.000	35.980.000
Muebles y enseres	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000
Menos depreciación acumulada	\$ 0	6.928.800	13.857.600	20.786.400	27.715.200	34.644.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	49.924.000	42.995.200	36.066.400	29.137.600	22.208.800	15.280.000
ACTIVOS DIFERIDOS						
Menos amortización acumulada	\$ 0	8.519.893	17.039.786	25.559.680	34.079.573	42.599.466
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	42.599.466	34.079.573	25.559.680	17.039.786	8.519.893	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	332.250.256	503.142.929	546.967.905	595.375.833	647.933.899	704.076.829
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	13.202.228	17.242.769	22.519.919	29.412.139	38.413.723	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	64.433.215	70.233.016	76.465.630	83.263.518	90.799.684
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	75.164.799	77.312.365	79.459.931	81.607.496	83.755.062
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	13.202.228	156.840.783	170.065.300	185.337.699	203.284.737	174.554.746
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	107.588.552	90.345.783	67.825.864	38.413.725	\$ 0	\$ 0

[Continuación Tabla 88]

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 107.588.552	\$ 90.345.783	\$ 67.825.864	\$ 38.413.725	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 120.790.780	\$ 247.186.566	\$ 237.891.164	\$ 223.751.424	\$ 203.284.737	\$ 174.554.746
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 211.459.476	\$ 211.459.476	\$ 211.459.476	\$ 211.459.476	\$ 211.459.476	\$ 211.459.476
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 4.449.689	\$ 9.761.726	\$ 16.016.493	\$ 23.318.968	\$ 31.806.260
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 40.047.197	\$ 47.808.341	\$ 56.292.900	\$ 65.722.276	\$ 76.385.630
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 40.047.197	\$ 87.855.538	\$ 144.148.439	\$ 209.870.715
PATRIMONIO TOTAL	\$ 211.459.476	\$ 255.956.363	\$ 309.076.741	\$ 371.624.408	\$ 444.649.160	\$ 529.522.081
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 332.250.256	\$ 503.142.929	\$ 546.967.905	\$ 595.375.833	\$ 647.933.897	\$ 704.076.827

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1 Razones financieras.

5.8.1.1 Razones de liquidez.

Tabla 89. Razón de liquidez.

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACION	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	2,72	2,85	2,96	3,04	3,95
Prueba ácida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	2,72	2,85	2,96	3,04	3,95
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 269.227.373	\$ 315.276.526	\$ 363.860.747	\$ 413.920.468	\$ 514.242.083

Con la razón de liquidez para el ejercicio del proyecto de Nutrición Arte Gourmet se observa un valor favorable desde el primer año el cual determina contar con el dinero suficiente para respaldar las deudas de corto plazo al igual que el dinero disponible para el capital de trabajo.

5.8.1.2 Razones de operación.

Tabla 90. Razones de operación.

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	1,60	1,44	1,31	1,20	1,10
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	15,84	19,42	24,70	33,28	49,65
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	1,35	1,28	1,21	1,14	1,08

Para determinar el valor de la razón operacional, se debe estipular las políticas de cartera e inventario. Para con base en esta información, determinar el ciclo operacional

5.8.1.3 Razones de rentabilidad.

Tabla 91. Razones de rentabilidad.

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ventas	%	58,12%	58,43%	58,72%	59,00%	59,26%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	6,54%	7,59%	8,69%	9,88%	11,19%
Rendimiento activos	utilidad neta/activos totales	%	8,84%	9,71%	10,51%	11,27%	12,05%

En el margen de utilidad bruta. Se observa un porcentaje del 58,12% para el primer año que aumenta gradualmente a medida que incrementa el número de unidades a producir. Este porcentaje indica que se cuenta con un precio de venta apropiado al costo de producción.

En el margen de utilidad neta, el porcentaje es bajo para el primer año de un 6,54% si bien no hay pérdidas, no es el margen deseado. Por lo cual se debe estudiar la posibilidad de tener canales de distribución alternativos que permita contar con un margen de ganancia más amplio, llegando al consumidor de manera directa, adicional al gasto de la amortización del crédito necesario para la puesta en marcha del proyecto, que al final del ciclo cuenta con una utilidad del 11,19% equivalente a \$76.385.630 de utilidad del ejercicio para el año 5.

Para el indicador de rendimiento de activo. El activo total contribuye en un 8,84% en la generación de utilidad. Un porcentaje relativamente bajo si se compara el porcentaje de la inflación actualmente. 10.38% pero viable a medida que aumenta el número de unidades a producir y vender por año, al igual que disminuye la deuda de inversión.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento.

Tabla 92. Razones de endeudamiento.

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	49,13%	43,49%	37,58%	31,37%	24,79%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	7,02	8,53	11,18	17,22	45,89
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	50,87%	56,51%	62,42%	68,63%	75,21%

La empresa para funcionar el primer año, debe contar con una financiación del 49,13% de fondos externos, con una disminución anual. A medida que se salda el crédito solicitado al inicio, que es de \$120.790.780.

5.8.2 Indicadores de viabilidad. Para estos indicadores se fija para la empresa una prima de riesgo del 10% superior a la establecida por Aswath Damodaran³⁴, que para Colombia es del 1,68%, por los cambios climáticos que pueden afectar los cultivos base de la elaboración de los zumos y la volatilidad creciente del mercado, dado por una nueva corriente política en la dirección del país.

Prima de riesgo al riesgo	10%
Inflación	10%
TMAR recursos propios	21,42%
Recursos crédito	30,60%
TMAR Banco	44,16%
Porcentaje aportación recursos propios	63,64%
Porcentaje aportación Banco	36,36%
TMAR MIXTA	29,69%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	20,28%

5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR). TIR 42,22% esta tasa es la rentabilidad que ofrece la inversión del proyecto. Que es favorable para los inversionistas de la empresa.

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN). VPN 82.046.873, el valor presente Neto es positivo, por lo tanto, el proyecto es rentable para los inversionistas.

³⁴ ASWATH, DAMODARAN. Data: archivos. [Sitio web]. [Consulta: 09 de junio 2022]. Disponible en: https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/dataarchived.html#corpgov

5.8.2.3 Período de recuperación.

Tabla 93. Período de recuperación.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 211.459.476	\$ 186.341.366	\$ 59.273.669	\$ 63.856.621	\$ 68.006.759	\$ 71.591.623
VNA	-\$ 211.459.476	\$ 143.685.917	\$ 35.242.903	\$ 29.276.606	\$ 24.042.067	\$ 19.515.822

Para Nutrición Arte Gourmet el periodo de recuperación está prevista antes de terminar el tercer año.

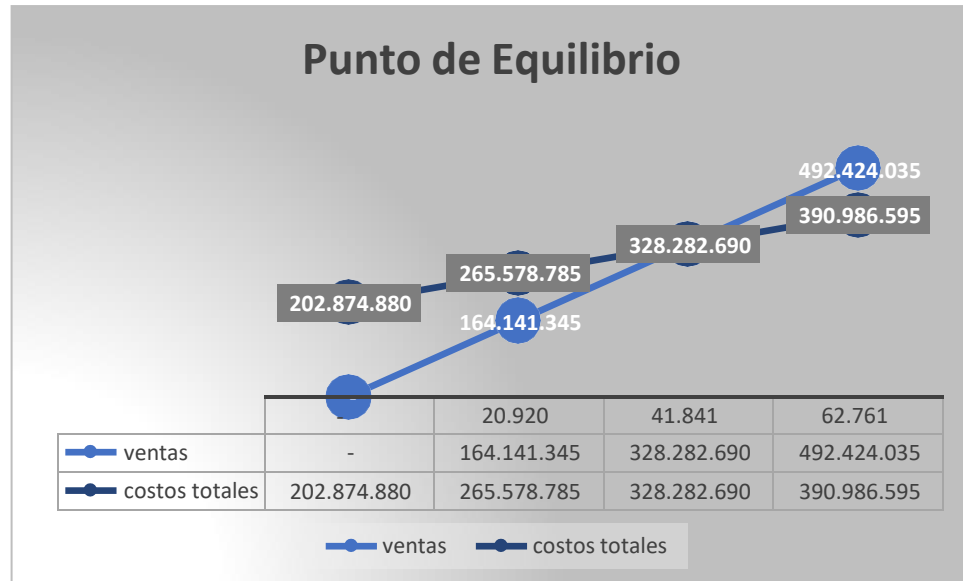
5.8.2.4 Punto de equilibrio.

Tabla 94. Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF / (IT - CV)$	48,22%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF / (Pu - CVu)$	41.841
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 328.282.690
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	137

CF: costos fijos	\$ 202.874.880
CV: costo variable	\$ 260.089.026
CT: costos totales	\$ 462.963.906
IT: ingreso total	\$ 680.840.573
Pu: precio unitario	\$ 7.846
CVu: costo variable unitario	\$ 2.997
VT: ventas totales	\$ 680.840.573
N: número días año	285
Capacidad utilizada año 1	86.776

Ilustración 19. Punto de Equilibrio.



5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

La clasificación de la empresa Nutrición Arte Gourmet es de Micro empresa, esto por el capital o el total activo el cual no supera el monto determinado por la legislación, las ventas anuales serían de \$680.840.573 y un número de 4 empleados directos.

6. CONCLUSIONES

La propuesta tiene alta favorabilidad de aceptación, porque el 44.66% de mercado potencial, están dispuestos a comprar el producto y prefieren hacerlo en un canal de distribución indirecto como son los supermercados y/o micro mercados, con un 59.70 % de favorabilidad. Por lo que se tomó la decisión de no tener punto de venta directo y utilizar estos medios masivos para comercializar el producto.

Por estudios de micro localización, se concluye que el barrio San Francisco de la Ciudad de Bucaramanga, como ubicación 2, se define como la opción más óptima una vez analizados los diversos factores, que están acordes a los lineamientos y planeamiento de la empresa Nutrición Arte Gourmet.

El proyecto no tiene restricciones en el estudio técnico, cuenta con una tecnología suficiente para la elaboración optima de la bebida natural de acuerdo a los parámetros establecidos, con una capacidad instalada y diseñada acorde al cumplimiento de la planificación prospectiva.

En el proyecto de nutrición arte gourmet, se establecen unos numerales de desarrollo, en el cual se genera impacto y contribuyen al bienestar colectivo, como poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo, promover el crecimiento inclusivo y sostenible, el empleo decente para todos y Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. De estas precisiones se hace referencia al crecimiento inclusivo y sostenible, donde el estudio de factibilidad tiene como base unas alianzas estratégicas o asociatividades con cooperativas agrícolas, donde el campesinado reciba por la venta de sus productos unos precios justos, para buscar crecimiento y sostenibilidad en el tiempo, pero se consolida

que esta compra va ser cerca de la ciudad de Bucaramanga, para evitar sobrecostos de las materias primas.

El resultado del análisis financiero es altamente positivo, con la salvedad que se cumplan las ventas proyectadas, lo que va permitir cumplir con lo establecido. En el caso de la inversión fija para el proyecto es de \$49.924.000 comprendidos en equipo de oficina, computación y comunicación, maquinaria y equipo, herramientas, repuestos y accesorios, de la cual el 77.50% corresponde al rubro de maquinaria y equipo, porque es fundamental para el proceso de elaboración de los zumos. La inversión diferida comprende los rubros de constitución, funcionamiento, adecuaciones, implementaciones de sistema de gestión; entre otros, de un monto total de \$42.599.466, que es acorde al proyecto de investigación.

En el análisis de los costos totales, se observa que el costo fijo corresponde a un valor de \$4.582.866 por mes, lo que constituye un monto aceptable al proyecto de factibilidad. El valor de los gastos fijos mensual corresponde a \$12.323.374 necesarios para el funcionamiento. Para el ejercicio financiero del proyecto se estipula un capital de trabajo de 6 meses, tiempo estimado para alcanzar el punto de equilibrio, reconocimiento y penetración en el mercado de zumos saludables. El valor de la inversión total de proyecto, es de \$332.250.256. para la producción de 83.776 unidades de zumos al año con un capital de trabajo de 6 meses. Para las razones de rentabilidad, muestra el proyecto un comportamiento favorable para la empresa Nutrición Arte Gourmet, pues a partir del primer año se obtiene \$2,72 por cada \$100 invertido en el proyecto y el periodo de recuperación está previsto, para un poco más de los 3 años.

Existe en el municipio de Bucaramanga el mercado potencial (según la encuesta con un 44.66%) para la puesta en marcha del proyecto en un escenario altamente competitivo (sobre todo el de los sustitutos como las gaseosas) para la comercialización de las bebidas naturales. Por otro lado, si se toma el valor de la TIR de 42,22%, esta tasa es la rentabilidad que ofrece la inversión del proyecto y

con un VPN de \$82.046.873, que es positivo; por tanto, estos dos indicadores sintetizan que el proyecto es rentable para los inversionistas. Se concluye que con los datos anteriores el proyecto es viable.

Con respecto al estudio administrativo, se estableció la estructura organizacional de Nutrición Arte Gourmet, la cual se basa en teorías organizativas de administración por proyectos y de organización funcional. Lo anterior, se realizó con base en establecer una estructura que permita la optimización de las jerarquías administrativas y que admita el desarrollo de nuevos proyectos en el sector. Además, se establecieron los perfiles de cada uno de los cargos. Se definieron los salarios y carga prestacional respectiva para cada uno de los cargos. Con relación a la constitución legal, se especificó que el tipo de sociedad más adecuado es la sociedad por acciones simplificada, debido a su responsabilidad limitada, posee mayor discrecionalidad en la redacción de los estatutos sociales, tiene la posibilidad de pagar el capital suscrito hasta 2 años luego de constituida. El capital para conformar la sociedad requiere de un medio de financiación y se va a realizar a través de un crédito financiero por un valor de \$120.790.7800. a una tasa de interés del 30,60% efectivo anual y con un plazo de 60 meses.

Con base en lo anterior, se puede inferir que el proyecto es factible en todos sus aspectos. Existe un mercado potencial que aprueba la propuesta. La adquisición de insumos y comercialización del producto va a ser en Bucaramanga. La ubicación de las instalaciones cumple los lineamientos del proyecto. Legalmente el proyecto no presenta ningún tipo de restricciones y económicamente el proyecto es viable, dejando márgenes de utilidad importante a la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN PARA BOGOTÁ. Sectores de inversión: Alimentos y bebidas. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-bogota/>

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/>

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. Bucaramanga avanza: Plan de ordenamiento territorial. [en línea]. Bucaramanga, 2021. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/bucaramanga-avanza/plan-de-ordenamiento-territorial/>

ASWATH, DAMODARAN. Data: archivos. [Sitio web]. [Consulta: 09 de junio 2022]. Disponible en: https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/dataarchived.html#corp gov

CARDENAS & CARDENAS. Resolución 810 de 2021 - Reglamento Técnico de Etiquetado en Colombia, 2021. [Sitio web]. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://dentons.cardenas-cardenas.com/es/insights/articles/2021/june/24/resolution-810-of-2021-technical-regulation-of-labeling-in-colombia#:~:text=Resoluci%C3%B3n%20810%20de%202021%20%2D%20Reglamento%20T%C3%A9cnico%20de%20Etiquetado%20en%20Colombia,-24%20de%20junio&text=Mediante%20Resoluci%C3%B3n%20810%20de%202021,para%20consumo%20humano%20en%20Colombia>

COLOMBIA PRODUCTIVA, [Sitio web]. El sector Hortofrutícola es la actividad

económica relacionada con la producción y la transformación de frutas y hortalizas. [Consulta 09 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/historico/hortofruticola>

COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1014 de 2006. (26 enero de 2006). [en línea]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 232 de 1995 (26 diciembre de 1995). Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 1995. No. 42.162. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=316>

COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 399 de 1997. Por la cual se crea una tasa, se fijan unas tarifas y se autoriza al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, "INVIMA", su cobro. [en línea]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1997/l0399de1997#:~:text=Ley%20399%20de%201997%20%2D%20Colombia,%22Invima%22%2C%20su%20cobro>

COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 9 de 1979 (19 julio de 1979). Por la cual se dictan Medidas Sanitarias. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 1979. No. 35308. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/normograma-sanitario-alimentos-y-bebidas.aspx>

COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 485 de 2005 (4 marzo de 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y

materias primas de alimentos para consumo humano. [en línea]. Diario oficial. Bogotá, 2005. No. 45.840. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://avancejuridico.com/actualidad/documentosoficiales/2005/45840/r_mps_0485_2005.html#:~:text=RESOLUCION%20485%20DE%202005&text=Por%20la%20cual%20se%20establece,de%20alimentos%20para%20consumo%20humano.

COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución número 5109 de 2005 (29 diciembre de 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2005. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

COLOMBIA. MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución número 5109 de 2005 (29 diciembre de 2005). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2005. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012. [en línea]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <http://www.legiscomexalinstante.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/minsalud-sanitario.pdf>

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Decreto número 60 de 2002 (24 enero de 2001). Por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá,

2001. No. 44.686. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200060%20DE%202002.pdf

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 003929 de 2013 (2 octubre de 2013). Por lo cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de éstos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. [en línea]. Bogotá, 2013. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%203929%20de%202013.pdf

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 14712 de 1984 (12 octubre de 1984). Por la cual se reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas. [en línea]. Bogotá, 1984. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion-14712-de-1984.pdf>

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 2155 de 2012 (8 agosto de 2012). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las hortalizas que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2012. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2155-de-2012.pdf>

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 2155 de 2012 (8 agosto de 2012). Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las hortalizas que se procesen,

empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá, 2012. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2155-de-2012.pdf>

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución 2674 de 2013 (22 julio de 2013). Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. [en línea] Diario oficial. Bogotá, 2013. No. 48.862. Disponible en: <https://www.foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/>

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Resolución Número 1229 de 2013 (23 abril de 2013). Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano. [en línea]. Diario Oficial. Bogotá. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-1229-de-2013.pdf>

COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2078 de 2012 (8 octubre de 2012). Por el cual se establece la estructura del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), y se determinan las funciones de sus dependencias. [en línea]. Diario oficial. Bogotá, 2012. No. 48.577. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66709>

COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2620 de 2014 (17 diciembre de 2014). Por el cual se modifica y adiciona el Decreto número 2460 de 2013. [en línea]. Diario oficial. Bogotá, 2014. No. 49368. [Consulta: 21 de

abril 2022]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=60275>

DANE. Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV 2018. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: http://systema59.dane.gov.co/redcol/CNPV2018/PERSONAS_DEMOGRAFICO_Cuadros%20CNPV_2018.htm

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA FUNCION PUBLICA. Decreto 3075 de 1997. [Sitio web]. Bogotá. [consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=3337

ECOMIPEDIA. Investigación descriptiva. [Sitio web]. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>

INGENIERO AMBIENTAL. Breve panorama de la ISO 9000 e ISO 14000 (20 septiembre de 2009). [Sitio web]. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <http://www.ingenieroambiental.com/4012/encuestacertifISO.pdf>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN, Norma Internacional ISO 22000:2005 Sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria. Requisitos. [Sitio web]. ICONTEC Bogotá, noviembre 08, 2005. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: [https://www.bsigroup.com/es-CO/iso-22000-inocuidad alimentaria /#:~:text=ISO%2022000%20es%20una%20norma,largo%20de%20la%20cadena%20alimentaria.](https://www.bsigroup.com/es-CO/iso-22000-inocuidad-alimentaria/#:~:text=ISO%2022000%20es%20una%20norma,largo%20de%20la%20cadena%20alimentaria.)

INVEST IN BOGOTA. Alimentos y bebidas. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-bogota/>

INVESTIGALIA. El enfoque mixto de investigación: algunas características. [Sitio web]. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

LEX BASE. Ley 399 de 1997 – Colombia. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: <https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1997/l0399de1997#:~:text=Ley%20399%20de%201997%20%2D%20Colombia,%22Invima%22%2C%20su%20cobro>

METTLER TOLEDO. ¿Qué es el Brix en comparación con el porcentaje de Brix? [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 09 junio de 2021]. Disponible en: <https://www.mt.com/es/es/home/perm-lp/product-organizations/ana/brix-meters.html>

MIN SALUD. GOV. por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200060%20DE%202002.pdf

MINSALUD. GOV. Controles relacionados con alimentos y destinados al consumo humano. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril 2022]. Disponible en: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Circular%200046%20de%202014.pdf

MINSALUD. GOV. en cuanto hace relaciónal Aspartame como edulcorante artificial. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 21 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion-1618-de-1991.pdf>

MINSALUD. GOV. sanitario-alimentos-y-bebidas. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 30 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/normograma-sanitario-alimentos-y-bebidas.aspx>

MUNDO PPMI. [Sitio web]. Colombia, Industria colombiana de bebidas, desempeño rentable y sostenible. [Consulta: 24 de junio 2021]. Disponible en: <https://www.mundoppmi.com/procesamiento/inteligencia-de-egocios/article/21096308/industria-colombiana-de-bebidas-desempeo-rentable-y-sostenible>

PEÑA, Sandra, RUEDA, Silvia, factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de zumos cítricos. naturales, [en línea]. Tesis profesional en gestión empresarial. Universidad Industrial de Santander. 2019. [Consultado: 09 de junio 2021]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/>

POPULATION.CITY. Bucaramanga población. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 21 de abril 2022]. disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/bucaramanga/>

PORTAL OFICIAL DE INVERSIÓN DE COLOMBIA. ¿Por qué invertir en el sector de alimentos procesados en Colombia?, Sectores: Agroindustria y producción de alimentos - Alimentos procesados. [Sitio web]. Bogotá. [Consulta: 30 de abril 2022]. Disponible en: <https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/alimentos-procesados#:~:text=Colombia%20se%20perfila%20como%20una,de%20alimentos%20procesados%20y%20bebidas.>

PROCOLOMBIA. [Sitio web]. Inversión en el sector Agroindustria en Colombia. [Consulta: 09 de junio 2021]. Disponible en: <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria.html>

SAAVEDRA, Martha Liliana, factibilidad para la creación de una tienda eco orgánica [en línea]. Tesis profesional en gestión empresarial. Universidad Industrial de Santander. 2019. [Consultado: 09 de junio 2021]. Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/>

SALAZAR CAMACHO, Ana Maria y SOLANO SALGADO, Stephanie Paola, factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jugos

saludables con suplementos vitamínico [en línea]. Tesis especialización. Universidad Externado de Colombia, 2017. [Consultado: 09 junio 2021]. Disponible en: <https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/720/ABA-spa-2017-Factibilidad%20para%20la%20creacion%20de%20una%20empresa%20productora%20y%20comercializadora%20de%20jugos%20saludables%20con%20suplementos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

SANCHEZ GELVEZ, Néstor Santiago, ANGARITA RIOS Victor Jose. Estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de jugo de gulupa. [en línea]. Tesis Ingeniería industrial. Universidad libre seccional Cúcuta. 2018. [Consultado: 09 de junio 2021]. Disponible en: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11986/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACION%20DE%20UNA%20PLANTA%20PROCESADORA%20DE%20JUGO%20DE%20GULUPA%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20CUCUTA%20NORTE%20DE%20SANTANDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SECTORIAL, Análisis, monitoreo y evaluación de sectores. Informe actualizado 2022: Sector Bebidas [En línea]. Medellín: [Consulta: 26 septiembre 2021]. Disponible en: <https://www.sectorial.co/component/k2/item/87?Itemid=232>

SYNALS, Tendencias en consumo de lácteos y jugos en 2021. [Sitio web]. [Consulta: 25 de septiembre 2021]. Disponible en <https://www.sig.biz/signals/co/articulos/tendencias-de-consumo-de-lacteos-y-jugos-en-2021>

WIKIPEDIA. Alcaldía de Bucaramanga. [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga>

WIKIPEDIA. Ruta Nacional 66 (Colombia). [Sitio web]. Bucaramanga. [Consulta: 12 de mayo 2022]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_Nacional

66(Colombia)

ANEXOS

Anexo A. Encuesta estudio de mercado. Zumos saludables

Esta encuesta está dirigida a personas mayores de edad de la ciudad de Bucaramanga. Que incluyen dentro de sus compras alimentos con alto valor nutricional. como concentrados de frutas, extractos vegetales entre otros.

¿Conoce o a oído usted sobre productos saludables como (bebidas frías o calientes) ya listas en el mercado?

Si___

No___

¿Compra algún tipo de bebida saludable fría/caliente para el consumo propio o de algún familiar?

Si___

No___

¿Qué tipo de bebidas saludables compra (sin aditivos ni conservantes)?

- Néctar
- Concentrados de frutas
- Papillas
- Consumes
- Leche (soya, almendra)
- Infusiones (frutales, Te, Caldos)
- Otra: Cual_____
-

¿En qué tipo de establecimiento realiza la compra?

- Súper mercado

- Micro mercados
- Almacenes de cadena
- Casas Naturistas
- Puntos de ventas propios
- Plaza de mercado
- Cafeterías/ fruterías

¿Cuál es su presupuesto de compra para estos productos (bebidas saludables) al Mes?

- Menos de \$100.000
- Entre \$100.000 y \$200.000
- Más de \$200.000

De producirse una bebida saludable que se puede consumir fría o caliente que mezcle fruta, verdura, hortaliza 100% natural, generando un alto valor nutricional o complemento ¿estaría dispuesto a comprarla?

Si___

No___

¿En qué presentación le gustaría encontrarla?

- 350 ml
- 500 ml
- 1000 ml
- 1500 ml
- 2000 ml

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 350 ml con estas bondades?

- Menos de \$5.000
- Entre \$5.000 a \$7.000

- Más de \$7.000

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 500 ml con estas bondades?

- Menos de 7000
- Entre \$7.000 a \$10.000
- Más de \$10.000

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 1000 ml con estas bondades?

- Menos de \$15.000
- Entre \$15.000 a \$20.000
- Más de \$20.000

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 1500 ml con estas bondades?

- Menos de \$20.000
- Entre \$20.000 a \$30.000
- Más de \$30.000

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida de 2000 ml con estas bondades?

- Menos de \$30.000
- Entre \$30.000 a \$40.000
- Más de \$40.000

¿Cuál sería su frecuencia de compra?

- Diariamente
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

¿Cuántas unidades estarían dispuestos a comprar según la presentación y frecuencia elegida?

- 1

- 2

- 3

- 4

- 5

- Más de 5

¿Cómo le gustaría que viniera empaçado?

- Recipientes desechables

- Envases plásticos

- Cajas de cartón

- Material biodegradable

- Bolsas plásticas

¿Dónde le gustaría encontrar este tipo de bebidas listas?

- Puntos de ventas propios

- Supermercados/ micro mercados

- Almacenes de cadena

- Comercio electrónico (apps, redes sociales,)

¿Con que medio de pago prefiere pagar este tipo de producto?

- Efectivo

- Transferencias bancarias

- Tarjeta debito

- Tarjeta de crédito

¿Cuál es el medio de publicidad preferido?


- Redes sociales

- Radio

- Impresos

- Revistas especializadas


Anexo B. Cotización de insumos No 5751.



**MEGA
TIENDAS
Industrial**

Cra. 16 No. 41-72 Centro Bucaramanga
comercialmegatiendas@hotmail.com

Tel. 6 70 1596
Cels. 310 698 3908- 323 206 8569



Distribuidores de Equipos de Panadería, Tiendas, Supermercados, Café, Carnicerías, Heladerías...

COTIZACION		
SEÑOR (ES) Oscar Pizaro	FECHA 06 / 10 / 2022	Nº 5751
DIRECCIÓN	CIUDAD B/manga	TEL 300 670 6553

TENEMOS HASTA 72 HORAS PARA SU GARANTÍA AQUÍ EN BUCARAMANGA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL ARTICULO	VALOR UNITARIO	VALOR
1	Pelador de papa industrial		3.300.000
1	Greca 120 tintos		500.000
1	lavaplatos. 150 x 59 x 90.		1.100.000
1	Mesón Acero Inox 110 x 59 x 90.		600.000
1	Bascula de piso 100 kg.		260.000
1	Guarto Frio de refrigeración.		38.000.000
1	Sellador de vasos		1.800.000
1	Tabla Para Picar.		
TOTAL			

NO SE ENTREGA MERCANCIA SIN CANCELAR EN SU TOTALIDAD.
OJO: 1 MES DE GARANTIA Y SOLO SE PRESTA EN BUCARAMANGA

PLAZO PARA RETIRAR MERCANCIA UN MES, EN CASO CONTRARIO SE PIERDE EL ABONO.

NOTA: Los precios están sujetos a la variación del mercado, se adjunta cotización de la comercializadora, atendiendo precios directos de fabricantes obtendríamos un precio más rentable, los sujetos en el estudio plan financiero están basados en información en un prorrateo en cotizaciones y en los precios suministrados por internet.