

Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres, Santander.

Nixon Omar Zarate Bustos

Trabajo de Grado para Optar el Título de Ingeniero Industrial

Director

José Luis Garcés Bautista

Magister de Gerencia de Negocios MBA

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ingenierías Físico mecánicas

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Bucaramanga

2023

Dedicatoria

"Dedico este trabajo de grado a mi familia, por su constante apoyo y aliento en cada paso de este camino. A mi director, por su guía invaluable que ha enriquecido este estudio. A mis amigos, por ser mi fuente de inspiración y alegría. Agradezco a mis profesores por compartir su sabiduría. Cada palabra escrita es un reflejo de su influencia en mi crecimiento académico y personal. Este logro es también suyo. ¡Gracias!"

Tabla de Contenido

	Pág.
1. Generalidades de la empresa.....	18
1.1 Título.....	18
1.2 Alcance	18
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos.....	19
1.4 Justificación	21
2. Análisis del Entorno.....	24
2.1 Análisis PEST.....	24
2.1.1 Político-legales.....	24
2.1.2 Económicos.....	26
2.1.3 Socio-cultural	28
2.1.4 Tecnológicos	29
2.2 Cinco Fuerzas de Porter	30
2.2.1 Amenaza de nuevos participantes.....	31
2.2.2 Amenaza de sustitutos.....	31
2.2.3 Poder de negociación de los proveedores	33
2.2.4 Poder de negociación de los compradores	33
2.2.5 Rivalidad entre competidores existentes.....	33
3. Análisis de Mercado	34
3.1 Descripción del producto	34

3.2	Segmentación del mercado	35
3.2.1	Perfil de los clientes	35
3.2.2	Mercado Potencial	35
3.2.3	Mercado objetivo	36
3.3	Investigación de mercados	36
3.3.1	Objetivo general de la investigación.....	36
3.3.2	Objetivos específicos de la investigación	36
3.3.3	Diseño del cuestionario.....	37
3.3.4	Diseño de la muestra.....	37
3.3.4.1	Definición de la población	37
3.3.4.2	Marco muestral.....	38
3.3.4.3	Tamaño de la población	38
3.3.4.4	Tipo de muestreo	39
3.3.4.5	Tamaño de la muestra	39
3.3.5	Recolección de datos.....	40
3.3.6	Conclusiones y resultados de la investigación de mercados.....	40
3.4	Estimación y proyección de la demanda.....	43
4.	Plan de Mercadeo.....	45
4.1	Propuesta de valor.....	45
4.2	Branding.....	46
4.2.1	Nombre de la empresa	46
4.2.2	Logo de la empresa	46
4.2.3	Empaques	47

- 4.2.3.1 Empaques para la leche de almendras u otro fruto seco 47
- 4.2.3.2 Empaque para la Harina de frutos secos 48
- 4.2.3.3 Empaque para Granola 49
- 4.2.3.4 Empaque del Mix de frutos secos 50
- 4.2.3.5 Empaque para las Barras energéticas de cereales con frutos secos
50
- 4.2.3.6 Empaque para la Mantequilla o crema de frutos secos 51
- 4.3 Mix de Marketing 51
 - 4.3.1 Producto 52
 - 4.3.2 Precios 54
 - 4.3.3 Plaza o Distribución 54
 - 4.3.4 Promoción 56
- 5. Análisis Técnico 57
 - 5.1 Proceso productivo 57
 - 5.1.1 Compra de materias primas. 57
 - 5.1.2 Recepción y almacenamiento de materias primas. 58
 - 5.1.3 Preparación de ingredientes 59
 - 5.1.4 Recetas o preparaciones 59
 - 5.1.4.1 Preparación de la leche de almendras 59
 - 5.1.4.2 Preparación de la harina de frutos secos 60
 - 5.1.4.3 Preparación de la granola 60
 - 5.1.4.4 Preparación del Mix de frutos secos 61

5.1.4.5	Preparación de las barras energéticas de cereales con frutos secos.	61
5.1.4.6	Preparación de la crema o mantequilla de frutos secos.....	62
5.1.5	Almacenamiento y expedición.....	62
5.2	Materias primas, insumos herramientas, maquinaria y equipos	63
5.3	Plan de producción.....	65
5.3.1	Leche de almendras u otros frutos secos.....	66
5.3.2	Harina de frutos secos	66
5.3.3	Granola.....	66
5.3.4	Barras energéticas de cereales con frutos secos.....	67
5.3.5	Mix de frutos secos	67
5.3.6	Mantequilla o crema de frutos secos para untar.....	67
5.4	Localización	68
5.5	Distribución de planta.....	70
6.	Análisis Organizacional	71
6.1	Estructura organizacional de la empresa.....	71
6.2	Descripción de cargos	72
6.3	Manual de funciones	73
6.4	Estructura salarial.....	73
6.5	Contratación	75
7.	Análisis Legal	75
7.1	Tipo de sociedad	75
7.2	Procedimiento para la conformación de la sociedad.....	76

7.2.1	Documento para la constitución.....	76
7.2.2	Consulta de homonimia	77
7.2.3	Actividad económica de la empresa	78
7.2.4	Uso del suelo.....	78
7.2.5	Formalización ante la DIAN.....	79
7.3	Implicaciones Tributarias.....	79
7.4	Registro sanitario de INVIMA.....	80
7.4.1	Decreto 3075 de 1997	80
7.4.2	Resolución 5109 de 2005.....	81
7.4.3	Resolución 2674 del 2013.....	81
7.4.4	Resolución 719 del 2015.....	81
7.4.4.1	Reunir documentos.....	82
7.4.4.2	Realización del pago	83
7.4.4.3	Realizar la radicación de manera virtual o presencial.....	84
7.4.5	Resolución 333 del 2011.....	84
8.	Análisis del Impacto Social y Ambiental.....	84
8.1	Análisis del impacto social	84
8.2	Análisis del impacto ambiental.....	85
9.	Análisis Financiero	87
9.1	Inversiones iniciales.....	87
9.1.1	Inversión fija.....	87
9.1.2	Capital de trabajo	89
9.1.3	Valor de la inversión inicial.....	89

9.2	Costos de producción	90
9.2.1	Costo anual de materia prima	90
9.2.2	Costo anual de la mano de obra directa	92
9.2.3	Costo indirecto de fabricación anual.....	93
9.2.4	Costo total de producción	94
9.3	Gastos de administración	94
9.4	Gastos de constitución	95
9.5	Total de egresos	97
9.6	Total de ingresos	97
9.7	Financiamiento del Proyecto.....	98
9.8	Proyección Financiera.....	99
9.8.1	Estado de Resultados	99
9.8.2	Flujo de Caja.....	101
9.8.3	Estado de situación financiera	102
9.9	Evaluación Financiera (Indicadores)	103
9.9	Análisis de escenarios	104
9.9.1	Escenario más probable	104
9.9.2	Escenario Optimista	105
9.9.3	Escenario Pesimistas.....	105
10.	Análisis Estratégico	106
10.1	Matriz DOFA	106
10.2	Estrategias	107
10.2.1	Estrategias Debilidades – Oportunidades.....	107

10.2.2	Estrategia Fortalezas – Amenazas.....	108
10.2.3	Estrategias Fortalezas - Oportunidades.....	108
10.2.4	Estrategia Debilidades - Amenazas.....	109
10.3	Misión.....	109
10.4	Visión.....	109
10.5	Valores de la Organización.....	109
10.6	Modelo CANVAS.....	110
11.	Conclusiones.....	112
12.	Recomendaciones.....	113
	Referencias Bibliográficas.....	1134

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Cumplimiento de objetivos	17
Tabla 2. Matriz Ansoff de “Nutrinuts”	52
Tabla 3. Presentaciones de los productos	53
Tabla 4. Precios de los productos	54
Tabla 5. Materias primas e insumos	63
Tabla 6. Maquinaria y Equipo	64
Tabla 7. Equipo de computación y comunicación	65
Tabla 8. Equipo de Oficina	65
Tabla 9. Plan de producción para los primeros 5 años	68
Tabla 10. Aportes y prestaciones sociales	73
Tabla 11. Costo de la mano de obra de la empresa.....	74
Tabla 12. Tipos de contratos a trabajadores.....	75
Tabla 13. Modelo de constitución de una sociedad por <i>acciones simplificadas (S.A.S)</i>	76
Tabla 14. Tarifas para el registro, permiso y notificación sanitaria de los productos	83
Tabla 15. Inversión fija de activos	88
Tabla 16. Depreciación de los activos	88
Tabla 17. Capital de trabajo	89
Tabla 18. Inversión inicial requerida	89
Tabla 19. Costo anual de la materia prima directa.....	90
Tabla 20. Proyección del costo de la materia prima directa	91
Tabla 21. Costo anual de la materia prima indirecta	91
Tabla 22. Proyección del costo de materia prima indirecta	91
Tabla 23. Costo de mano de obra directa anual	92
Tabla 24. Proyección Mano de obra directa anual.....	92
Tabla 25. Costo de mano de obra indirecta anual.....	92
Tabla 26. Proyección Mano de obra indirecta anual.....	93
Tabla 27. Costos indirectos de fabricación	93
Tabla 28. Proyección costos indirectos de fabricación anual	94

Tabla 29. Proyección costo total de producción	94
Tabla 30. Salarios área de administración	95
Tabla 31. Gastos de administración anual	95
Tabla 32. Proyección gastos de administración	95
Tabla 33. Gastos de constitución	96
Tabla 34. Otros gastos.....	96
Tabla 35. Proyección otros gastos	96
Tabla 36. Proyección total de egresos.....	97
Tabla 37. Ingresos año 1	97
Tabla 38. Proyección de ingresos	98
Tabla 39. Financiamiento Inversionistas Capitalistas.....	98
Tabla 40. Variables de entrada para el análisis financiero.....	99
Tabla 41. Proyección Estado de Resultados	100
Tabla 42. Proyección Flujo de Caja.....	101
Tabla 43. Proyección Estado de situación financiera	102
Tabla 44. Valor presente neto (VPN)	103
Tabla 45. Tasa interna de retorno (TIR)	103
Tabla 46. Indicadores para el escenario más probable	105
Tabla 47. Indicadores para el escenario optimista	105
Tabla 48. Indicadores para el escenario pesimista.....	106
Tabla 49. Matriz DOFA.....	106

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Cinco fuerzas de Porter	31
Figura 2. Gama de productos	34
Figura 3. Población de Sabana de Torres, Santander por Edad 2023	38
Figura 4. Valor de n	39
Figura 5. Tamaño de la muestra.....	40
Figura 6. Logo de la empresa.....	46
Figura 7. Empaque para la leche de almendras u otro fruto seco	48
Figura 8. Empaque para la Harina de frutos secos.....	49
Figura 9. Empaque para granolas y cereales.....	49
Figura 10. Empaque del Mix de frutos secos.....	50
Figura 11. Empaque para las barras energéticas con frutos secos	50
Figura 12. Empaque para la Mantequilla o crema de frutos secos	51
Figura 13. Estrategia de distribución	55
Figura 14. Ubicación geográfica de la empresa.....	69
Figura 15. Distribución de Planta	70
Figura 16. Estructura organizacional propuesta.....	71
Figura 17. Consulta de homonimia.....	77

Lista de Apéndices

Ver apéndices adjuntos y pueden ser consultados en la base de datos de la biblioteca UIS

Apéndice A. Encuesta Realizada

Apéndice B. Resultados de la investigación de mercados

Apéndice C. Estructura salarial

Apéndice D. Manual de funciones

Apéndice E. Análisis financiero detallado

Apéndice F. Modelo Canvas

Resumen

Título: Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres, Santander*

Autor: Nixon Omar Zarate Bustos**

Palabras clave: Frutos secos, emprendimiento, producción, contenido nutricional, proteína.

Descripción: El presente trabajo tiene como objetivo formular un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres, Santander contribuyendo al crecimiento de esta industria en el país. El estudio para la conformación de esta nueva empresa se basa en la estructura de un plan de negocios donde se inicia con un análisis del sector, en esta etapa se estudiaron factores externos como internos que intervienen en el desarrollo de la idea de negocio. Luego se desarrolló un estudio de mercado para identificar el mercado potencial, la posible demanda, y una investigación de mercado cuyo objetivo era determinar la aceptabilidad de los productos en la población, obtener información relevante y opinión personal. El mercado objetivo son aquellos supermercados, tiendas de alimentos naturales y saludables, gimnasios y especialmente consumidores mayores de edad sin descartar igualmente a menores de edad conscientes de su salud y de cualquier estrato socioeconómico ubicados en el municipio de Sabana de Torres – Santander, los cuales requieran de productos de calidad, delicioso sabor y alto nivel nutricional para ofrecer a sus clientes o consumir en caso del consumidor final.

A continuación, se realizó un estudio técnico, administrativo y legal, según los intereses y especificaciones para la conformación de este nuevo negocio y se proponen estrategias e indicadores para garantizar el sostenimiento en el mercado y la viabilidad financiera. El resultado de este proyecto brinda herramientas suficientes para contemplar y decidir sobre la puesta en marcha del negocio con instrumentos que permitan al inversionista tomar una decisión sobre la rentabilidad de su inversión

* Trabajo de grado

** Facultad de ingeniería físico mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director: José Luis Garcés Bautista. Magister de Gerencia de Negocios MBA.

Abstract

Title: Business plan for the establishment of a company producing and marketing products derived from nuts in the municipality of Sabana de Torres, Santander*

Author: Nixon Omar Zarate Bustos**

Key words: Nuts, entrepreneurship, production, nutritional content, protein.

Description: The purpose of this work is to formulate a business plan for the establishment of a company that produces and markets products derived from nuts in the municipality of Sabana de Torres, Santander, contributing to the growth of this industry in the country. The study for the creation of this new company is based on the structure of a business plan, which begins with an analysis of the sector. In this stage, external and internal factors that influence the development of the business idea were studied. Subsequently, a market study was conducted to identify the potential market, possible demand, and market research aimed at determining the acceptability of the products among the population, obtaining relevant information and personal opinions. The target market includes supermarkets, natural and healthy food stores, gyms, and especially adult consumers, without excluding health-conscious minors of any socioeconomic level located in the municipality of Sabana de Torres, Santander. These customers require quality products with delicious taste and high nutritional value to offer to their clients or consume for personal use.

Next, a technical, administrative, and legal study was carried out based on the interests and specifications for the establishment of this new business. Strategies and indicators are proposed to ensure sustainability in the market and financial viability. The outcome of this project provides sufficient tools to consider and decide upon the implementation of the business, with instruments that allow the investor to make a decision regarding the profitability of their investment.

* Thesis

** Facultad de ingeniería físico mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director: José Luis Garcés Bautista. Magister de Gerencia de Negocios MBA.

Introducción

Los frutos secos han sido durante mucho tiempo un alimento importante en la dieta de todo el mundo debido a su delicioso sabor y numerosos beneficios para la salud. A medida que los consumidores continúan buscando opciones de alimentos saludables, la demanda de productos derivados de frutos secos continúa creciendo y es que según enalimentos se prevé que para el 2032 esta industria de productos derivados crezca hasta los 15.800 millones de dólares. Esto presenta una oportunidad importante en el mercado para ofrecer productos innovadores, sostenibles y de alta calidad. Este plan de negocios describe la visión de una empresa de productos de frutos secos que se distingue de la competencia al ofrecer frutos secos de primera calidad, obtenidos de forma sostenible y envases creativos. La materia prima se obtendrá de los mejores productores de todo el país, y el compromiso con la sostenibilidad y las prácticas de abastecimiento ético garantizarán que estos productos tengan un impacto positivo en el medio ambiente. Con enfoque en la calidad premium, la sostenibilidad, el empaque innovador y un excelente servicio al cliente, se puede estar seguro que esta empresa de productos derivados de frutos secos tiene el potencial de ser líder en el mercado y brindar una opción valiosa para los clientes que buscan opciones de alimentos saludables.

A partir de esto surge la idea de evaluar la factibilidad de un modelo de negocio para producir y comercializar productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres, Santander. Con el siguiente trabajo se buscar analizar de forma planificada las oportunidades que se presentan alrededor de la viabilidad técnica, económica, legal y financiera de la empresa a constituir, además del diseño de las estrategias de promoción de los productos y procedimientos para la puesta en marcha del proyecto.

Cumplimiento de objetivos

Tabla 1

Cumplimiento de objetivos

Objetivos	Cumplimiento
Realizar un análisis del macro y micro entorno del sector de los frutos secos a nivel nacional, regional y local; con el fin de identificar oportunidades y amenazas para la idea de negocio	Capítulo 2
Elaborar un estudio de mercados, el cual permita identificar los requerimientos del sector, posicionamiento del mercado, principales competidores, clientes potenciales y venideras tendencias	Capítulo 3
Realizar un plan de mercadeo que defina la estrategia de precio, distribución y promoción para la producción y comercialización del producto	Capítulo 4
Desarrollar un análisis técnico para determinar detalladamente la capacidad instalada, diseño de planta, localización, abastecimiento, procesos productivos, especificaciones técnicas de los equipos necesarios para la producción y comercialización del producto	Capítulo 5
Determinar el análisis organizacional para definir el diseño del organigrama, el manual de funciones, cantidad de personal y la estructura salarial de cada uno de los puestos que intervienen con la producción y comercialización del producto.	Capítulo 6
Realizar un análisis del marco legal y normativo establecido por el estado colombiano para regular la operación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos.	Capítulo 7
Desarrollar un análisis del impacto social y ambiental, generado por la creación y funcionamiento de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres.	Capítulo 8
Elaborar un análisis financiero que permita determinar la viabilidad de la producción y comercialización de productos derivados de frutos secos en Sabana de Torres y la rentabilidad mediante el uso de criterios de decisión como VPN, TIR y PRI.	Capítulo 9
Realizar un análisis estratégico el cual permita identificar las ventajas competitivas para la puesta en marcha y sostenimiento en el tiempo de la empresa.	Capítulo 10

1. Generalidades de la empresa

1.1 Titulo

Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres, Santander.

1.2 Alcance

El alcance del proyecto se limitó a la elaboración de un plan de negocios compuesto por un estudio de mercado donde se analizó el mercado objetivo, la competencia, demanda potencial y las estrategias de venta del producto, un estudio técnico donde se realizó la descripción detallada del producto, del proceso, la capacidad de producción y de los recursos necesarios para la elaboración de productos. Igualmente, el proyecto lleva un estudio de la normatividad correspondiente a permisos, registros y vías legales que puedan llegar a afectar el desarrollo del plan y donde se definan las políticas para la conformación de la sociedad, también un estudio financiero y económico al cual se tendrá que recurrir para la puesta en marcha del negocio, en el que aparecen las inversiones, capital de trabajo, presupuestos, proyecciones, además del análisis de indicadores como el VPN y la TIR.

También se realizarán el análisis previo para plantear el modelo de negocio y el plan estratégico que garantice la sostenibilidad en el mercado de la nueva empresa junto con las estrategias para la puesta en marcha de este.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Formular un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres – Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis del macro y micro entorno del sector de los frutos secos a nivel nacional, regional y local; con el fin de identificar oportunidades y amenazas para la idea de negocio.
- Elaborar un estudio de mercados, el cual permita identificar los requerimientos del sector, posicionamiento del mercado, principales competidores, clientes potenciales y venideras tendencias.
- Realizar un plan de mercadeo que defina la estrategia de precio, distribución y promoción para la producción y comercialización del producto
- Desarrollar un análisis técnico para determinar detalladamente la capacidad instalada, diseño de planta, localización, abastecimiento, procesos productivos, especificaciones técnicas de los equipos necesarios para la producción y comercialización del producto.
- Determinar el análisis organizacional para definir el diseño del organigrama, el manual de funciones, cantidad de personal y la estructura salarial de cada uno de los puestos que intervienen con la producción y comercialización del producto.

- Realizar un análisis del marco legal y normativo establecido por el estado colombiano para regular la operación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos.
- Desarrollar un análisis del impacto social y ambiental, generado por la creación y funcionamiento de una empresa productora y comercializadora de productos derivados de frutos secos en el municipio de Sabana de Torres.
- Elaborar un análisis financiero que permita determinar la viabilidad de la producción y comercialización de productos derivados de frutos secos en Sabana de Torres y la rentabilidad mediante el uso de criterios de decisión como VPN, TIR y PRI.
- Realizar un análisis estratégico el cual permita identificar las ventajas competitivas para la puesta en marcha y sostenimiento en el tiempo de la empresa.
- Diseño de un prototipo del producto final a ofrecer.

1.4 Justificación

Los frutos secos forman parte de nuestra alimentación desde tiempos muy remotos. Hace unos cuantos años, investigadores de Harvard descubrieron la presencia de diferentes frutos secos y de utensilios hechos de piedra para romperlos en las excavaciones de Gesher Benot Ya'aqov, datados de más de 780.000 años atrás, demostrando que los primeros homínidos ya utilizaban las almendras o los pistachos para alimentarse. Diferentes hallazgos arqueológicos revelaron que, durante el Mesolítico, los frutos secos formaban parte importante de la alimentación del hombre, igual que ahora. (Salas, 2015).

Según nortedecastilla Los frutos secos o anacardos son aquellas semillas de algunos árboles o plantas, envueltas en una cáscara dura con un contenido de agua baja y por tanto fácil de conservar. Son productos ricos en grasas saludables, fibra y tienen un perfil para servir como proteína. Como se encuentran gran cantidad de frutos secos, según el tipo de semilla incluyen vitaminas, minerales y antioxidantes. Entre los frutos secos más comercializados según Procolombia, se encuentran las nueces, las avellanas, los piñones, el maní, las almendras, y particularmente en Colombia las semillas de chía y lino, pistachos, marañón y las habas secas. Por tratarse de productos sanos, su consumo aumenta en la medida en que crece la conciencia de llevar una vida saludable y una dieta balanceada.

Los patrones dietéticos ricos en antioxidantes podrían contribuir a la prevención y el tratamiento de las fases previas de demencia. Los frutos secos tienen una apreciable carga antioxidante y hay evidencia de sus efectos beneficiosos sobre la incidencia de varias enfermedades crónicas y las tasas de mortalidad general. Además, son ricos en ácidos grasos

polinsaturados, que también parecen desempeñar un papel positivo en la neurogénesis, estos resultados sugieren que incluir el consumo diario moderado de algún fruto seco en la dieta saludable de las personas adultas podría tener efectos beneficiosos sobre su función cognitiva. (Fernández et al., 2019)

Según chilealimentos el mercado mundial de la almendra está dominado por EE. UU. en un 80% de la producción total, entre los países productores más importantes se encuentran Australia, España, Chile, Túnez, Irán, Turquía, Marruecos, Grecia e Italia. La Unión Europea es el primer consumidor con 419 mil toneladas (26,5%), seguido de EE. UU. (23,8%), China (10,4%) e India (9%), representan el 70% del consumo mundial previsto en 2021/22. (Agrodigital, 2022)

Colombia tiene una ventaja significativa en comparación con otros países debido a su amplia gama de climas y ubicación geográfica, lo que permite la creación de diversos productos originarios de diversas regiones. El Gobierno colombiano ha fomentado la exportación de estos bienes a mercados internacionales a través de organizaciones como Procolombia. Según la revista Portafolio, empresas como Páramo Snacks y Fruandes han logrado exportar sus productos a naciones como Estados Unidos, Canadá, Alemania, España y Rumania a partir de 2020. En cuanto a la comercialización, los planes de promoción que tiendan al aumento de los consumos son esenciales. Para lograrlo, será necesario unir los esfuerzos de las diversas áreas del sector y utilizar todas las facilidades gubernamentales disponibles.

Con este plan de negocio se busca crear una empresa que produzca y distribuya productos derivados de frutos secos como leche de almendras, harina de frutos secos, mantequilla, quesos, snacks, etc. en el municipio de Sabana de Torres debido a que las empresas que operan actualmente en el país dependen mayormente de las importaciones y no exploran el mercado de la región. El negocio proyecta ser líder en la industria de los frutos secos en Santander, comprometida con la nutrición de sus clientes.

Las motivaciones que lleva crear este proyecto de grado son la necesidad de mejorar los hábitos alimenticios de la región y la generación de empleos, ya que el municipio se encuentra en dependencia del sector de los hidrocarburos. “La crisis del petróleo prácticamente tienen al municipio en banca rota, ya que las compañías que pagaban impuesto ya no están operando y solo se manejan \$4 o 5 mil millones de pesos en regalías. Antes se recibían \$135 mil millones cada 4 años.” Solís, J. (2016). En la población Sabanera se incrementa el desempleo y no cuenta con ninguna tienda ni productora de frutos secos que opere dentro del municipio siendo la más cercana las ubicadas en Barrancabermeja a 73 km y Bucaramanga 113 km. Los indicadores del DANE relacionados con la pobreza y desigualdad muestran mayor severidad en las zonas rurales del país (27,3% para el año 2022), la pobreza afecta principalmente a los niños y niñas. Según informe de la FAO, en 2018; en Colombia 3.4 millones de personas están subalimentadas y viven mayoritariamente en zonas rurales donde sus condiciones estructurales reproducen día a día las causas de su hambre: desigualdad, exclusión étnica, inequidad de género, falta de acceso a tierra y a activos productivos, brecha rural-urbana y desequilibrios territoriales, o carencia de servicios sociales.

2. Análisis del Entorno

2.1 Análisis PEST

Este análisis me permite identificar los factores del macroentorno de la industria de frutos secos en Colombia que puedan influir en el desarrollo de la idea de negocio. Estos factores son: político-legales, económicos, socio-culturales y tecnológicos.

2.1.1 Político-legales.

El cultivo de frutos secos en Colombia ha sido un tema políticamente delicado debido a la historia del país de conflicto armado con diferentes grupos armados al margen de la ley y luchas económicas. A pesar de los desafíos, esta industria ha mostrado un crecimiento notable en los últimos años, especialmente en la producción de almendras, nueces, pistachos, marañones y avellanas en el departamento del Vichada el cual ya cuenta con 680 hectáreas cultivadas y la Costa Caribe que produce 1.700 kg por hectárea de la almendra del marañón. (Caracol, 2021). En términos de estabilidad política, el gobierno colombiano ha estado trabajando para mejorar la seguridad en las zonas rurales donde se cultivan estos frutos. Esto ha ayudado a aumentar la inversión en el sector, así como a proporcionar un entorno más seguro para los trabajadores y agricultores. Además, el gobierno ha implementado programas para apoyar el desarrollo de pequeños y medianos productores de frutos secos, que incluyen asistencia técnica, acceso a financiamiento con entidades bancarias como el Banco agrario y capacitación en prácticas de agricultura sostenible. Sin embargo, la industria de los frutos secos en Colombia aún enfrenta varios desafíos. Uno de los principales problemas es la falta de infraestructura en las zonas rurales, lo que dificulta que los agricultores transporten sus productos al mercado debido a que

no hay una debida infraestructura vial para ello. Esto puede resultar en precios más bajos para los agricultores y menor competitividad en el mercado global. Otro desafío es la presencia de grupos armados ilegales especialmente en la región de la Amazonía y el Caribe, lo que puede afectar negativamente la seguridad de los trabajadores y la estabilidad de la industria. Además, existen preocupaciones sobre el impacto ambiental de la producción de estos cultivos, particularmente en términos de uso de agua y el potencial de deforestación.

La industria de los frutos secos en Colombia está regulada por varias leyes y reglamentos nacionales e internacionales que tienen como objetivo proteger los derechos de los productores, trabajadores, consumidores y el medio ambiente. La ley MYPYME es la ley 590 del 10 de julio del 2000 que fue creada para promocionar la empresa recién formada en Colombia y que tenga un ambiente institucional con las mejores condiciones. Dentro de los cuales se destacan los siguientes aspectos relevantes:

1. Normativa Laboral: El código sustantivo del trabajo establece los estándares mínimos para las condiciones de trabajo y los derechos de los empleados en el país. Los empleadores en la industria deben cumplir con estos estándares, incluidos los requisitos de salario mínimo, seguridad social y horas de trabajo, etc.
2. Normativa Ambiental: El gobierno colombiano cuenta con varias leyes y reglamentos para proteger el medio ambiente, tal como la Ley General Ambiental de Colombia (Ley 99 de 1993). La industria de frutos secos debe cumplir con esta ley, que tienen como objetivo reducir el impacto ambiental, conservar los recursos naturales y promover el desarrollo sostenible.

3. Normativa Sanitaria de los Alimentos: El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos de Colombia (INVIMA) es el encargado de regular la calidad e inocuidad de los productos alimenticios del país, entre ellos los frutos secos. Los productores deben cumplir con las normas del INVIMA, incluidos los requisitos de etiquetado, higiene de los alimentos y estándares de calidad.
4. Acuerdos comerciales internacionales: Son acuerdos que regulan el comercio entre Colombia y otros países y establecen las reglas para la importación y exportación de frutos seco ya que Colombia tiene tratados de libre comercio con diferentes países alrededor del mundo como lo es Estados Unidos, Canadá y demás países de Latinoamérica, Europa y Asia.

2.1.2 Económicos

La industria de los frutos secos en Colombia es un sector en crecimiento que tiene el potencial de hacer una contribución significativa a la economía del país. Colombia está bien preparada para la producción de frutos secos debido a sus favorables condiciones climáticas y del suelo especialmente en las regiones de la Amazonia y el Caribe colombiano, regiones que tienen un potencial de producción de 700 mil hectáreas, así lo confirmo Sara Beltrán gerente de marañones de la Orinoquia. En este análisis, se examinará los factores clave que afectan la industria de las nueces en Colombia, incluida la producción, las exportaciones, las tendencias del mercado y los desafíos que enfrenta la industria.

- Producción: Colombia es conocida por su diversa gama de cultivos de frutos secos, incluidas nueces, pistachos y marañones. El país tiene un clima y unas condiciones de suelo favorables que lo convierten en un lugar ideal para el cultivo de frutos secos.

Según la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Agrosavia) Colombia tiene 6.000 hectáreas de cultivos de marañón en su mayoría en Vichada, no obstante, en la Costa Caribe las plantaciones ya alcanzan las 1.500 hectáreas y podrían triplicarse en 10 años y llegar a 20.000 hectáreas para posicionar al país en el top 10 de exportaciones a nivel mundial. (Portafolio, 2019)

- Exportaciones: La industria de los frutos secos en Colombia está fuertemente orientada a la exportación, y una parte importante de la producción se destina a los mercados internacionales. El mercado del marañón y su fruto que son endémicos de la Orinoquia, pero que también se cultiva en la Costa Caribe mueve 8.000 millones de pesos al año. De acuerdo con Agrosavia los países que más la importan son Estados Unidos, India y Vietnam. Desde Vichada se han exportado un poco más de 100 toneladas de marañón en 2019 “cifra que podría incrementarse siete veces si se comercializara la nuez ya procesada, cuyo valor por kilo es de 17 dólares”, aseguró Javier Orduz, investigador de Agrosavia.
- Tendencias del mercado: Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en Colombia el consumo per cápita de snacks es de 2 kg por año y ha venido presentando un importante crecimiento en los últimos años, según datos de Euromonitor International y la Cámara de Comercio de Cali, el valor de mercado de los snacks saludables en Colombia fue de US\$2.300 millones en el año 2021 registrando un alza anual de 2% entre 2015 y 2020, es decir que, esta categoría ya representa 24,8% del valor de mercado de snacks.. En consecuencia, la presenta un crecimiento anual del 8% y se estima que solo en maní y nueces, los frutos secos más populares, se venden cerca de 70 mil millones de pesos al año en los almacenes de grandes superficies. De esta manera, los

frutos secos comienzan a ser un alimento importante dentro de la canasta familiar ya que funcionan como entremeses, pequeñas cargas de energía para desempeñar actividades laborales o de estudio. (Procolombia, 2020)

- **Desafíos:** Aunque la industria de nueces en Colombia ha crecido y triunfado, todavía enfrenta una serie de obstáculos. La falta de inversión en la industria ha limitado la capacidad de los productores para modernizarse y aumentar su producción, lo que constituye uno de los mayores desafíos. Además, existen problemas con el transporte y la logística, que pueden dificultar que los productores exporten sus productos a mercados internacionales debido al difícil acceso vial a áreas como la Amazonia. Finalmente, es necesario lograr que la producción de frutos secos sea sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

2.1.3 Socio-cultural

El cultivo de frutos secos en Colombia ha jugado un papel importante en lo social y cultural del país. Ha proporcionado fuentes de ingresos a agricultores y comunidades rurales, ha contribuido a la economía a través del cultivo, venta y exportación de nueces a diferentes partes del mundo.

Tradicionalmente, los frutos secos se han cultivado con fines de subsistencia y para los mercados locales, pero en los últimos años, la comercialización de la producción de estos alimentos se ha incrementado significativamente, convirtiéndolo en un sector de mayor crecimiento para la economía colombiana. El país produce una variedad de frutos secos, como almendras, pistachos, marañones, avellanas, nueces de macadamia y pecanas, maní, entre otros.

Esta industria ha brindado oportunidades de empleo para las comunidades rurales, especialmente para las mujeres y los pueblos indígenas, que participan en varias etapas de la producción, desde la cosecha hasta el procesamiento. Esto ha tenido un impacto positivo en la economía local al aumentar los ingresos y reducir la pobreza.

En términos de significado cultural, el cultivo de nueces se ha integrado en la vida cotidiana de muchos colombianos. Los frutos secos se han convertido en un ingrediente esencial en la cocina ya que se puede utilizar en varias recetas como arepas, tortas, dulces y diferentes tipos de snacks gracias a su sabor, beneficios en su consumo y alto nivel de proteína, vitaminas y minerales.

Sin embargo, la expansión de la producción también ha tenido impactos negativos en el medio ambiente, ya que se han adaptado miles de hectáreas de tierra para el cultivo, lo que ha provocado la deforestación y la degradación del suelo. El gobierno y los productores han estado trabajando para abordar estos problemas a través de prácticas de producción sostenible y programas de certificación, como Rainforest Alliance y Fair Trade. (Ecocert, 2020)

2.1.4 Tecnológicos

El cultivo de frutos secos en Colombia ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años debido a la mayor demanda de productos alimenticios saludables y sostenibles. Los frutos secos, como las almendras, las nueces y los anacardos, ahora se cultivan ampliamente en varias regiones del país, lo que brinda importantes beneficios económicos a los agricultores y las comunidades locales.

Tecnológicamente, el cultivo de frutos secos en Colombia ha mejorado en varios aspectos. En primer lugar, se han introducido sistemas de riego modernos para aumentar la eficiencia del agua y reducir el desperdicio de agua. Estos sistemas utilizan sensores para monitorear los niveles de humedad del suelo, lo que permite a los agricultores optimizar los horarios de riego y conservar los recursos hídricos. En segundo lugar, los avances en la mejora genética y la ingeniería genética han llevado al desarrollo de nuevas variedades de frutos secos que se adaptan mejor a los climas colombianos y las condiciones del suelo. Estas variedades suelen ser más resistentes a enfermedades y plagas, lo que reduce la necesidad de productos químicos nocivos y mejora los rendimientos. Además de la utilización de fertilizantes y materia orgánica de la mejor calidad para asegurar el perfecto crecimiento de los árboles. (TvAgro, 2020)

Otro factor importante que ha contribuido al crecimiento del cultivo de frutos secos en Colombia es la disponibilidad de financiamiento por parte de entidades bancarias como el Banco Agrario, Finagro, gobierno y programas de capacitación del cultivo para los agricultores. Muchas organizaciones y asociaciones como Agrosavia están trabajando para apoyar el desarrollo de este sector, brindando a los agricultores los recursos que necesitan para invertir en tecnología y mejorar sus operaciones.

2.2 Cinco Fuerzas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, desarrollado por Michael Porter, ha sido una herramienta analítica más comúnmente utilizada para examinar el entorno competitivo o microentorno. Describe este contexto en termino de cinco fuerzas competitivas básicas: amenaza de nuevos participantes, amenaza de sustitutos, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores y rivalidad entre competidores existentes (Véase la Figura 1).

Figura 1.

Cinco fuerzas de Porter



2.2.1 Amenaza de nuevos participantes

La industria de frutos secos en Colombia podría tener bajas barreras de entrada, lo que permitiría que nuevas empresas ingresen fácilmente al mercado. Sin embargo, establecer una reputación de marca, construir canales de distribución y lograr economías de escala puede ser un desafío para los nuevos participantes. La amenaza de nuevos entrantes es moderada.

2.2.2 Amenaza de sustitutos

Hay varios productos que podrían representar una amenaza para la industria de los frutos secos como sustitutos, entre ellos podemos destacar los siguientes:

- Barras de snacks: muchas barras de refrigerios contienen nueces, pero algunas personas pueden optar por barras hechas con otros ingredientes, como semillas, avena o frutas.

- Frutas deshidratadas: como las pasas, los arándanos y demás frutas pueden ser un sustituto de los frutos secos como snacks.
- Semillas: Las semillas alternativas, como las semillas de girasol, calabaza y chía, se pueden comer como bocadillos o cocinar y hornear.
- Productos de soya: las nueces de soya y los frijoles de soya tostados se pueden usar como una alternativa rica en proteínas a las nueces.
- Snacks de carne: la cecina, los palitos de carne y otros bocadillos a base de carne pueden ser una alternativa para aquellos que prefieren los bocadillos salados a los dulces.
- Snacks a base de lácteos: los palitos de queso, los pretzels cubiertos de yogur y otros bocadillos a base de lácteos pueden ser una alternativa para aquellos que prefieren los bocadillos a base de lácteos.
- Snacks veganos: los snacks veganos elaborados con ingredientes de origen vegetal como lentejas, guisantes y maíz pueden ser una alternativa para quienes siguen una dieta vegana.

Es importante tener en cuenta que algunos de estos sustitutos pueden no proporcionar los mismos beneficios nutricionales que las nueces y pueden tener diferentes perfiles de sabor, textura y aplicaciones de uso. Sin embargo, los frutos secos ofrecen ventajas como una mayor vida útil, fácil portabilidad y una mayor concentración de nutrientes. La amenaza de sustitutos sería baja.

2.2.3 Poder de negociación de los proveedores

Uno de los puntos más importantes de este plan de negocios es negociar directamente con los campesinos que cultivan los frutos secos en Colombia específicamente con proveedores del caribe, aunque los productores de la Amazonia serían buenos aliados por problemas de logística y costos de transporte no los tendremos en cuenta.

2.2.4 Poder de negociación de los compradores

La empresa podría enfrentar un fuerte poder de negociación de los compradores, especialmente de los grandes supermercados, las cadenas minoristas, tiendas naturales y clientes en línea.

2.2.5 Rivalidad entre competidores existentes

La industria de frutos secos en Colombia podría ser competitiva ya que son varias las empresas que ofrecen productos similares. Cabe resaltar que son varios los productos derivados de frutos secos que son importados de diferentes partes del mundo, entre ellos se encuentra la leche de almendras, proteínas, quesos de frutos secos, harinas de frutos secos, mantequillas, cremas y los frutos en su forma natural. Entre los competidores internacionales más importantes tenemos la marca **Silk, Cousine&co, Why not**, entre otros, como proveedores de leche y harina de almendras a tiendas de cadena muy importantes como D1, Jumbo, Ara, éxito, entre otras. Entre las empresas nacionales más importantes se destacan **Del Alba** como productor de leche de almendras y frutos secos en su forma natural y **La Especial** como productor de maní y mix de frutos secos.

3. Análisis de Mercado

3.1 Descripción del producto

Los productos que ofrecerá Nutrinuts al mercado son diversos, entre ellos tenemos:

- Leche de almendras u otro fruto seco
- Harina de frutos secos
- Barras energéticas de cereales con frutos secos
- Granolas
- Mix de frutos secos
- Cremas o mantequillas de frutos secos

Figura 2

Gama de productos



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

Esta gama de productos se compone principalmente de almendras y otros frutos secos cultivados en el país, como maní, pistachos y marañón. Estos frutos secos se pueden comer

directamente o incorporar en otras recetas debido a su contenido nutricional y beneficios para la salud. Según un estudio realizado por la Universidad de las Américas, México, señala que consumir frutos secos regularmente reduce el riesgo de cáncer, diabetes, infecciones y enfermedades cardiovasculares y respiratorias. Además, los frutos secos son una buena fuente de proteína lo cual lo vuelve un alimento muy apetecido en el mundo fitness para el cumplimiento de objetivos como el aumento de masa muscular o bajar de peso según su consumo, así como a personas que quieran alimentarse saludablemente.

3.2 Segmentación del mercado

3.2.1 Perfil de los clientes

Entre los posibles clientes tenemos supermercados, tiendas de alimentos naturales y saludables, gimnasios y consumidores conscientes de su salud ubicados en el municipio de Sabana de Torres y municipios de alrededores.

3.2.2 Mercado Potencial

El mercado potencial para los productos derivados de frutos secos lo conforman supermercados, tiendas de alimentos naturales y saludables, gimnasios y consumidores de toda edad y estrato conscientes de su salud del municipio de Sabana de Torres y sus municipios de alrededores. Estos productos van dirigidos a consumidores conscientes de su salud que buscan opciones nutritivas y sabrosas. Estos clientes valoran los ingredientes de alta calidad, libres de aditivos y buscan alimentos saludables para satisfacer sus necesidades diarias. Además, las tiendas naturales y saludables, así como supermercados son un canal clave para llegar a nuestro mercado objetivo gracias a su exposición ante el público. Los gimnasios son otro segmento

importante, ya que los clientes aprecian estos productos por su aporte energético y alto contenido nutricional para complementar sus rutinas de ejercicio.

3.2.3 *Mercado objetivo*

El mercado objetivo de este plan de negocios son aquellos supermercados, tiendas de alimentos naturales y saludables, gimnasios y especialmente consumidores mayores de edad sin descartar igualmente a menores de edad conscientes de su salud y de cualquier estrato socioeconómico ubicados en el municipio de Sabana de Torres – Santander, los cuales requieran de productos de calidad, delicioso sabor y alto nivel nutricional para ofrecer a sus clientes o consumir en caso del consumidor final.

3.3 Investigación de mercados

3.3.1 *Objetivo general de la investigación*

Determinar la aceptabilidad de los productos derivados de frutos secos en la población de Sabana de Torres y definir su demanda potencial.

3.3.2 *Objetivos específicos de la investigación*

- Cuantificar la demanda potencial de los productos en el mercado objetivo.
- Identificar las características influyentes en la decisión de compra de los productos de los clientes potenciales.
- Conocer la frecuencia del consumo de frutos secos en los clientes
- Conocer la familiaridad de los clientes con los productos de frutos secos

- Identificar la importancia del consumo de fuente de proteína en la dieta alimentaria de los clientes
- Conocer las preferencias de los canales de compra por parte del consumidor final
- Conocer la preferencia de empaque de los productos
- Identificar la gama de productos a ofrecer

3.3.3 *Diseño del cuestionario*

El cuestionario utilizado para el desarrollo de la investigación de mercados consta de 16 preguntas. En la primera parte se identifica las características más influyentes en su decisión de compra y su percepción acerca del producto que se ofrecerá al mercado por parte del consumidor final, también tienen el objetivo de determinar las preferencias de los canales de compra de los productos, la gama de productos a ofrecer y los posibles empaques del mismo.

Las 16 preguntas son en su mayoría de selección múltiple, debido a que este tipo de preguntas eliminan el factor de ambigüedad en las respuestas y permiten realizar un análisis eficaz de la información que se está investigando. La estructura del cuestionario diseñado para la recolección de información se presenta en el *Apéndice A*.

3.3.4 *Diseño de la muestra*

3.3.4.1 Definición de la población

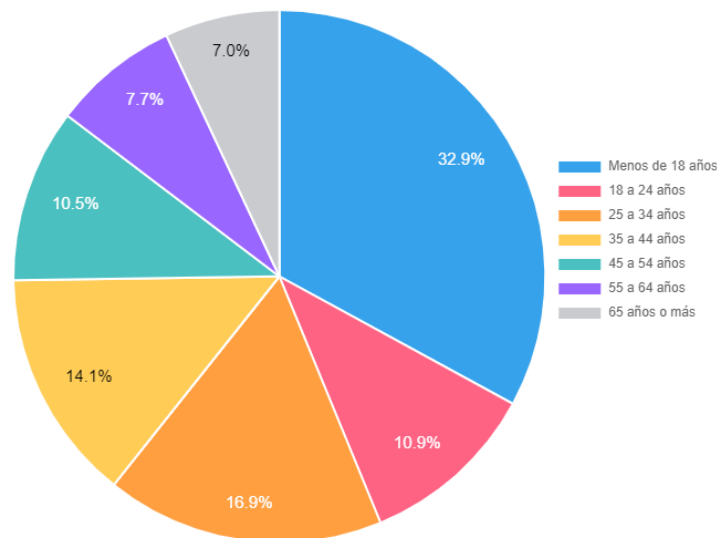
- *Elemento*: Habitantes mayores de 18 años de todos los estratos del municipio de Sabana de Torres, Santander.
- *Unidad de muestreo*: Habitantes mayores de 18 años de todos los estratos socioeconómicos del municipio de Sabana de Torres, Santander.
- *Alcance*: Municipio de Sabana de Torres.

3.3.4.2 Marco muestral. “La enumeración de todos los elementos de un universo o población se conoce como marco muestral. El marco muestral permite realizar una selección de elementos” (Galindo, 1998, p. 48). Para este caso, el marco muestral corresponde a los habitantes mayores de 18 años y de todos los estratos socioeconómicos del municipio de Sabana de Torres, Santander, sin descartar también que menores de edad puedan adquirir y consumir los productos.

3.3.4.3 Tamaño de la población. La población está conformada por un total de 23.277 habitantes que son las personas mayores de 18 años que viven en el municipio según datos del DANE. En la Figura 2 se presenta la distribución de las personas que conforman la población del municipio de sabana de Torres.

Figura 3

Población de Sabana de Torres, Santander por Edad 2023



Fuente: Proyecciones del DANE para el 2023 con censo de 2018

3.3.4.4 Tipo de muestreo. La técnica de muestreo seleccionada para el desarrollo de la investigación de mercados es el muestreo aleatorio simple. La aplicación de esta técnica de muestreo consiste en seleccionar una muestra de individuos de manera completamente aleatoria de toda la población objetivo, este tipo de muestreo es un subconjunto de una muestra elegida de una población más grande. Cada individuo se elige al azar y por pura casualidad. En este tipo de muestreo cada individuo tiene la misma probabilidad de ser elegido en cualquier etapa del proceso. (Casal J., 2003)

3.3.4.5 Tamaño de la muestra. La totalidad de la población proyectada mayor de 18 años del municipio de Sabana de Torres suma 23.277 de habitantes según el DANE para el 2018; lo que quiere decir que la población objeto del estudio es infinita, ya que es mayor de 100.000. Para determinar el número teórico de la muestra la siguiente ecuación:

Figura 4

Valor de n

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Efecto significativo con un nivel de confianza del 95% (1,96)

P = Proporción esperada (50%)

Q = Probabilidad de fracaso (1 – Q = 50%)

E = Error estimado (5%)

Entonces reemplazando:

Figura 5

Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2} = 384$$

El tamaño de la muestra teórico arroja un valor de 384 personas, para la exactitud del proyecto se tomará este valor como referencia en su totalidad.

3.3.5 *Recolección de datos.*

Se utilizó la aplicación de formularios de Google para facilitar el desarrollo y difusión del cuestionario. Para la recolección de datos, inicialmente, se estableció contacto vía redes sociales enviando el enlace de acceso al cuestionario y a la vez se realizaron encuestas directamente a los habitantes del municipio, estas encuestas se diligenciaron en Google Forms para facilitar el análisis de los resultados, para estas encuestas se realizaron pruebas fotográficas que se encuentran en los Anexos.

3.3.6 *Conclusiones y resultados de la investigación de mercados*

La investigación de mercados realizada permitió obtener información precisa sobre las preferencias y características de compra de productos derivados de frutos secos de los consumidores finales contemplados en el mercado objetivo. Además, mediante este análisis se validó el potencial que posee estos productos en el municipio de Sabana de Torres.

El *Apéndice B*, contiene los resultados obtenidos a través del cuestionario aplicado para la investigación. A continuación, se presentan las principales conclusiones de la investigación de mercados de los productos derivados de frutos secos:

- El 52,1% de las personas encuestadas respondió que se ejercita a diario, el 35,2% respondió que se ejercita 3-4 veces a la semana, 6,5% se ejercita 1-2 veces a la semana, el 5,2% ocasionalmente y el 1% dijo que casi nunca se ejercita. Esta pregunta se hizo con el fin de conocer el gusto por el ejercicio ya que nuestros productos son una fuente excelente fuente de proteína y nutrientes necesarios para recuperarse luego de una sesión de ejercicio o entrenamiento.
- El 49,2% de las personas encuestadas respondió que rara vez o nunca consume productos de frutos secos, el 12% respondió que los consume mensualmente, el 26,6% consume semanalmente y el 12,2% que los consume a diario. Es decir que al menos más del 50% de las personas encuestadas consumen productos de frutos secos lo cual lo hace una cifra interesante.
- Un punto muy importante que se evaluó fue la familiaridad que tienen los encuestados con los productos de frutos secos, los cuales el 90% tienen familiaridad y solo el 9,6% no lo tienen.
- Otro factor muy importante que se evaluó son los factores que influyen en la decisión de compra a la hora de adquirir los productos, el 46,1% respondió que el factor que más influye es el contenido nutricional de los productos, el 38% respondió que el precio, el 15,9% respondió que la marca y ninguna persona respondió que el embalaje.
- Otra pregunta que se elaboró fue sobre las características nutricionales del producto, el 60,4% respondió que es muy importante que sea alto el aporte de proteína de los

productos, el 17,2% respondió que sea bajo en grasa, el 10,2% respondió que sea sin gluten y el 12,2% que sea orgánico.

- También se preguntó sobre la principal razón para consumir los productos, el 46,4% respondió que lo hace por los beneficios a la salud, el 27,3% respondió que, por gusto, el 26% respondió que por el contenido de proteínas y nadie respondió que por conveniencia.
- Se preguntó sobre la importancia de la proteína en los productos, el 58,6% respondió que es muy importante, el 33,6% respondió que es algo importante y el 7,8% respondió que no es importante.
- El 67,4% de las personas encuestadas respondieron que no tienen ninguna restricción dietética relacionada con los productos lácteos y le restante responden que tienen restricciones con estos derivados.
- Se le pregunto a las personas encuestas si han probado o les gustaría probar alguna alternativa de leche no láctea como la leche de almendras o algún otro fruto seco, el 56,2% respondió que SI, el 13,7% respondió que NO, el 12,1% no está seguro y el 17,9% prefirió no contestar.
- Se le pregunto a las personas encuestadas el canal para comprar los productos, el 58,6% respondió que comprarlos en supermercados, el 37% respondió que comprarlos en tiendas especializadas, el 3,6% dijo que por internet o redes sociales y el 5,5% dijo que por otro medio. Esto quiere decir que el proyecto debe ir enfocado a que nuestros productos sean comercializados en supermercados y tiendas especializadas
- También se le pregunto a las personas encuestadas sobre la opción de empaque que preferirían, el 58,9% respondió que prefiere los envases reutilizables o amigables con el medio ambiente, el 30,5% respondió que, en frascos de vidrio, el 8,1% dijo que en bolsas

de plástico y el 2,6% dijo que otro. Podemos concluir que el empaque de nuestros productos debe ser envases reutilizables o amigables con el medio ambiente y frascos de vidrio como otra opción.

- Se pregunto a las personas encuestadas cuál es el producto de frutos secos que compra con más frecuencia, el 27,1% respondió la leche de almendras, 24,7% respondió que snacks de frutos secos, el 15,1% dijo que la proteína a base de frutos secos, el 15,4% dijo que la mantequilla o crema de frutos secos, el 11,2% respondió que los mix de frutos secos y el 6,5% respondió que otro producto.
- Se les pidió a las personas encuestadas que escogieran que productos le gustaría comprar, la leche de almendras fue la más escogida con un 33,9%, las barras de proteína fueron segunda con un 31,8%, el mix de frutos secos con un 25,5%, la crema de maní u otro fruto secos con un 23,4%, la proteína a base de frutos secos con un 22,1%, la mantequilla de frutos secos con un 8,9%, la harina de frutos secos con un 7,6% y por último el queso de frutos secos con un 5,2%.
- Se le pregunto a las personas encuestadas si alguna vez han comprado este tipo de productos por internet o redes sociales, el 68,5% respondió que NO y el 31,5% respondió que SI, por lo que se planteó otra pregunta la cual fue si les gustaría comprar estos productos por internet o redes sociales, el 34,1% respondió que SI, el 43,8% respondió que tal vez y el 22,1% dijo que NO.

3.4 Estimación y proyección de la demanda

La industria de frutos secos en Colombia es un sector que ha mostrado un gran dinamismo y potencial en los últimos años, tanto en Colombia como en todo el mundo. Los

frutos secos son alimentos que aportan beneficios para la salud y la alimentación, como proteínas, antioxidantes, fibras, minerales y vitaminas. Además, son parte de la categoría de snacks saludables, que tiene una alta demanda por parte de los consumidores que buscan opciones más saludables y nutritivas.

Según Procolombia (2020), el sector de frutos secos en Colombia tiene un promedio de crecimiento anual de 8% y se estima que solo en maní y nueces venden cerca de 70 mil millones de pesos al año en las grandes superficies. En el mercado nacional hay empresas grandes y pequeñas que ofrecen una variedad de productos, como La Especial, Del Alba y Manitoba en cuanto a snacks.

A nivel mundial, la producción y demanda de frutos secos creció un 54% entre 2011 y 2022, según cifras oficiales del International Nut and Dried Fruit Council (INC). Este crecimiento es sorprendente, sobre todo si tenemos en cuenta las limitaciones y problemas causados por la pandemia y su impacto en el sector agrícola.

Si bien es cierto que el mercado de los frutos secos está creciendo en Colombia, no se tienen datos exactos del municipio de Sabana de Torres, así que se estima la demanda a partir de la investigación previa. La investigación utilizó un muestreo aleatorio simple, que es un método de muestreo probabilístico que da a cada elemento de la población objetivo y a cada muestra posible de un tamaño determinado la misma probabilidad de ser seleccionado, como resultado de nuestra investigación, podemos proyectar que el cincuenta por ciento de la población del municipio consume este tipo de productos en diferentes frecuencias; por lo tanto, nuestra

estimación de la demanda potencial es la mitad del mercado objetivo será de alrededor de 11.638 consumidores.

4. Plan de Mercadeo

4.1 Propuesta de valor

“Nutrinuts” es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de productos derivados de frutos secos de excelente calidad y delicioso sabor. Estos productos son 100% naturales, sin conservantes ni aditivos artificiales, y están elaborados con frutos secos seleccionados, provenientes de los mejores cultivadores nacionales y responsables con el medio ambiente. Se ofrece una variedad de productos para satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros clientes, tales como leche de almendras u otro fruto seco, harina de frutos secos, barras energéticas, granolas, mix de frutos secos, cremas o mantequillas de frutos seco y snacks saludables.

Estos productos son ricos en proteínas, fibra, ácidos grasos esenciales, antioxidantes, vitaminas y minerales, que aportan beneficios para la salud cardiovascular, digestiva, inmunológica y cognitiva. Además de ofrecer productos de alta calidad y delicioso sabor, Nutrinuts también se preocupa por el cuidado del medio ambiente y la reducción del impacto ambiental de sus actividades. Por eso, todos los productos utilizan empaques biodegradables y amigables con el planeta, que se descomponen fácilmente sin generar residuos ni contaminación. Así, Nutrinuts no solo nutre a las personas sino también al planeta, contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad. Nutrinuts es la marca que ofrece productos ecológicos, éticos y responsables que pueden consumir con la tranquilidad de saber que se está apoyando una causa noble y sostenible.

4.2 Branding

4.2.1 Nombre de la empresa

La empresa se llamará **NUTRINUTS**. **Nutri** hace referencia a la nutrición, es decir, al aporte de nutrientes esenciales para la salud y el bienestar de las personas, también sugiere que los productos de la empresa son nutritivos, saludables y naturales. **Nuts** significa frutos secos en inglés, lo que indica el tipo de productos que ofrece la empresa, también implica que la empresa es innovadora, creativa y divertida, ya que juega con doble sentido de la palabra nuts, que también significa loco o chiflado en inglés. Por ello **Nutrinuts** es un nombre corto, fácil de recordar y pronunciar, que combina las dos palabras anteriores y crea una identidad propia y distintiva para la empresa. Además, transmite la idea de que la empresa ofrece más por menos, ya que con una sola palabra resume su propuesta de valor.

4.2.2 Logo de la empresa

Figura 6

Logo de la empresa



El logo de Nutrinuts S.A.S representa la calidad y la diversidad de sus productos, en la parte baja, se puede ver el nombre de la empresa con una tipografía elegante y moderna, rodeado de diferentes tipos de frutos secos en el centro. Cada fruto seco tiene un color y forma distintiva, que resaltan sobre el fondo blanco. El logo transmite la idea de que Nutrinuts ofrece una amplia variedad de opciones para satisfacer los gustos y las necesidades de sus clientes, con productos naturales, nutritivos y deliciosos

4.2.3 *Empaques*

Los productos de la empresa se venderán en empaques y envases que cuidan el medio ambiente y la salud de los consumidores. Estos materiales son biodegradables, lo que significa que se descomponen de forma natural sin contaminar el suelo, el agua o el aire. Además, son reutilizables, lo que significa que se pueden usar varias veces para diferentes fines, como almacenar alimentos, decorar o hacer manualidades. De esta manera, la empresa contribuye a reducir la regeneración de residuos contaminantes, ahorra recursos y ofrece una alternativa ecológica y económica a los clientes.

Para los productos a ofrecer a los consumidores se van a utilizar los siguientes empaques biodegradables o reutilizables:

4.2.3.1 *Empaques para la leche de almendras u otro fruto seco*

Figura 7

Empaque para la leche de almendras u otro fruto seco



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

En la Figura 7 se observan los dos modelos de empaque que se van a utilizar para el envase de la leche de almendras u otro fruto seco. Uno de ellos consta de un cartón multicapa, con polímeros y aluminio, el producto podrá conservar todos sus atributos sin necesidad de ser refrigerado sino hasta después de ser abierto, además consta de una tapa combiSwift que permite vaciar únicamente la cantidad deseada, y cerrar las veces que sea necesario, evitando el desperdicio del producto. El otro empaque consta de una botella en vidrio.

4.2.3.2 Empaque para la Harina de frutos secos

Figura 8

Empaque para la Harina de frutos secos



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

El empaque para la Harina de frutos secos es un empaque Kraft biodegradable en cada una de sus presentaciones y consta de un cierre hermético con el fin de evitar el desperdicio del producto.

4.2.3.3 Empaque para Granola

Figura 9

Empaque para granolas y cereales



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

El empaque para los cereales y granolas es un empaque Kraft biodegradable en cada una de sus presentaciones y consta de cierre hermético con el fin de evitar el desperdicio del producto.

4.2.3.4 Empaque del Mix de frutos secos

Figura 10

Empaque del Mix de frutos secos



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

El empaque para el Mix de frutos secos es un empaque Kraft biodegradable en cada una de sus presentaciones y consta de un cierre hermético con el fin de evitar el desperdicio.

4.2.3.5 Empaque para las Barras energéticas de cereales con frutos secos

Figura 11

Empaque para las barras energéticas de cereales con frutos secos



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

El empaque para las barras energéticas de cereales con frutos secos será de un material de papel Kraft por fuera y por dentro una capa de aluminio.

4.2.3.6 Empaque para la Mantequilla o crema de frutos secos

Figura 12

Empaque para la Mantequilla o crema de frutos secos



Fuente: Tomado y Adaptado por Microsoft Bing.

El tipo de empaque para la Mantequilla o crema de frutos secos consta de un recipiente en vidrio sellado con su respectiva tapa.

4.3 Mix de Marketing

Los aspectos básicos de cualquier estrategia de mercadeo se representan por medio del marketing mix o las 4 P's del marketing. Esta herramienta se fundamenta en la integración estratégica de las variables: producto, precio, promoción y plaza

4.3.1 Producto

Para seleccionar la estrategia de desarrollo de producto adecuada para la empresa se recurre a la matriz Ansoff, la cual permite identificar las oportunidades de crecimiento basados en el producto y el mercado del negocio.

Tabla 2

Matriz Ansoff de “Nutrinuts”

	Productos Actuales	Productos Nuevos
Mercados Actuales	Penetración de mercado	Desarrollo de nuevos productos
Mercados Nuevos	Desarrollo de nuevos mercados	Diversificación

Fuente: Adaptado de Ansoff

Así, se encasilla la estrategia de “Nutrinuts” en “penetración del mercado” En esta estrategia se busca llegar a mercados actuales con productos ya existentes, pero aprovechando ventajas competitivas diferenciadoras por parte de la empresa como por ejemplo, el alto contenido de proteína, el bajo contenido de azúcar, el contenido de grasas saludables y el contenido nutricional respecto a vitaminas como la vitamina E, vitamina B, vitamina A, número de calorías y minerales como Hierro, Calcio, Magnesio, potasio, fosforo, zinc, cobre y selenio, elementos perfectos para una dieta equilibrada y variada.

Nutrinuts S.A.S ofrecerá diversa gama de productos, entre ellos tenemos: Leche de almendras u otros frutos secos, harina de frutos secos, barras energéticas, granolas y cereales, mantequilla o crema de frutos secos, mix de frutos secos. El tiempo promedio de vida útil

establecido para los productos en sus diferentes presentaciones es de seis meses desde la fecha de su fabricación.

Los productos de “Nutrinuts” a base de frutos no representan ningún riesgo para la salud, todo lo contrario, el consumo de estos productos trae beneficios a la salud gracias a su excelente contenido nutricional lleno de grasas saludables, vitaminas, proteína y minerales. Para cumplir con las exigencias del mercado se han contemplado las herramientas y el personal necesario para brindar un producto de calidad. Asimismo, como control de calidad, se realizarán los análisis pertinentes para garantizar su inocuidad. A continuación, se presentan los diferentes formatos y pesos de los productos de frutos secos.

Tabla 3

Presentaciones de los productos

Productos	Presentación
Leche de Almendras u otro fruto seco	1 lt
Harina de frutos secos	1 lb, 1 Kg
Barras energéticas	30 gr
Granola	1 lb
Mix de frutos secos	250 gr, 500 gr, 1 kg
Mantequilla o crema de frutos secos para untar	200 gr

En conclusión, la empresa pretende ofrecer un producto que cumple con los estándares de calidad y exigencias del mercado, acorde con las nuevas tendencias de consumo alimenticio que se evidencian a nivel mundial, en las cuales el consumidor mucho más consciente del efecto que

tienen en su salud los ingredientes de los alimentos que consumen y, por lo tanto, buscan productos con etiquetas libres de ingredientes artificiales.

4.3.2 Precios

Por medio de la información recopilada sobre alguno competidores del sector, se determinó que el precio de los productos fuese el siguiente:

Tabla 4

Precios de los productos

Producto	Presentación	Precio de Retail	Precio al público
Leche de Almendras u otro fruto seco	1 lt	\$11.200	\$14.000
Harina de frutos secos	1 lb	\$39.600	\$49.500
	1 kg	\$70.400	\$88.000
Barras energéticas	30 gr por unidad	\$2.000	\$2.500
Granola	1 lb	\$8.000	\$10.000
	250 gr	\$13.600	\$17.000
Mix de frutos secos	500 gr	\$28.000	\$35.000
	1000 gr	\$56.000	\$70.000
Mantequilla o crema de frutos secos	300 gr	\$22.400	\$28.000

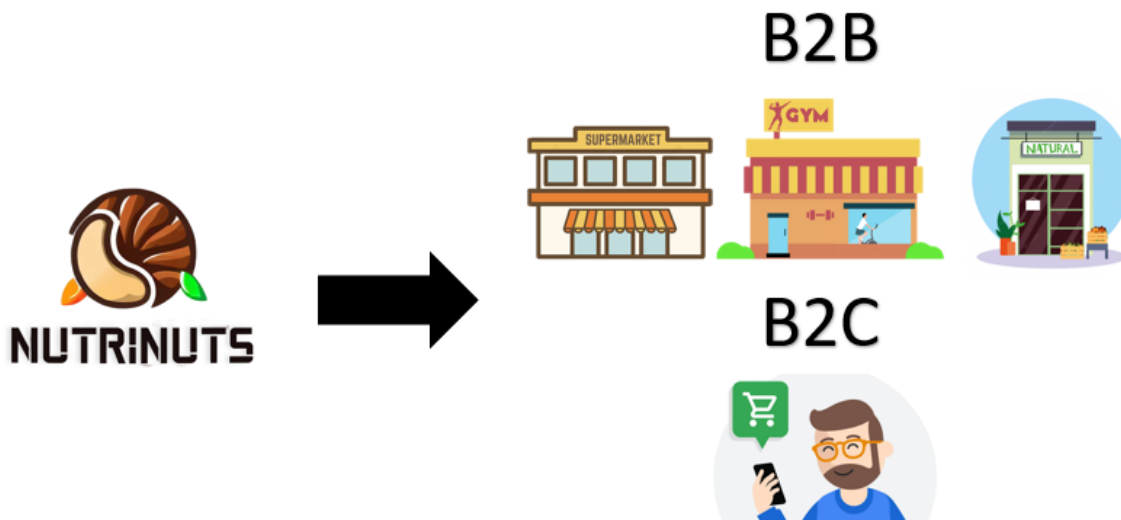
4.3.3 Plaza o Distribución

Puesto que, el mercado objetivo de este plan de negocios está conformado por supermercados, tiendas de alimentos naturales y saludables, gimnasios y especialmente consumidores mayores de edad, se considera que es un modelo B2B con supermercados, tiendas naturales y saludables y gimnasios, y un modelo B2C con consumidores.

Nutrinuts S.A.S. empleará un canal de distribución directo en el modelo B2B, es decir, los productos se venderán directamente a esas empresas, sin intermediarios, y para el modelo B2C el canal que se empleará son las redes sociales y pagina web. Para esto se proyecta que el 80% de las ventas se hagan a precio retail para los intermediarios como supermercados y tiendas naturistas y el 20% de las ventas se hagan directamente al público por medio de la página web y venta directa.

Figura 13

Estrategia de distribución



Fuente: Tomado y adaptado de Google fotos.

Se considera que esta estrategia de distribución es apropiada debido a que es una marca nueva en el mercado, además, de esta manera es más sencillo el control sobre algunos aspectos claves como, el manejo de un precio de venta para cada cliente, el asesoramiento a empresas

cliente sobre el consumo y almacenamiento, la relación directa con las empresas clientes para identificar sus requerimientos y conocer su opinión sobre las características de los productos, con el objetivo de llevar a cabo las estrategias de mejora necesarias.

4.3.4 Promoción

Como se mencionó anteriormente, el mercado objetivo está conformado por supermercados, tiendas de alimentos naturales y saludables, gimnasios y especialmente consumidores que les guste los frutos secos, se deben establecer estrategias enfocadas en el comercio B2B y B2C.

Por un lado, se consideró que una manera efectiva de conectar con este tipo de empresas es por medio del contacto directo, con el fin de mostrarles los productos, sus beneficios y sus márgenes de ganancia. Como se puede observar en el análisis organizacional, entre los puestos de trabajo contemplados para iniciar las operaciones de la empresa se encuentran dos vendedores encargados del contacto directo con los clientes para informarles sobre el producto y la asesoría en todo lo que tenga que ver con los productos con el fin de generar un punto de venta recurrente, también se considera ofrecer muestras promocionales del producto a las empresas interesadas, “esta opción consigue que el consumidor pruebe y conozca el producto de cerca y le incentive a una posible compra del mismo” (Rivera y de Juan, 2002, p.99)

Por otra parte, para el modelo B2C se considera importante contar con herramientas de promoción online y campañas de marketing en las redes sociales con el fin de llegar a consumidores y generar ventas a través de estos.

5. Análisis Técnico

El objetivo central del análisis técnico es determinar si es viable lograr producir y comercializar los productos con la calidad, cantidad y costo requerido. En virtud de ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, herramientas, entre otros aspectos.

5.1 Proceso productivo

El proceso productivo describe el proceso de elaboración de los productos derivados de frutos secos a partir de materias primas necesarias hasta la exhibición del producto listo para consumir.

5.1.1 *Compra de materias primas.*

Los ingredientes principales para la producción de los productos derivados de frutos secos son los siguientes:

- Leche de almendras u otro fruto seco: almendras, avellanas, marañón, pistachos, estevia y agua.
- Harina de almendras o frutos secos: almendras, avellanas, marañones, pistachos, etc.
- Granola: Copos de avena integral gruesos, avellanas, almendras, arándanos, semillas de lino, semillas de chía, sal baja en sodio, aceite de oliva, coco, uvas pasas, canela.

- Barras energéticas de cereales con fruto secos: avena en hojuelas, azúcar morena, uvas pasas, almendras, nueces, coco rallado, sal baja en sodio, semillas de chía, chispas de chocolate, maní, aceite de coco, miel, esencia de vainilla.
- Mix de frutos secos: nueces, almendras, cacahuates, arándanos, uvas pasas, chocolate.
- Mantequilla o crema de frutos secos: nueces, almendras, pistachos, marañones, maní.

Muchos estos ingredientes se encuentran fácilmente en el municipio de Sabana de Torres, pero la adquisición de algunos de estas materias primas como los marañones, almendras, cacahuates se comprarán directamente a cultivadores del Magdalena medio. Los insumos se compran para mantener inventarios en stock, los frutos secos tienen la ventaja que se pueden conservar durante 6-12 meses a una temperatura ambiente.

5.1.2 Recepción y almacenamiento de materias primas.

Al momento de recibir la materia prima se revisa las condiciones del transporte que cumplan con las condiciones óptimas, es decir, que los frutos secos y demás materias primas se encuentren en perfecto estado, finalmente se verifica las unidades requeridas y las unidades recibidas, para poder dar aval de aceptación de la materia prima. Los pedidos de las materias primas a los cultivadores de frutos secos se realizan en las cantidades necesarias para mantener un stock para la producción, se debe tener en cuenta que para estos productos alimenticios el inventario se maneja por método PEPS para la producción. Las materias primas se pueden mantener en temperatura ambiente, ya que los frutos secos pueden conservarse por un largo periodo de tiempo al aire libre.

5.1.3 Preparación de ingredientes

Al momento de realizar el proceso de fabricación de los productos derivados de frutos secos, se debe pesar y medir los ingredientes en la cantidad exacta, según sea el requerimiento de unidades a producir, esto se realiza a través de la gramera o el peso electrónico para ingredientes como Stevia, canela, azúcar, etc. El resto de las materias primas se pesan y se miden en una balanza electrónica y valdes con medidas, para garantizar la exactitud de la receta y la contextura de los productos.

5.1.4 Recetas o preparaciones

5.1.4.1 Preparación de la leche de almendras. La leche de almendras es una bebida vegetal saludable, libre de lactosa, gluten y colesterol, que se hace con solo dos ingredientes: agua y almendras u otro fruto seco. Los pasos son los siguientes:

1. Poner las almendras o cualquier otro fruto seco en remojo durante 8-12 horas, para que se ablanden y se activen sus enzimas. Esto facilitará la trituración y la digestión de las almendras, y también para mejorar el sabor y sus propiedades nutricionales
2. Después que se remojen se escurren las almendras, luego se ponen en una batidora o licuadora junto con el agua.
3. Luego se tritura todo hasta obtener una crema homogénea y sin grumos. Luego, se cuela la leche con una tela fina o un colador fino, presionando bien para extraer todo el líquido.
4. Aplicar los conservantes y envasar

5.1.4.2 Preparación de la harina de frutos secos. Para hacer la harina de frutos secos, solo se necesitan de un ingrediente: frutos secos. Para ello también necesitamos un procesador de alimentos. La harina de frutos secos es una alternativa saludable a la harina de trigo, ya que es rica en nutrientes como proteínas, grasas saludables y fibra. Además, no contiene gluten, lo que la hace apta para personas celiacas o intolerantes al gluten. El proceso para hacer la harina de frutos secos es el siguiente:

1. Se coge la pulpa sobrante de cuando se realizó la leche vegetal y se lleva al horno para resaltar su sabor y eliminar la humedad.
2. Luego se saca del horno y se enfría un poco.
3. Luego se tritura esa pulpa en el procesador de alimentos hasta tener una harina fina y uniforme, en este proceso se debe tener cuidado ya que los frutos secos pueden soltar su aceite y convertirse en mantequilla.
4. Empacar y almacenar

5.1.4.3 Preparación de la granola. La granola es un alimento nutritivo y saludable. Nuestra granola se compone principalmente de copos de avena integral gruesos, almendras, avellanas, arándanos, semillas de lino, semillas de chía, sal baja en sodio, uvas pasas, coco rallado, maní, canela y aceite de oliva. Los pasos a seguir para la producción son:

1. Precalentar el horno a 150 °C
2. Mezclar todos los frutos secos y los copos de avena en un recipiente grande
3. Anadir a la mezcla canela, el coco, y la sal
4. Remover muy bien para que todos los ingredientes se integren
5. Extiende la mezcla sobre una bandeja de horno forrada con papel vegetal

6. Hornear durante unos 20 o 25 minutos, removiendo cada 8 o 10 minutos para que se dore de forma uniforme
7. Sacar la granola del horno y dejarla enfriar
8. Remover con un tenedor de vez en cuando para que no se apelmace
9. Añadir las uvas pasas a la mezcla y empacar.

5.1.4.4 Preparación del Mix de frutos secos. El Mix es una mezcla de los frutos secos. Este mix se compone de nueces, almendras, cacahuates tostados, arándanos con chocolate, uvas pasas. Los pasos a seguir para la producción son:

1. Mezclar todos los ingredientes en un recipiente grande
2. Empacar en el respectivo empaque

5.1.4.5 Preparación de las barras energéticas de cereales con frutos secos. Para las barras energéticas se van a utilizar avena en hojuelas, chispas de chocolate, azúcar morena, nueces, arándanos, almendras, uvas pasas, maní, sal baja en sodio y coco rallado. Los pasos para la producción son:

1. Mezclar el azúcar con la avena en un recipiente
2. Incorporar las nueces, frutos secos, coco y las chispas de chocolate a la mezcla de avena y azúcar
3. En otro recipiente mezclar aceite de coco, esencia de vainilla y miel
4. Mezclar la mezcla del paso 3 a la mezcla del paso 2
5. Revolver toda la mezcla
6. Forrar con papel de hornear el recipiente

7. Distribuir la mezcla en el recipiente
8. Presionar y compactar la mezcla de recipiente
9. Llevar al horno que debe estar a una temperatura de 165 °C durante 30-35 minutos
10. Dejar enfriar
11. Cortar y empacar

5.1.4.6 Preparación de la crema o mantequilla de frutos secos. Para realizar la crema o mantequilla de frutos secos podemos hacer una mezcla de los diferentes frutos secos que se han venido trabajando, el proceso para hacer la crema o mantequilla es muy sencillo:

1. Ingresar los frutos secos o el fruto seco de preferencia que se vaya a utilizar al procesador de alimentos
2. Esperar de 5-6 minutos que el procesador de alimentos haga su trabajo
3. Una vez que se haya visto la consistencia adecuada empacamos en su respectivo envase

5.1.5 Almacenamiento y expedición

El producto terminado se almacena en la bodega correspondiente, a una temperatura ambiente, protegiéndolo de focos de húmedas y olores extraños. Una vez llegado el transportista, el despechador debe verificar las condiciones del vehículo, que este, se encuentre a temperatura ambiente, este limpio y sin olores extraños, ni que tenga presencia de productos incompatibles, la mercancía es ubicada correctamente en el medio de transporte, protegiéndola de golpes o movimientos bruscos que puedan deteriorarlos.

5.2 Materias primas, insumos herramientas, maquinaria y equipos

Para el primer año de producción de la empresa y conociendo el plan de producción que se tiene, se requieren las siguientes materias primas e insumos:

Tabla 5

Materias primas e insumos

Materias primas e insumos requeridos	Cantidad requerida	Proveedor	Valor
Almendras	4.398 kl	Deposito Santandereano	\$129.922.690
Pistachos	72 kl	Deposito Santandereano	\$4.063.492
Avellanas	48 kl	Deposito Santandereano	\$2.352.000
Nueces	439 kl	Deposito Santandereano	\$12.078.000
Arándanos	415 kl	Deposito Santandereano	\$10.617.989
Maní o cacahuete	696 kl	Deposito Santandereano	\$8.908.800
Marañones	108 kl	Deposito Santandereano	\$4.952.381
Uvas pasas	211 kl	Deposito Santandereano	\$3.400.320
Copos de avena	221 kl	Deposito Santandereano	\$1.992.499
Semillas de lino	12 kl	Deposito Santandereano	\$168.000
Semillas de chía	12 kl	Deposito Santandereano	\$451.200
Canela	5 kl	Deposito Santandereano	\$171.190
Stevia	10 kl	Deposito Santandereano	\$457.720
Esencia de vainilla	10 Lt	Deposito Santandereano	\$210.000
Chispas de chocolate	7 kl	Deposito Santandereano	\$344.808
Coco	55 kl	Deposito Santandereano	\$2.039.198
Sal baja en sodio	10 kl	Deposito Santandereano	\$180.000
Conservante	10 kl	Deposito Santandereano	\$293.000
Empaque para leche de 1 litro	38.400 unid	Alibaba	\$46.800.000
Empaque bolsa Kraft para 1 libra	2.400 unid	Alibaba	\$480.000
Empaque bolsa Kraft para 1 kilo	1.200 unid	Alibaba	\$360.000

Continuación de la tabla 5			
Empaque bolsa Kraft pequeña	2.400 unid	Alibaba	\$96.000
Empaque bolsa Kraft de 1 lb granola	960 unid	Alibaba	\$500.000
Empaque bolsa Kraft mix 250 g	2.400 unid	Alibaba	\$240.000
Empaque bolsa Kraft mix 500 g	1.200 unid	Alibaba	\$180.000
Empaque bolsa Kraft mix 1000 g	600 unid	Alibaba	\$180.000
Empaque para la crema para untar	1.200 unid	Alibaba	\$936.000

Dentro de los equipos y maquinaria que debemos comprar para producir la gama de los productos tenemos los siguientes:

Tabla 6

Maquinaria y Equipo

Cant.	Descripción	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
1	Maquina Limpiadora de Semillas	Alibaba	\$1.500.000	\$1.500.000
1	Licuada Industrial 100 Lts		\$12.950.000	\$12.950.000
2	Mesa de trabajo de acero inoxidable	Mercado Libre	\$2.535.000	\$5.070.000
6	Recipientes de acero inoxidable	Alibaba	\$80.000	\$480.000
2	Jarra medidora	Alibaba	\$20.000	\$40.000
1	Molino eléctrico triturador	Alibaba	\$2.353.984	\$2.353.984
5	Indumentaria y equipo de protección	Mercado Libre	\$50.000	\$250.000
5	Colador	Alibaba	\$140.000	\$700.000
1	Maquina Pasteurizadora Multifuncional	Alibaba	\$9.100.000	\$9.100.000
1	Bascula de conteo de alta precisión	Alibaba	\$228.149	\$228.149
1	Horno	Mercado Libre	\$1.500.000	\$1.500.000
1	Nevera Refrigeradora Exhibidora	Mercado Libre	\$12.000.000	\$12.000.000
1	Maquina Selladora de empaques	Mercado Libre	\$6.457.000	\$6.457.000

Y dentro del equipo de computación y comunicación y equipo de oficina se tiene los siguiente:

Tabla 7

Equipo de comunicación y computación

Cant.	Descripción	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
4	Computador Portátil con sistema de cobranza	Tecnoplaza	\$1.500.000	\$6.000.000
2	Impresora- Copiadora / Scanner	Tecnoplaza	\$750.000	\$1.500.000
5	Teléfono celular	Tecnoplaza	\$500.000	\$2.500.000

Tabla 8

Equipo de oficina

Cant.	Descripción	Proveedor	Valor Unitario	Valor Total
4	Escritorio	Mercado Libre	\$230.000	\$920.000
1	Mesa de juntas	Mercado Libre	\$600.000	\$600.000
2	Estante	Mercado Libre	\$200.000	\$400.000
4	Silla de escritorio ergonómica	Mercado Libre	\$280.000	\$1.120.000
5	Silla Interlocutora	Mercado Libre	\$130.000	\$650.000
2	Archivador	Mercado Libre	\$250.000	\$500.000

5.3 Plan de producción

Nutrinuts S.A.S trabajará de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 12:00 m y de 1:00 p.m. a 5:00 p.m., para cumplir con un total de 45 horas de labor semanales. El plan establecido para la

producción mensual de los productos de frutos secos en sus diferentes presentaciones se compone de la siguiente manera:

5.3.1 Leche de almendras u otros frutos secos

Para la leche de almendras o de otros frutos secos se tiene pensado procesar 100 kg a la semana, lo que equivale a 800 lt de esa leche ya que por cada kilo de almendras se obtiene alrededor de 8 lt, por lo cual produciríamos 3.200 litros de leche de almendras por mes y 38.400 litros por año.

5.3.2 Harina de frutos secos

La harina de frutos secos se hará a partir de la pulpa sobrante de la producción de la leche de almendras, del procesamiento de la almendra el 50% se convertirá en harina, por lo cual se obtienen 50 kg por semana, 200 kg por mes y 2400 kg por año de este producto, de los cuales saldrán 2400 unidades de la presentación de una libra y 1200 unidades de la presentación de un kilo.

5.3.3 Granola

Para la granola se producirá 20 unidades de 1 lb por semana, 80 por mes y 960 por año. Granola la cual estará conformada por 40% de copos de avena, 10% de almendras, 10% de avellanas, 10% de arándanos, 10% de maní, 10% coco rallado, 5% de uvas pasas, 2.5% de semillas de lino y 2.5% de semillas de chía.

5.3.4 Barras energéticas de cereales con frutos secos

Para este producto se producirán 50 unidades semanales, 200 unidades mensual y por lo consiguiente 2400 unidades por año. Este producto estará conformado por 40% avena, 10% de chispas de chocolate, 10% de arándanos, 10% de nueces, 10% de almendras, 10% de uvas pasas y 10% de coco rallado.

5.3.5 Mix de frutos secos

Para este producto se producirán 50 unidades por semana, 200 unidades mensuales y 2400 unidades por año de la presentación de 250 gramos, se producirá 25 unidades por semana, 100 unidades y 1200 unidades por año de la presentación de 500 gramos, y por ultimo se producirá 10 unidades por semana, 50 unidades por mes, y 600 unidades por año de la presentación de 1 kilogramo. Este producto estará compuesto por 20% de nueces, 20% de almendras, 30% de cacahuates o maní, 20% de arándanos con chocolate y 10% de uvas pasas.

5.3.6 Mantequilla o crema de frutos secos para untar

Para este producto se producirán 25 unidades por semana, 100 unidades por mes y 1200 unidades por año de la crema de maní, producto por el cual existe una alta demanda para ellos necesitamos el 100% de maní en todas sus presentaciones, además se producirá una crema mezcla de diferentes frutos secos de los cuales se elaborarán 25 unidades por semana, 100 unidades por mes y 1200 unidades por año. Esta crema mezcla de diferentes productos, estará conformada por 40% nueces, 30% avellanas y 30% cacahuete.

En resumen, el plan de producción proyectado para los primeros cinco años de operaciones de la empresa, de los cuales año a año se proyecta un aumento del 20% de producción, este plan de producción se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 9

Plan de producción de los primeros 5 años

Producto	Cantidad a producir				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Leche de almendras de 1 lt	38.400	46.080	55.296	66.355	79.627
Harina de frutos secos de 1 lb	2.400	2.880	3.456	4.147	4.976
Harina de frutos secos de 1 kg	1.200	1.440	1.728	2.073	2.487
Granola de 1 lb	960	1.152	1.382	1.658	1.989
Barras energéticas de cereales con frutos secos	2.400	2.880	3.456	4.147	4.976
Mix de frutos secos de 250 gr	2.400	2.880	3.456	4.147	4.976
Mix de frutos secos de 500 gr	1.200	1.440	1.728	2.073	2.487
Mix de frutos secos de 1000 gr	600	720	864	1.036	1.243
Mantequilla o crema de frutos secos de 300 gr	1.200	1.440	1.728	2.073	2.487

5.4 Localización

Macrolocalización: La empresa estará localizada en el país de Colombia, en el departamento de Santander, en la provincia Yariguies, en el municipio de Sabana de Torres, ubicada en el suroriente del país con coordenadas 7°23'25" N, 73°30'01" O. Sabana de Torres se sitúa a 112,5 Km de la capital departamental Bucaramanga, y a 468,5 Km de la capital estatal Bogotá. Este municipio se escogió debido a factores considerados como la economía, poder

adquisitivo, la baja competencia, el apoyo para el emprendimiento de nuevas empresas, desarrollo de la región, la población, entre otros y además de ser el municipio natal del autor del proyecto.

Microlocalización: La empresa necesita para su ubicación el arriendo de una fábrica de producción que permita realizar labores de elaboración y fabricación de los productos derivados de frutos secos. Esta fábrica estará ubicada en la dirección Calle 10 # 10 -95 en el municipio de Sabana de Torres.

Figura 14

Ubicación geográfica de la empresa



Nota: en estas dos imágenes podemos observar la ubicación geográfica de la ubicación de la empresa. Adaptado de Google maps (2023).

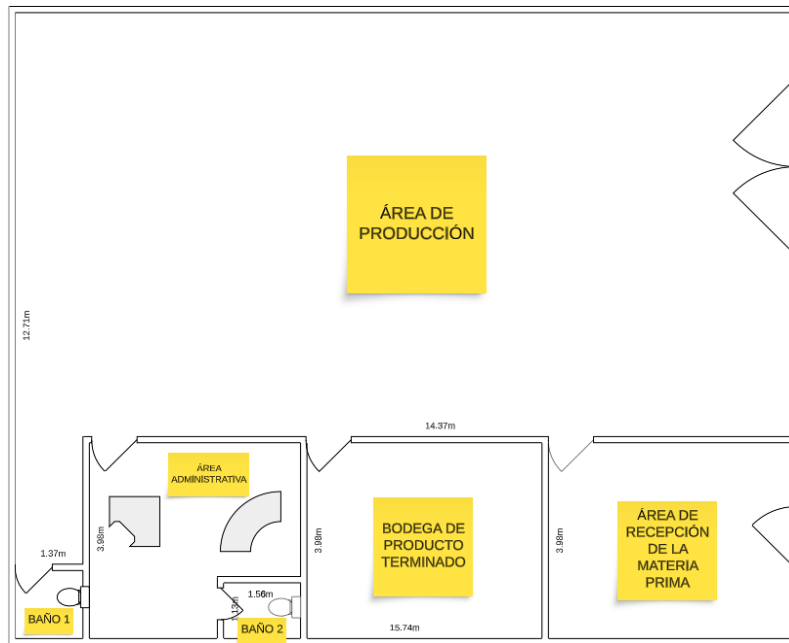
Esta ubicación reúne los requisitos necesarios y las condiciones favorables como el costo del arriendo, costo de los servicios públicos, vías de acceso, calidad y suministro del agua y energía.

5.5 Distribución de planta

La distribución de la planta de producción implica la organización física de los equipos, muebles y enseres que serán requeridos. También contempla todos los espacios requeridos para llevar a cabo las etapas de producción y elaboración de los productos. Esta planta tendrá un espacio de 212, 8 m² para realizar dichas operaciones, en cuales se tendrá un espacio para la recepción de materia prima, una zona de producción, una zona de administración y una zona de inventario.

Figura 15

Distribución de la planta



Fuente: Elaborado en Microsoft Visio

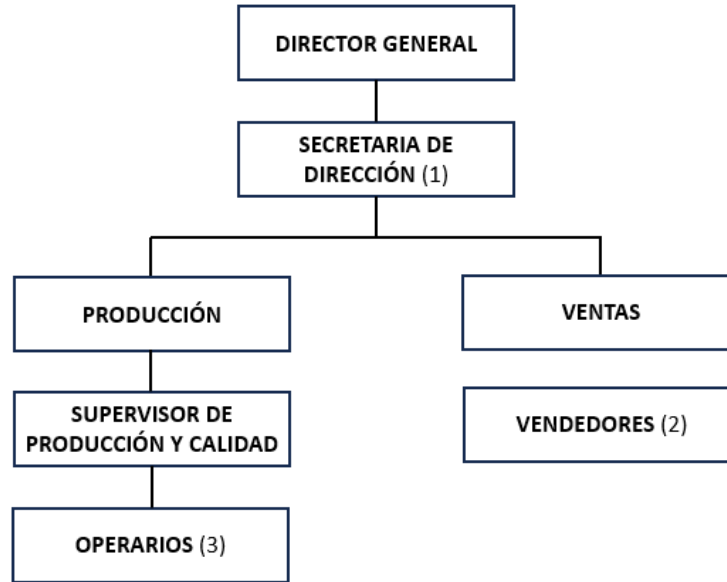
6. Análisis Organizacional

6.1 Estructura organizacional de la empresa

La empresa contará con una persona que liderará la administración financiera, el direccionamiento estratégico, la planeación y la programación de requerimientos de la producción con el apoyo de un equipo capacitado que servirá de ayuda para el manejo de la empresa. Se contará con 3 operarios encargados de la producción de los productos, así como un supervisor de control de calidad y de producción el cual es un profesional encargado de inspeccionar que todos los productos ofrecidos cumplan con las normas de calidad y de seguridad necesarias. Como apoyo a la realización de procesos administrativos y contables se dispondrá de una secretaria con experiencia en manejos administrativos que recibirá orientaciones de un contador con contrato de prestación de servicios, también se contará con dos vendedores los cuales son los encargados de buscar clientes y transportar los productos vendidos. De acuerdo con los anterior se plantea un diseño de una estructura organizacional tipo funcional que soporte la relación especializada de dependencia de cada uno de los cargos (Ver Figura 15).

Figura 16

Estructura organizacional propuesta



6.2 Descripción de cargos

- **Director general:** Responsable de planear, controlar, dirigir el direccionamiento estratégico, financiero y operativo de la empresa con base a los objetivos trazados.
- **Secretaria de gerencia:** Prestar asistencia permanente en las actividades y tareas relacionadas con la gestión administrativa de los diferentes procesos en la empresa.
- **Contador:** Asesora, analiza y dirige los métodos y procedimientos para el manejo de registros contables, tributarios y financieros.
- **Supervisor de calidad y producción:** Planificar, dirigir y controlar la producción. Además, debe inspeccionar que todos los productos ofrecidos cumplan con las normas de calidad y de seguridad necesarias.
- **Operarios de producción:** Controlar y realizar los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración de productos.

- **Vendedores:** Establecer relaciones con los clientes y resolver sus necesidades relacionados con los productos, además entrega los productos vendidos al cliente.

6.3 Manual de funciones

En el Apéndice C se encuentra el manual de funciones y responsabilidades de cada uno de los cargos descritos anteriormente. Estos manuales incluyen las descripciones de las tareas y actividades que debe tener la persona a ocupar el cargo. Asimismo, describe las responsabilidades generales y específicas a tener dentro de la empresa.

6.4 Estructura salarial

La estructura salarial permite definir la remuneración que cada cargo merece de acuerdo con las tareas y actividades que le corresponden, atendiendo a la legislación nacional y el código sustantivo de trabajo. Teniendo en cuenta que el valor del salario mínimo legal vigente para el año 2023 es de \$1.160.000, la estructura organizacional y las prestaciones sociales mostradas en la Tabla 10, se realizará el cálculo de la estructura salarial para la empresa que se podrá visualizar detalladamente en el Apéndice C.

Tabla 10

Aportes y prestaciones sociales

Aportes Sociales		
Salud	Empleador	8,5%
	Trabajador	4%
Pensión	Empleador	12%
	Trabajador	4%
Riesgo Laboral	Riesgo I	0,522%
	Riesgo II	1,044%
	Riesgo III	2,436%
	Riesgo IV	4,350%
	Riesgo V	6,960%
Parafiscales	ICBF	3%
	SENA	2%
	Caja de compensación	4%
Cesantías		8.33%
Intereses sobre las cesantías		12%
Prima de servicios		8.33%
Vacaciones		4.17%

En la Tabla 11 se puede observar el salario mensual de los empleados requeridos por la empresa, se calcula que el valor mensual de la nómina sea de \$22.406.563 realizando los respectivos aportes y provisiones correspondientes a las prestaciones mensuales.

Tabla 11

Costo mensual de la mano de obra de la empresa

Cargo	Ctd	Salario	Salario Total	Auxilio de transporte	Aportes y prestaciones	Total mensual
Director General	1	\$3.000.000	\$3.000.000	\$ 0	\$1.555.548	\$4.555.548
Secretaria	1	\$1.500.000	\$1.500.000	\$140.606	\$ 777.774	\$2.418.380
Supervisor	1	\$2.500.000	\$2.500.000	\$ 0	\$1.296.290	\$3.796.290
Operarios	3	\$1.200.000	\$3.600.000	\$421.818	\$1.866.657	\$5.888.475
Vendedores	2	\$1.800.000	\$3.600.000	\$281.212	\$1.866.656	\$5.747.870
Total			\$14.200.000			\$22.406.563

6.5 Contratación

Un contrato de trabajo es un acuerdo entre un trabajador y su empleador donde el primero se compromete a llevar a cabo determinadas tareas y a seguir las instrucciones del segundo a cambio de una determinada retribución. A continuación, se determinará el contrato óptimo para los trabajadores de la empresa.

El director general, la secretaria, el supervisor de calidad y producción, los operarios y los vendedores serán denominados trabajadores de planta por lo que el contrato correspondiente se les asignará será el contrato por tiempo indeterminado. El contador tendrá un contrato por servicios profesionales ya que su labor será ocasional. En resumen, en la Tabla 10 se muestra lo anterior mencionado.

Tabla 12

Tipo de contrato a trabajadores

Cargo	Tipo de contrato
Director General	Contrato a tiempo indefinido
Secretaria	Contrato a tiempo indefinido
Supervisor	Contrato a tiempo indefinido
Operarios	Contrato a tiempo indefinido
Vendedores	Contrato a tiempo indefinido
Contador	Contrato prestación de servicios profesionales

7. Análisis Legal

7.1 Tipo de sociedad

La empresa se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) cuya reglamentación está dada por la Ley 1258 de 2008, este tipo de sociedad es conveniente por las

facilidades y flexibilidades que brinda en su constitución y funcionamiento ya que su objetivo es incentivar el emprendimiento. Las principales características de esta sociedad son:

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado
- Se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Es una sociedad de capitales.
- No está obligada a tener junta directiva
- Su objeto social puede ser indeterminado y esto permite la realización de cualquier actividad lícita.

7.2 Procedimiento para la conformación de la sociedad

7.2.1 Documento para la constitución

La Cámara de Comercio de Bucaramanga indica en el siguiente modelo, presentado en la Tabla 18, las instrucciones para la elaboración del documento para la constitución de una sociedad por acciones simplificadas (Cámara de Comercio de Bucaramanga).

Tabla 13

Modelo de constitución de una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S)

Ubicación	Descripción
Encabezado	En el encabezado del documento de constitución se debe indicar el nombre(s) de socio(s) constituyentes, el número de identificación y el domicilio (municipio) de cada uno. Lo anterior, tantos socios sean.
Artículo 1	Se debe indicar la denominación social que tendrá la sociedad.

Continuación de la Tabla 13	
Artículo 2	Se describen las actividades comerciales que desarrollará la sociedad.
Artículo 3	Se relaciona el domicilio social, que hace referencia al municipio en el que estará el asiento principal de sus negocios
Artículo 4	Se podrá establecer un término fijo de duración
Artículo 5	Capital autorizado: Es el capital al que la sociedad aspira llegar. Capital suscrito: Representan las acciones que cada socio suscribe al momento de la constitución y determinan su participación en la sociedad. Capital pagado: Es el capital efectivamente cancelado al momento de la constitución.
Artículo 28	El modelo del documento de constitución NO contempla que el representante legal tenga suplente, por tanto, si la sociedad requiere que el representante legal tenga SUPLENTE , se debe crear el cargo en este artículo y se debe indicar si actuará de manera conjunta con el representante legal con las mismas facultades, o solo en las faltas absolutas o temporales del principal.
Determinaciones Relativas	En este aparte se realiza el nombramiento de la persona que actuará como representante legal y de su suplente, si lo tiene. Relacionar nombres completos y número de identificación personal en cada caso. Tener en cuenta que, el nombramiento debe realizarse de acuerdo con el CARGO que se haya creado de conformidad con el Art. 28 del documento de constitución.
Firma del documento	Al final del documento se debe firmar por el socio o todos los socios constituyentes. Posterior a la firma, se realiza la nota de presentación personal que puede efectuarse ante el funcionario de Cámara directamente en la ventanilla o ante el Notario.

Fuente: Recopilado de la página web de la cámara de comercio de Bucaramanga, 2023.




7.2.2 Consulta de homonimia

La Cámara de Comercio de Bucaramanga no permite el registro de empresas con un nombre que ya este inscrito, por esta razón es importante consultar el nombre de la empresa para confirmar que “Nutrinuts” sea un nombre que no haya sido tomado por otra empresa. Al realizar la consulta en la página web del RUES – Registro Único Empresarial se pudo verificar que el nombre de la empresa no ha sido tomado por otras empresas.

Figura 17

Consulta de homonimia

Realice su consulta empresarial o social

  
 Recomendaciones de uso

Info La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Fuente: Consulta realizada en la página de RUES, 2023.

7.2.3 Actividad económica de la empresa

A continuación, se define la actividad económica de la empresa consultando en la Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), un documento que categoriza las actividades productivas. Se identifica que la empresa Nutrinuts se encuentra en la clase Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados con código CIIU 4729, que en su nota explicativa incluye el comercio al por menor de productos de confitería o dulcería, preparados principalmente con azúcar, frutas nueces secas confitadas, gomas de mascar, caramelos, turrone, jaleas, bocadillos, entre otros.

7.2.4 Uso del suelo

Esta verificación se realizó en el Capítulo 5 al evaluar la opción de microlocalización de la empresa. No obstante, tanto para la constitución y el desarrollo de la actividad principal se hace necesario demostrar que el predio donde se ubicara la dirección específica de la compañía cumple con los requerimientos establecidos por el plan de ordenamiento territorial del municipio

donde está ubicado. Mientras opere la empresa, debe cumplir con los requisitos para su ubicación definidos en la normativa que los regula y de las entidades competentes en materias tales como control de impactos ambientales, intensidad y conflictos funcionales, horarios y condiciones locativas.

7.2.5 Formalización ante la DIAN

Para continuar con el proceso de legalización de la empresa se deben realizar los siguientes trámites ante la DIAN:

- Se debe diligenciar el Formulario PRE-RUT a través del portal web de la DIAN o de manera presencial en sus oficinas
- Realizar el registro como un nuevo empresario llenando los formularios de matrícula mercantil.
- Tramitar el RUT definitivo con un certificado de creación de cuenta bancaria.
- Se presentan los formularios en la Cámara de Comercio y se realiza el pago de los derechos de inscripción.

7.3 Implicaciones Tributarias

Las S.A.S. deben pagar los siguientes impuestos:

- Las S.A.S. son responsables del impuesto sobre la renta y sus complementarios (se paga anualmente y pagan el 33% de renta)
- Paga el IVA (así lo establece el artículo 420 del Estatuto Tributario. Y se cancela bimestralmente en caso de los grandes contribuyentes, mientras que los que no lo sean cancelan el IVA cada 4 meses)

- Paga el impuesto de Industria y Comercio (siempre que se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios no excluidas o exentas. También son agentes retenedores de renta, IVA e ICA).

7.4 Registro sanitario de INVIMA

En Colombia existe un ente regulador que tiene como función ejecutar el control sanitario tanto de los medicamentos como de los alimentos producidos y comercializados en el país, el cual se denomina INVIMA, esta institución procura garantizar la salud pública de la población de Colombia, ejerciendo inspección y vigilancia de normas de producción, estándares de higiene y calidad de las materias primas con los que se producen los alimentos. Para obtener la notificación, permiso y registro sanitario del INVIMA se debe tener presente los siguientes decretos y resoluciones:

7.4.1 Decreto 3075 de 1997

En este decreto se describen todas las actividades que pueden generar factores de riesgos, por el consumo de alimentos. En este documento se muestran los principios básicos y practicas generales de higiene y manipulación, preparación, elaboración, empackado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano. Este decreto especifica como deben ser las instalaciones, equipos e instrumentos, disposición de residuos, vigilancia y control del proceso de fabricación y que condiciones deben cumplir el personal manipulador de alimentos. (INVIMA, 1997)

7.4.2 Resolución 5109 de 2005

Reglamento técnico que especifica los requisitos que deben cumplir las etiquetas de los empaques de alimentos para consumo humano, así como los de las materias primas para alimentos. (Ministerio de la protección social, 2005)

7.4.3 Resolución 2674 del 2013

Se establece ciertos requisitos con los que deben cumplir las personas naturales o jurídicas que fabriquen, envasen o importen alimentos para su comercialización en el territorio nacional, según el tipo de riesgo de estos productos en la salud pública, se requerirá de: notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, como lo indica el artículo 37 de este decreto. Para los productos de bajo riesgo público se deberá transmitir una notificación sanitaria para su comercialización, en cambio para los productos de riesgo medio se deberá solicitar un permiso sanitario y para los productos de alto riesgo público es necesario tener un registro sanitario, estas notificaciones las otorga el INVIMA, y cada una de ellas tiene un proceso de tramitación y fecha de caducidad diferente. En esta resolución también se establece las condiciones básicas e higiene en las instalaciones, utensilio, practicas del personal manipulador de alimentos, transporte, entre otros. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)

7.4.4 Resolución 719 del 2015

En esta resolución se especifica la clasificación de los alimentos para el consumo humano según el riesgo que pueda generar a la salud pública. Se clasifican los alimentos por grupos, categorías y subcategorías, en el grupo 4 se encuentran las frutas y otros vegetales incluidos hongos y setas, raíces y tubérculos, leguminosas y aloe vera, algas marinas, nueces, semillas,

frutas y hortalizas procesadas. Los productos por elaborar en la empresa tienen diferentes riesgos, por lo cual se debe determinar si necesitan un permiso sanitario, registro sanitario o notificación sanitaria. Para los productos que tengan un riesgo bajo se necesita una notificación sanitaria, para los de riesgo medio se necesita un permiso sanitario y para los de riesgo alto se necesita un registro sanitario, por ejemplo para la leche de almendras u otro fruto seco se necesita un registro sanitario ya que su riesgo es alto como lo indica la subcategoría 4.10.1 Néctares y bebidas a base de hortalizas o de otros vegetales listos para el consumo, el mix de frutos secos tiene un riesgo medio como lo indica la subcategoría 4.8.6 Nueces y mezclas de nueces elaboradas con o sin cascara recubierta o no, para la mantequilla o crema de frutos secos el riesgo es alto como lo indica la subcategoría 4.8.3 Pures y preparados para untar elaborados con hortalizas u otros vegetales. El riesgo de los cereales y la granola es bajo, el de la proteína a base de frutos secos es alto. Se debe tener en cuenta que en cualquier momento el INVIMA podrá requerir el producto elaborado para revisión con el fin de establecer si el alimento cumple con las condiciones de registro. Para realizar los trámites del permiso, la empresa debe estar inscrita ante el INVIMA, si aún la empresa no ha realizado esta inscripción, se debe seguir los siguientes pasos: inscripción a través de la página web www.invima.gov.co en el link: Trámites y Servicios – Formatos – Alimentos opción Formato Único de Inscripción de Establecimientos de la Dirección de Alimentos y Bebidas web, y posteriormente seguir los siguientes pasos para adquirir el registro, permiso y notificación sanitaria. (Ministerio de Salud y Protección, 2015)

7.4.4.1 Reunir documentos

- Formato único de registro, permiso o notificación sanitaria de alimentos
- Formato registro notificación electrónica

- Recibo de consignación o transferencia electrónica
- El INVIMA verificará que la personería natural o jurídica este inscrita en la cámara de comercio, por lo tanto, se verifica el RUES

7.4.4.2 Realización del pago. Para la realización del pago de los registros, permisos y notificación sanitaria se debe consultar el Manual Tarifario por parte del INVIMA para conocer el costo de cada uno. A continuación, se muestra dichos valores:

Tabla 14

Tarifas para el registro, permiso y notificación sanitaria de los productos

Código	Concepto	Precio (UVT)	Precio en pesos
2100	Registro sanitario de Alimentos de Alto Riesgo (Variedades de 1 a 10)	165,15	\$7.004.341
2200	Permiso sanitario de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 1 a 10)	123,45	\$5.235.761
2300	Notificación sanitaria de Alimentos de Bajo Riesgo (Variedades de 1 a 10)	82,58	\$3.502.382
2400	Certificado de Buenas Prácticas Pequeña Empresa	32,42	\$1.545.000

El precio de UVT para el año 2023 según La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) es de \$42.412. Cabe resaltar que según la ley 2069 de 2020 hay una tarifa diferencial de los registros sanitarios que soliciten las pequeñas y medianas empresas por primera vez. Según el numeral 4.2 dice que “Para las pequeñas empresas, el valor de la tarifa será fijado en un rango comprendido entre el 40% y 60% del valor establecido en el manual tarifario”.

7.4.4.3 Realizar la radicación de manera virtual o presencial. Para la radicación virtualmente se debe ingresar al enlace INVIMA virtual, seguidamente registrarse como usuario para adjuntar los documentos escaneados para el trámite, la entidad le informara al usuario vía correo electrónico si la solicitud fue aprobada o rechazada, si la solicitud fue aprobada realice el pago en línea y espere el número del radicado, por el contrario, si la solicitud fue rechazada realice nuevamente la solicitud. Para la radicación de forma presencial se debe ubicar el punto de atención al usuario en la ciudad correspondiente y entregar los papeles por la ventanilla.

7.4.5 Resolución 333 del 2011

(INVIMA, 2011) Se declara que todo alimento con objeto de propiedades nutricionales debe cumplir con los requisitos exigidos para la declaración de nutrientes de esta resolución. Los productos se Nutrinuts las declaraciones de las propiedades nutricionales con las que cuenta son: ricos en proteínas (10-30%), bajo contenido de hidratos de carbono, grasas (30-60%), minerales de fácil absorción como potasio, calcio, fosforo, hierro y magnesio, vitaminas, fibras, hierro, calcio, magnesio, ácido fólico, etc.

8. Análisis del Impacto Social y Ambiental

A continuación, se presentan las principales conclusiones obtenidas del estudio del impacto social y ambiental que conlleva el desarrollo de este plan de negocios.

8.1 Análisis del impacto social

La puesta en marcha de la empresa Nutrinuts S.A.S conlleva un impacto social positivo. A través de este proyecto se pueden generar nuevos empleos y contribuir en el bienestar de la sociedad. Como se especificó en el análisis organizacional de este plan de negocios, la creación de esta empresa generaría ocho nuevos puestos de trabajo en la industria nacional.

Además, la creación de esta empresa podría fomentar la educación nutricional y la conciencia sobre hábitos alimenticios saludables, ofreciendo información sobre los beneficios de los frutos secos en la salud ya que son una fuente natural de nutrientes esenciales como grasas saludables, proteínas, fibras, vitaminas y minerales. Su consumo puede ayudar a reducir el riesgo de enfermedades crónicas, lo que a su vez puede aliviar la presión sobre los sistemas de salud y mejorar la calidad de vida de la población. Esto podría tener un impacto positivo en la toma de decisiones alimenticias de las personas promoviendo una sociedad más consciente de su salud y bienestar.

Asimismo, se considera que la puesta en marcha de la empresa contribuye en el desarrollo socioeconómico de los cultivadores de frutos secos, dignificando su trabajo a través de un pago justo por sus cultivos y aprovechando los recursos que ofrece la biodiversidad del país para producir productos derivados de frutos secos de la mejor calidad.

8.2 Análisis del impacto ambiental

A pesar de que el impacto ambiental generado por la puesta en marcha de la empresa es mínimo, es importante analizar cuáles son sus principales causantes, para que, de esta manera, se puedan establecer estrategias efectivas para su mitigación.

Como se mencionó en el estudio técnico de este plan de negocios, para la producción de los productos se requiere de cantidades considerables de agua, por lo tanto, este es uno de los aspectos que influyen negativamente en el impacto generado por la puesta en marcha de la empresa al medioambiente ya que será utilizado en la producción, en la zona de lavado de los frutos secos y la limpieza de herramientas o utensilios requeridos, también otra actividad que puede generar un impacto es la utilización de la maquinaria ya emite CO₂ por la combustión de gas a través de los hornos en el proceso de tostado de los frutos secos y por el consumo de energía eléctrica, para ello como practica de prevención, mitigación o compensación se opta por el ahorro y uso eficiente de agua y luz así como programas de eficiencia.

Por otro lado, el tipo de materiales, insumos y materias primas utilizadas en el proceso productivo, la empresa no representa riesgos medioambientales ya que no se utilizan agentes químicos ni contaminantes, el resto de los desechos constituyen elementos biodegradables o materia orgánica como los residuos de los frutos secos y su disposición final se realizará a través de la recolección ordinaria de la basura. Sin embargo, se debe hacer un uso racional de los servicios de electricidad y el agua a utilizar.

También cabe resaltar que para mitigar el impacto medioambiental se optó porque los envases y empaques fuesen totalmente biodegradables y reutilizables con el fin de disminuir la utilización del plástico.

9. Análisis Financiero

El análisis financiero de la empresa Nutrinuts S.A.S se realizó con el fin de evaluar la viabilidad del proyecto, y esto se hizo a través de la determinación de los recursos financieros necesarios para poner en marcha la empresa, así como cuáles serían sus ingresos y costos proyectados, según tres posibles escenarios la demanda planteada en el capítulo de la investigación de mercados. Este análisis muestra cuáles serán las estrategias cuantitativas contempladas para implementar el modelo de negocio, permitiendo determinar el periodo de recuperación de la inversión y observar cuan atractiva va a hacer la empresa frente a otras. En el Apéndice E se muestra en detalle el análisis financiero del proyecto, desde la inversión, costos, gastos, escenarios, indicadores y estados financieros.

9.1 Inversiones iniciales

Son todos los activos de tipo fijo, diferidos y corrientes que se requieren para poner en marcha la empresa.

9.1.1 Inversión fija

La inversión fija está relacionada con los activos fijos, los cuales son bienes tangibles que compra la empresa al momento de iniciar sus operaciones, y que tienen como fin garantizar la operación de la empresa, estos bienes deben ser de larga duración y no pueden ser puestos en venta, a menos que su depreciación llegue a cero. Dentro de los activos fijos se encuentran: Maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de computación y comunicación. Estos valores se encuentran en el capítulo 5 de análisis técnico, donde se

muestran detalladamente, se obtuvo un valor de \$66.819.133 que serán necesarios para que inicie la actividad comercial y de producción de la empresa como lo resumen la tabla N° 15.

Tabla 15

Inversión fija de activos

Inversión fija	Valor Total
Maquinaria y Equipo	\$52.629.133
Equipo de Computación y Comunicación	\$10.000.0000
Equipo de Oficina	\$4.190.000
Total	\$66.819.133

El cálculo de la proyección de las depreciaciones para los activos fijos correspondiente a la operación y administración se realizó a través del método de línea recta que depende del tiempo de vida útil de cada uno de los activos como se evidencia en la Tabla 16 obteniendo un valor anual de \$4.795.399

Tabla 16

Depreciación de los activos

Activos	Años de Depreciación	Precio	Depreciación anual
Computador Portátil	5	1.500.000	1.200.000
Impresora-Fotocopiadora/Scanner	5	750.000	300.000
Maquina Limpiadora de Semillas	15	1.500.000	100.000
Licuadaora industrial	15	12.950.000	863.333
Mesa de trabajo en acero	15	2.535.000	338.000
Molino eléctrico triturador	15	2.353.984	156.932
Maquina Pasteurizadora Multifuncional	15	9.100.000	606.667
Maquina Selladora de empaques	15	6.457.000	430.467
Nevera Refrigeradora Exhibidora	15	12.000.000	800.000
TOTAL			4.795.399

9.1.2 Capital de trabajo

Son los recursos necesarios para poner en funcionamiento la unidad productiva de la empresa, estos recursos involucran los costos de producción (Materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación). Para efectos del cálculo de la inversión requerida, el capital de trabajo se calcula para los primeros 3 meses de funcionamiento de la empresa que podrá verse en la Tabla 17.

Tabla 17

Capital de trabajo

Concepto	Año Inicial	Meses	Capital requerido
Materias primas, insumos y suministros	\$182.603.118	3	\$45.650.779
Mano de obra directa (Nomina producción)	\$70.661.700	3	\$17.665.425
Costos indirectos de fabricación	\$345.403.353	3	\$86.350.960
Nómina de administración	\$114.771.336	3	\$28.692.834
Total capital de trabajo			\$178.359.999

9.1.3 Valor de la inversión inicial

Tabla 18

Inversión inicial requerida

Concepto	Valor Total
Inversión Fija	\$ 66.819.133
Capital de trabajo	\$ 178.359.998
Gastos de constitución e INVIMA	\$ 17.501.534
Total capital requerido	\$262.680.666

9.2 Costos de producción

Los costos de producción están directamente relacionados con el proceso productivo de la elaboración de los productos. Estos costos están conformados por la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, a continuación, se realiza un análisis de cada uno de los costos de producción mediante el cálculo y proyección de estos para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

9.2.1 Costo anual de materia prima

Como se mencionó en el análisis técnico del capítulo 5, existen materias primas, insumos y suministros necesarios para el proceso productivo, el consumo de estas materias está directamente relacionado con la producción y elaboración de los productos. En la Tabla 19 se resume detalladamente el costo de la materia prima.

Tabla 19

Costo anual de la materia prima directa

Concepto	Valor
Almendras	\$129.922.690
Pistachos	\$4.063.492
Avellanas	\$2.352.000
Nueces	\$12.078.000
Arándanos	\$10.617.989
Maní o Cacahuete	\$8.908.800
Marañones	\$4.952.381
Uvas Pasas	\$3.400.320
Copos de Avena	\$1.992.499
Semillas de Lino	\$168.000
Semillas de Chía	\$451.200
Canela	\$171.190

Continuación de la tabla 19	
Stevia	\$457.550
Esencia de Vainilla	\$210.000
Chispas de Chocolate	\$344.808
Coco	\$2.039.198
Sal baja en sodio	\$180.000
Conservante	\$293.000
TOTAL	\$182.603.118

Tabla 20

Proyección del costo de la materia prima directa

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$182.603.118	\$240.747.532	\$317.494.712	\$418.894.760	\$552.764.259

Nota: se propuso un aumento del 10% anual en los costos de materia prima, insumos y suministros. Elaboración propia

Tabla 21

Costo anual de la materia prima indirecta

Concepto	Valor
Empaque para leche de 1 Lt	\$46.800.002
Empaque bolsa Kraft para 1 Lb	\$480.000
Empaque bolsa Kraft para 1 Kl	\$360.000
Empaque bolsa Kraft pequeña	\$96.000
Empaque bolsa Kraft de 1 Lb (Granola)	\$500.000
Empaque bolsa Kraft Mix 250 gr	\$240.000
Empaque bolsa Kraft Mix 500 gr	\$180.000
Empaque bolsa Kraft Mix 1000 gr	\$180.000
Empaque para la crema para untar	\$936.000
TOTAL	\$49.772.002

Tabla 22

Proyección del costo de materia prima indirecta

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Indirecta	\$49.772.002	\$65.699.043	\$86.722.736	\$114.474.012	\$151.105.696

Nota: se propuso un aumento del 10% anual en los costos de materia prima, insumos y suministros. Elaboración propia

9.2.2 Costo anual de la mano de obra directa

Este costo incluye el valor de los salarios de los operarios encargados de la producción y elaboración de los productos de frutos secos.

Tabla 23

Costo de mano de obra directa anual

Concepto	Salario Mensual	Valor Total (Salarios + Prestaciones Sociales)
Operario 1	\$ 1.200.000	\$ 23.553.900
Operario 2	\$ 1.200.000	\$ 23.553.900
Operario 3	\$ 1.200.000	\$ 23.553.900
Total		\$ 70.661.700

Tabla 24

Proyección Mano de obra directa anual

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	\$ 70.661.700	\$ 77.727.870	\$ 85.500.657	\$ 94.050.723	\$ 103.455.795

Nota: se propuso un aumento del 10% anual en los costos de mano de obra. Elaboración propia

Tabla 25

Costo de mano de obra indirecta anual

Concepto	Salario Mensual	Valor Total (Salarios + Prestaciones Sociales)
Supervisor 1	\$ 2.500.000	\$ 45.555.480
Vendedor 1	\$ 1.800.000	\$ 34.487.220
Vendedor 2	\$ 1.800.000	\$ 34.487.220
Total		\$ 114.529.920

Tabla 26

Proyección Mano de obra indirecta anual

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra Indirecta	\$114.529.920	\$125.982.912	\$138.581.203	\$152.439.324	\$167.683.256

Nota: se propuso un aumento del 10% anual en los costos de mano de obra. Elaboración propia

9.2.3 Costo indirecto de fabricación anual

Hace referencia a los rubros que se generan en la actividad productiva y que no tienen relación directa con el producto final. Para la elaboración y producción de productos a base de frutos secos los CIF comprenden la energía eléctrica de la fábrica de producción, el arriendo, el consumo de agua y los servicios de internet y telefonía.

Tabla 27

Costos indirectos de fabricación

Concepto	Valor Total
Materia Prima Indirecta	\$ 49.772.002
Mano de Obra Indirecta	\$ 114.529.920
Servicios Públicos	\$ 14.400.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 2.400.000
Total	\$ 181.101.922

Tabla 28*Proyección Costos Indirectos de fabricación*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Indirectos de fabricación	\$181.101.922	\$210.161.955	\$245.631.939	\$289.274.135	\$343.385.832

Nota: se propuso un aumento del 10% anual en los costos indirectos de fabricación. Elaboración propia

9.2.4 Costo total de producción

A continuación, se muestra el costo total anual de producción según los tres componentes mencionados y la proyección por los primeros cinco años de operación.

Tabla 29*Proyección costo total de producción*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$182.603.118	\$240.747.532	\$317.494.712	\$418.894.760	\$552.764.259
Mano de Obra Directa	\$70.661.700	\$77.727.870	\$85.500.657	\$94.050.723	\$103.455.795
CIF	\$345.403.844	\$401.843.909	\$470.935.879	\$556.187.471	\$662.174.783
Costo anual total	\$598.668.662	\$720.319.312	\$873.931.248	\$1.069.132.954	\$1.318.394.837

9.3 Gastos de administración

En los gastos de administración se consideró los salarios y prestaciones sociales del gerente, secretaria, la prestación de servicios del contador, el gasto en insumos de oficina y otros gastos de administración.

Tabla 30

Salarios área de administración

Concepto	Salario Mensual	Valor Total (Salarios + Prestaciones Sociales)
Director General	\$ 3.000.000	\$ 54.666.576
Secretaria	\$ 1.500.000	\$ 29.020.560
Contador	\$ 2.590.350	\$ 31.084.200
Total		\$ 114.771.336

Tabla 31

Gastos de administración anual

Concepto	Valor Anual
Depreciación	\$ 4.795.399
Arriendo	\$ 21.600.000
Seguro	\$ 2.400.000
Software	\$ 1.500.000
Suministro de oficina	\$ 800.000
Nomina (Salarios)	\$ 114.771.336
TOTAL	\$ 145.866.735

Tabla 32

Proyección gastos de administración

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de administración	\$145.866.735	\$153.160.072	\$160.818.075	\$168.858.979	\$177.301.928

Nota: se propuso un aumento del 5% anual de los gastos por tema de inflación. Elaboración propia

9.4 Gastos de constitución

Los gastos de constitución se contemplan a continuación:

Tabla 33

Gastos de constitución

Gastos de constitución	Costo Anual
Autenticación en notaria	\$ 10.350
Registro en Cámara de comercio	\$ 114.000
Formulario de Registro	\$ 6.500
Derecho de Inscripción	\$ 48.000
Certificación de Existencia y Representación Legal	\$ 3.200
Solicitud de Libro de Actas	\$ 32.000
TOTAL	\$ 214.050

Tabla 34

Otros gastos

Otros Gastos	Costo Total
Registro Sanitario de Alimentos de alto riesgo	\$ 7.004.341
Permiso sanitario de alimentos de Mediano	\$ 5.235.761
Notificación sanitaria de alimentos de Bajo Riesgo	\$ 3.502.382
Certificación de Buenas practicas	\$ 1.545.000
TOTAL	\$ 17.287.484

Tabla 35

Proyección Otros Gastos (Gastos de constitución)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros Gastos	\$17.501.534				

9.5 Total de egresos

A continuación, se presentan el total de egresos donde se contabiliza las salidas correspondientes a gastos administrativos y el costo de producción.

Tabla 36

Proyección total de egresos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción	\$598.668.662	\$720.319.312	\$873.931.248	\$1.069.132.954	\$1.318.394.837
Gastos de administración	\$145.866.735	\$153.160.072	\$160.818.075	\$168.858.979	\$177.301.928
Otros Gastos	\$17.501.534				
Total de egresos	\$762.036.931	\$873.479.383	\$1.034.749.323	\$1.237.991.933	\$1.495.696.765

9.6 Total de ingresos

Los ingresos del proyecto están relacionados a las ventas de los 9 productos a vender. Se plantea una proyección de ventas para los próximos cinco años desde la puesta en marcha de la empresa, se tiene en cuenta que el 80% son ingresos a precio Retail y el 20% precio al público llegando a diferentes mercados.

Tabla 37

Ingresos año 1

Descripción	Precio de venta (Retail)	Precio de venta (Publico)	Producción Anual	Ingresos año 1 (COP)
Leche de almendras 1 Lt	\$ 11.200	\$ 14.000	38.400	\$ 451.581.648

Continuación de la Tabla 37				
Harina de Almendras 1 Lb	\$ 39.600	\$ 49.500	2.400	\$ 99.792.000
Harina de Almendras 1 Kg	\$ 70.400	\$ 88.000	1.200	\$ 88.704.000
Granola 1 Lb	\$ 8.000	\$ 10.000	960	\$ 8.064.000
Barras energéticas de cereales con frutos secos	\$ 2.000	\$ 2.500	2.400	\$ 5.040.000
Mix de Frutos Secos 250 gr	\$ 13.600	\$ 17.000	2.400	\$34.272.000
Mix de Frutos Secos 500 gr	\$ 28.000	\$ 35.000	1.200	\$35.280.000
Mix de Frutos secos 1000 gr	\$ 56.000	\$ 70.000	600	\$35.280.000
Mantequilla o crema de untar de frutos secos	\$ 22.400	\$ 28.000	1.200	\$28.224.000

Tabla 38

Proyección de ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas (\$)	786.237.648	1.037.833.695	1.369.940.478	1.808.321.431	2.386.984.289

9.7 Financiamiento del Proyecto

La financiación de este proyecto se divide en dos partes la primera es la adquisición de algunos ítems con los recursos de 2 socios e inversionistas capitalistas y la segunda es la financiación del FONDO EMPRENDER por valor de \$93.000.000. Entre los socios e inversionistas capitalistas se encuentran JUAN CARLOS FERIA ZARATE y MARIA HELENA ZARATE TORRES familiares directos del autor del proyecto los cuales pondrán la siguiente inversión:

Tabla 39

Financiamiento Inversionistas Capitalistas

ITEM	VALOR	INVERSIONISTA
Maquinaria y equipo	\$ 52.629.133	Juan Carlos Feria Zarate
Equipo de computación y comunicación	\$ 10.000.000	María Helena Zarate Torres
Equipo de oficina	\$ 4.190.000	María Helena Zarate Torres

9.8 Proyección Financiera

La proyección financiera se realiza en un horizonte de 5 años, se proyectan precios de ventas, ventas, costos, gastos, capital de trabajo entre otros. Después de identificar los ingresos y egresos del proyecto se proyectan los estados financieros y así determinar los indicadores y la viabilidad financiera para poner en marcha el proyecto.

Tabla 40

Variables de entrada para el análisis financiero

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Índice de inflación	10%	10%	10%	10%	10%
Índice de Devaluación	2%	2%	2%	2%	2%
%Crecimiento en ventas	10%	10%	10%	10%	10%
DEPRECIACIÓN					
Maquinaria y equipo	15 años				
Muebles y enseres	10 años				
Equipo de computación	05 años				

9.8.1 Estado de Resultados

Tabla 41

Proyección Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 786.237.648	\$ 1.037.833.695	\$ 1.369.940.478	\$ 1.808.321.431	\$ 2.386.984.289
Costos producción	\$ 598.668.662	\$ 720.319.312	\$ 873.931.248	\$ 1.069.132.954	\$ 1.318.394.837
UTILIDAD BRUTA	\$ 187.568.986	\$ 317.514.384	\$ 496.009.230	\$ 739.188.477	\$ 1.068.589.451
Gastos de Administración	\$ 145.866.735	\$ 153.160.072	\$ 160.818.075	\$ 168.858.979	\$ 177.301.928
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 41.702.251	\$ 164.354.312	\$ 335.191.155	\$ 570.329.498	\$ 891.287.523
Gastos legales	\$ 17.501.534				
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 24.200.717	\$ 164.354.312	\$ 335.191.155	\$ 570.329.498	\$ 891.287.523
Impuestos (35%)	\$ 8.470.251	\$ 57.524.009	\$ 117.316.904	\$ 199.615.324	\$ 311.950.633
UTILIDAD NETA	\$ 15.730.466	\$ 106.830.303	\$ 217.874.251	\$ 370.714.174	\$ 579.336.890
Reserva (10%)	\$ 1.573.047	\$ 10.683.030	\$ 21.787.425	\$ 37.071.417	\$ 57.933.689
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 14.157.420	\$ 96.147.272	\$ 196.086.826	\$ 333.642.756	\$ 521.403.201

9.8.2 *Flujo de Caja*

Tabla 42

Proyección Flujo de Caja

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		\$ 786.237.648	\$1.037.833.695	\$1.369.940.478	\$1.808.321.431	\$2.386.984.289
Costos de producción		\$ 598.668.662	\$ 720.319.312	\$ 873.931.248	\$1.069.132.954	\$1.318.394.837
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 187.568.986	\$ 317.514.384	\$ 496.009.230	\$ 739.188.477	\$1.068.589.451
Gastos de administración y ventas		\$ 141.071.336	\$ 148.364.673	\$ 156.022.676	\$ 164.063.580	\$ 172.506.529
Gastos legales		\$ 17.501.534				
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 28.996.116	\$ 169.149.711	\$ 339.986.554	\$ 575.124.897	\$ 896.082.922
Impuesto a la renta (35%)		\$ 8.470.251	\$ 57.524.009	\$ 117.316.904	\$ 199.615.324	\$ 311.950.633
UTILIDAD NETA		\$ 20.525.865	\$ 111.625.702	\$ 222.669.650	\$ 375.509.572	\$ 584.132.289
Depreciación		\$ 4.795.399	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399
Inversión en capital de trabajo	\$-178.359.999					
Inversión	\$- 84.320.667					
FLUJO DE CAPITAL	\$-262.680.666					
FLUJO DE CAJA TOTAL	\$-262.680.666	\$ 28.996.116	\$ 169.149.711	\$ 339.986.554	\$ 575.124.897	\$ 896.082.922
FLUJO DE CAJA ACUMULADA	\$-262.680.666	\$ -233.684.550	\$ - 64.534.839	\$ 275.451.715	\$ 850.576.611	\$1.746.659.534

9.8.3 Estado de situación financiera

Tabla 43

Proyección Estado de situación financiera

ACTIVO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente					
Caja o Bancos	\$ 28.996.116	\$ 169.149.711	\$ 339.986.554	\$ 575.124.897	\$ 896.082.922
Total activo corriente	\$ 28.996.116	\$ 169.149.711	\$ 339.986.554	\$ 575.124.897	\$ 896.082.922
Activos Fijos					
Maquinaria y equipo	\$ 52.629.133	\$ 52.629.133	\$ 52.629.133	\$ 52.629.133	\$ 52.629.133
Equipo de computación y comunicación	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Equipo de oficina	\$ 4.190.000	\$ 4.190.000	\$ 4.190.000	\$ 4.190.000	\$ 4.190.000
Depreciaciones	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399	\$ 4.795.399
Total Activo Fijos	\$ 62.023.734	\$ 62.023.734	\$ 62.023.734	\$ 62.023.734	\$ 62.023.734
TOTAL ACTIVOS	\$ 91.019.850	\$ 231.173.445	\$ 402.010.288	\$ 637.148.631	\$ 958.106.656
PASIVO					
Impuestos por pagar	\$ 8.470.251	\$ 57.524.009	\$ 117.316.904	\$ 199.615.324	\$ 311.950.633
TOTAL PASIVOS	\$ 8.470.251	\$ 57.524.009	\$ 117.316.904	\$ 199.615.324	\$ 311.950.633
PATRIMONIO					
Capital	\$ 66.819.133	\$ 66.819.133	\$ 66.819.133	\$ 66.819.133	\$ 66.819.133
Reservas	\$ 1.573.047	\$ 10.683.030	\$ 21.787.425	\$ 37.071.417	\$ 57.933.689
Utilidad del ejercicio	\$ 14.157.420	\$ 96.147.272	\$ 196.086.826	\$ 333.642.756	\$ 521.403.201
TOTAL PATRIMONIO	\$ 82.549.599	\$ 173.649.436	\$ 284.693.384	\$ 437.533.307	\$ 646.156.023
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 91.019.850	\$ 231.173.445	\$ 231.173.445	\$ 637.148.631	\$ 958.106.656

Nota: Para depreciar los activos fijos se utilizó el método de línea recta Elaboración propia

9.9 Evaluación Financiera (Indicadores)

A continuación, se presentan las conclusiones del análisis de la viabilidad financiera de este plan de negocios en un escenario probable. Este análisis se realizó por medio de los indicadores financieros VPN, TIR y PRI

Tabla 44

Valor presente neto (VPN)

Año 0	-\$	262.680.666
Año 1	\$	28.996.116
Año 2	\$	169.149.711
Año 3	\$	339.986.554
Año 4	\$	575.124.897
Año 5	\$	896.082.922
TASA		13,25%
VPN	\$	959.522.407

El valor actual neto consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto, pero de esta misma manera se debe de tener conocimiento de cuanto se va a ganar o en estos casos cuanto se podría perder. El análisis del VPN se realizó tomando como referencia una tasa de interés actual 13,25% anual según el banco de la república. El VPN obtuvo un valor de \$959.522.407, demostrando que “Nutrinuts” es viable desde el punto de vista financiero.

Tabla 45

Tasa interna de retorno (TIR)

Año 0	-\$	262.680.666
Año 1	\$	28.996.116
Año 2	\$	169.149.711
Año 3	\$	339.986.554
Año 4	\$	575.124.897
Año 5	\$	896.082.922
TIR		72,56%

Por otro lado, la TIR de la empresa es muy superior a la tasa de oportunidad (25%), lo que indica que es rentable para invertir. La TIR de la empresa es de 72,56%.

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) mide en cuanto se tarda en generar los recursos monetarios suficientes para pagar el monto original de la inversión.

La fórmula para calcular el PRI es: $a + ((b - c) / d)$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión

b = Inversión Inicial

c = Flujo de efectivo acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Para la empresa, el periodo de recuperación de la inversión para el escenario probable es de **3 años y 4 meses**

9.9 Análisis de escenarios

9.9.1 Escenario más probable

Bajo los parámetros establecidos en el presente plan de negocio, representando el escenario más probable, se presentan los siguientes indicadores:

Tabla 46

Indicadores para el escenario más probable

VPN	\$	959.522.407
TIR		72,56%
PRI		3 años y 4 meses

9.9.2 Escenario Optimista

Para evaluar el proyecto en el escenario optimista, la producción aumentó un 20% por lo cual los indicadores para este escenario los podemos ver en la siguiente tabla

Tabla 47

Indicadores para el escenario optimista

VPN	\$	1.155.145.974
TIR		81,69%
PRI		3 años y 25 días

Bajo estos parámetros, el negocio asciende a valor extremadamente buenos y atractivos. El valor de la TIR llega a 81,69% y el periodo de recuperación de la inversión (PRI) disminuye a 3 años y veinticinco días.

9.9.3 Escenario Pesimistas

Para evaluar el proyecto en el escenario pesimista, la producción disminuyo un 20%, los indicadores para esta variable se pueden observar en la Tabla 48.

Tabla 48

Indicadores para el escenario pesimista

VPN	\$ 763.898.840
TIR	62,80%
PRI	3 años y 9 meses

Bajo estos parámetros, el negocio sigue siendo viable, aunque la producción disminuyó un 20% los indicadores siguen siendo muy atractivos para los inversionistas.

10. Análisis Estratégico

Para finalizar la estructuración de este plan de negocios se procede a desarrollar el análisis estratégico partiendo del análisis de matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

10.1 Matriz DOFA

El desarrollo de la matriz DOFA implica la identificación y evaluación del impacto de factores internos y externos que puedan afectar o favorecer la idea de negocio presentada.

Tabla 49

Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<p>-Los frutos secos son un producto relativamente costoso que puede ser inaccesible para algunos segmentos de la población</p> <p>-Los frutos secos pueden provocar alergias o intolerancias en algunas personas, lo que limita su consumo potencial</p> <p>-Baja liquidez a la hora de adquirir los frutos secos al por mayor</p>	<p>-Existe una tendencia creciente de consumo de alimentos saludables, funcionales y orgánicos que se alinean con las propiedades de los frutos secos</p> <p>-Hay oportunidades de exportación a mercados internacionales que valoran la calidad y la variedad de los frutos secos colombianos</p> <p>-Hay posibilidades de innovar y diferenciarse con productos con frutos secos que combinen sabor y salud</p>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<p>-Los frutos secos son un producto muy demandado en la gastronomía nacional y tienen un alto valor nutricional</p> <p>-Colombia cuenta con una gran diversidad de frutos secos, como almendras, nueces, avellanas, pistachos, semillas de chía y lino y habas secas</p>	<p>-La competencia de marcas importadas que ofrecen productos derivados de frutos secos en el país</p> <p>-La fluctuación de los precios y la disponibilidad de los frutos secos debido a factores climáticos, económicos o políticos.</p> <p>-Regulación sanitaria y ambiental que puede afectar la producción, el procesamiento y la comercialización de los frutos secos</p>

10.2 Estrategias

A continuación, se plantean estrategias para los factores internos y externos más importantes encontrados en la matriz DOFA

10.2.1 Estrategias Debilidades – Oportunidades

- Buscar alianzas o proveedores que garanticen la calidad y la conservación de los frutos secos en perfecto estado
- Ofrecer productos derivados de frutos secos a precios competitivos y accesibles, mediante una eficiente gestión de costos y una adecuada segmentación de mercados

- Informar y educar a los consumidores sobre los beneficios y las precauciones de consumir frutos secos, así como ofrecer alternativas para personas con alergias o intolerancias

10.2.2 Estrategia Fortalezas – Amenazas

- Fortalecer el posicionamiento y la fidelización de nuestra marca y marcas nacionales que ofrecen productos de frutos secos mediante estrategias de marketing y comunicación.
- Diversificar las fuentes y los tipos de frutos secos que se utilizan en los productos para reducir la dependencia de un solo proveedor.
- Cumplir con la normativa sanitaria y ambiental vigente, así como anticiparse a posibles cambios o exigencias que puedan afectar el negocio.

10.2.3 Estrategias Fortalezas - Oportunidades

- Ampliar el portafolio de productos con frutos secos, incorporando nuevas variedades, sabores y presentaciones que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores.
- Explorar nuevos canales de distribución y comercialización, tanto nacionales como internacionales que permitan llegar a más mercados y clientes potenciales.
- Generar valor agregado y diferenciación a los productos de frutos secos mediante el uso de materia prima nacional, recetas tradicionales o innovadoras y empaques ecológicos.

10.2.4 Estrategia Debilidades - Amenazas

- Realizar un análisis constante del mercado y la competencia, para identificar las tendencias, las oportunidades y las amenazas que puedan afectar el negocio
- Implementar medidas de control y prevención de riesgos, tanto en la producción como en el procesamiento y la comercialización de los productos.
- Establecer planes de contingencia y adaptación ante posibles escenarios adversos o imprevistos que puedan afectar el suministro, la demanda o el precio de la materia prima

10.3 Misión

En Nutrinuts S.A.S, nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes productos de la más alta calidad, nutritivos y deliciosos, elaborados con frutos secos con los más altos estándares de calidad con el fin de contribuir al bienestar de nuestra comunidad, fomentando el consumo de alimentos saludables, naturales y sostenibles.

10.4 Visión

Nuestra visión en Nutrinuts S.A.S es convertirnos en la marca preferida a nivel regional y nacional de productos derivados de frutos secos, reconocida por su innovación, calidad y responsabilidad social. Además, generar valor para nuestros clientes, proveedores y colaboradores, mediante una gestión ética, eficiente y comprometida con el medio ambiente.

10.5 Valores de la Organización

Los valores que nuestra empresa debe tener, aplicar, fomentar y transmitir son los siguientes:

- Honestidad
- Competitividad
- Calidad
- Innovación
- Salud
- Satisfacción al cliente
- Compromiso
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad Social

10.6 Modelo CANVAS

Se utiliza la herramienta CANVAS para modelar la idea de negocio (Véase Apéndice F), este modelo es creado por Alexander Osterwalder, consta de un conjunto de ejes temáticos fundamentales que son: segmentos del mercado, propuesta de valor, canales y relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave, asociaciones clave y estructura de costos. Estos ejes cubren clientes, oferta, infraestructura y variabilidad económica. A continuación, se analizarán los ejes anteriormente mencionados sobre el desarrollo de la presente idea de negocios.

Asociaciones Claves: Los socios vitales para desarrollar este modelo de negocio son: Proveedores de frutos secos, distribuidores, supermercados, aliados estratégicos e influencers.

Actividades Claves: Las actividades vitales para desarrollar este modelo de negocio son: Producción, distribución, comercialización, innovación y marketing.

Recursos Claves: Los recursos vitales para desarrollar este modelo de negocios son los frutos secos, maquinaria, empaques, personal calificado, redes sociales y pagina web.

Propuesta de Valor: La propuesta de valor es ofrecer productos de alta calidad, elaborados con frutos secos seleccionados y procesados con los más altos estándares de higiene y seguridad alimentaria.

Canales y relación con clientes: Tiendas especializadas, supermercados, comercio electrónico, redes sociales, ferias y eventos.

Segmento de clientes: Personas que buscan consumir alimentos saludables, naturales y nutritivos.

Fuentes de Ingresos: Los ingresos de la empresa se proyecta por medio de venta directa, venta por suscripción, venta al por mayor.

Estructura de Costos: De acuerdo con esta estructura de costos se podrá identificar la posible utilidad que podría tener el negocio: Valor de la adecuación de la planta de producción, materias primas, mano de obra, transporte, arrendamiento, impuestos y publicidad.

11. Conclusiones

- La tendencia en la alimentación ha venido cambiando en los últimos años, dado al incremento de diferentes enfermedades, por lo tanto, los consumidores buscan opciones más saludables al momento de alimentarse, con el objetivo de evitar el riesgo de padecer enfermedades.
- Por medio de la investigación de mercados fue posible identificar que existe gran potencial para la demanda de los productos en el municipio.
- Los canales que frecuentan los habitantes de Sabana de Torres para comprar este tipo de productos son los supermercados y las tiendas naturistas. Por otro lado, los medios de publicidad que tienen mayor influencia son el voz a voz y las redes sociales.
- La recepción de materias primas de los frutos secos debe tener una supervisión especial, debido a que estas materias primas son compradas directamente a campesinos y es que probable que esta no venga en condiciones adecuadas o contengan impurezas o partículas extrañas que puedan afectar la calidad de las galletas.
- En el estudio organizacional de la empresa, se pudo determinar el capital humano necesario para materializar la propuesta de valor que se pretende ofrecer a los clientes.
- Luego de consultar las ventajas y desventajas de los diferentes tipos de los diferentes tipos de sociedades, se decidió que la empresa se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S dado que el proceso de constitución es más fácil, la responsabilidad de los socios es limitada, los empresarios escogen las normas societarias que más convengan a sus intereses, una de las desventajas es que la empresa no puede cotizar en bolsa.

- Después de realizar el análisis financiero a través de los estados financieros (Estado de situación financiera, Estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja) para el escenario probables, se pudo concluir que el modelo de negocios descrito en este proyecto es financieramente viable, permitiendo traer diferentes inversionistas, ya que la Tasa Interna de Retorno es del 72,56%. El Valor Presente Neto de la empresa es de \$959.522.407 y el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años y 4 meses.

12. Recomendaciones

- Desarrollar estrategias constantemente de innovación, para la creación de nuevos productos con su respectiva estrategia de mercadeo
- Ejecutar conscientemente las estrategias planteadas en el marketing mix, con el fin de posicionar el producto en el mercado, y consolidar la empresa, para así ir aumentando la participación en el mercado y por ende generar nuevos empleos.
- Realizar una búsqueda de nuevos proveedores de frutos secos que se ajusten al requerimiento de la empresa, con el objetivo de garantizar el provisionamiento de la cantidad requerida de la materia prima, de acuerdo con el incremento proyectado para las ventas de los productos.
- De acuerdo con el incremento de la demanda de los productos de frutos secos, será necesario ampliar la capacidad de los equipos establecidos en la propuesta técnica de este proyecto.
- Establecer estrategias de promoción efectivas para expandir el mercado de la compañía a todo el departamento de Santander.

Referencias bibliográficas

- Agronegocios, (2022, octubre 12). *Frutos secos amplían mercado*. Agronegocios.co; Obtenido de: <https://www.agronegocios.co/analisis/luis-hernando-rios-3319509/frutos-secos-amplian-mercado-3467858>
- Ayala Camacho, L. V. (mayo de 2022) *Plan de negocio para la creación de Ser Fruit Tienda, en la ciudad de San José de Cúcuta*. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14607/1/T.A_AyalaLady_2022.pdf
- Basante Ortiz, A., Checa Madroñero, J., & Pianda Vallejos, A. (2023). *Plan de negocios para una empresa productora y comercializadora de frutos secos y deshidratados en Pasto, Nariño*. Obtenido de <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora/article/view/3349/3665>
- Borja, O., & Batista, Y. (2022). *Plan para la creación de una empresa productora y comercializadora de cremas de mani y almendras naturales*. Obtenido de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/3e33c0e3-fe54-4f5d-89ad-dab071e13f8d/content>
- Caracol, (2020). *Atlántico tiene gran potencial para cultivar marañón*. Obtenido de: https://caracol.com.co/emisora/2020/03/03/barranquilla/1583270953_113288.html
- Casal, J., & Mateu, E. (2003). TIPOS DE MUESTREO. *Rev. Epidem. Med. Prev*, 1, 3–7. [http://mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20\(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta\)/TiposMuestreo1.pdf](http://mat.uson.mx/~ftapia/Lecturas%20Adicionales%20(C%C3%B3mo%20dise%C3%B1ar%20una%20encuesta)/TiposMuestreo1.pdf)

Chilealimentos (2022). *Producción mundial de almendras alcanzó las 1.59 millones de toneladas*. Obtenido de: <https://chilealimentos.com/produccion-mundial-de-almendras-alcanzo-las-1-59-millones-de-toneladas/#:~:text=Producci%C3%B3n%20mundial%20de%20almendras%20alcanz%C3%B3%20las%201.59%20millones%20de%20toneladas,-COMPARTIR%20IMPRIMIR%20ENVIAR&text=En%20la%20campa%C3%B1a%202021%2F2022,obtenidas%20en%20la%20campa%C3%B1a%20previa.>

DANE. (2023). *Población de Sabana de Torres año 2018*. Obtenido de https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/68655_infografia.pdf

Decreto 3075 de 1997 [Ministerio de Salud y Protección Social]. *Se describen todas las actividades que pueden generar factores de riesgos, por el consumo de alimentos*. 23 de diciembre de 1997

Delvasto, G. (2022). *El marañón del Vichada, una promesa agroindustrial para Colombia y una alternativa alimentaria para el mundo*. Aa.com.tr. <https://www.aa.com.tr/es/econom%C3%ADa/el-mara%C3%B1-del-vichada-una-promesa-agroindustrial-para-colombia-y-una-alternativa-alimentaria-para-el-mundo/2637043>

Enalimentos. (2022). *Se prevé que mercado mundial de extractos de frutos secos llegue a los 15.8 mil mdd con crecimiento del sector de refrigerios para llevar*. Obtenido de <https://enalimentos.lat/noticias/5761-se-preve-que-mercado-mundial-de-extractos-de-frutos-secos-llegue-a-los-15-8-mil-mdd-con-crecimiento-del-sector-de-refrigerios-para-llevar.html#:~:text=Comunicado.,periodo%20de%20pron%C3%B3stico%202022%2D2032.>

José, M., Ingeniero, M., & Agrícola, T. (2021). *Perspectivas del sector de frutos secos (almendras, nueces y pistachos) a nivel mundial*. Obtenido de:
<https://www.agrodigital.com/wp-content/uploads/2021/11/frutossecosc.pdf>

Innovación, T. P. (2020). *Nuevas fuentes de proteína como tendencia sostenible y saludable*. Obtenido de <https://expoagrofuturo.com/es/blog-articulo/12/Nuevas-fuentes-de-proteina-como-tendencia-sostenible-y-saludable>

Mamaespecial.com. (2014). *Qué son los frutos secos y cuáles son sus beneficios - Mamá Especial*. Mamá Especial. <https://www.mamaespecial.com/que-son-los-frutos-secos-y-cuales-son-sus-beneficios>

Ministerio de Ambiente. (22 de Diciembre de 1993). *Ley 99 de 1993*. Obtenido de Min Amb: <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/08/ley-99-1993.pdf>

Ministerio de Comercio. (10 de julio de 2000). *Ley 590 del 2000*. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=12672

Morales, N. (2021). *Segmento de lo saludable gana cada vez más terreno en el mercado de los snacks*. Diario La República; Obtenido de: <https://www.larepublica.co/empresas/el-segmento-de-lo-saludable-gana-cada-vez-mas-terreno-en-el-mercado-de-los-snacks-3279149>

Portafolio. (2019, noviembre 24). *Marañón puede poner a Colombia en el top 10 mundial de exportación*. Obtenido de: <https://www.portafolio.co/negocios/maranon-puede-poner-a-colombia-en-el-top-10-mundial-de-exportacion-535885>

Procolombia (2013), *Proveedores de frutos secos en Colombia*. Obtenido de: <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es/productos/alimentos/semillas-y-frutos-secos#:~:text=Entre%20los%20frutos%20secos%20m%C3%A1s,linos%20y%20las%20habas%20secas.>

Resolución 333 de 2011 [Ministerio de Salud y Protección Social]. *Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para el consumo humano*. 10 de febrero de 2011

Resolución 719 de 2015 [Ministerio de Salud y Protección Social]. *Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública*. 11 de marzo de 2015

Resolución 2674 del 2013 [Ministerio de Salud y Protección Social]. *establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas*. 22 de julio de 2013

Resolución 5109 de 2005 [Ministerio de Salud y Protección Social]. *Por el 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. 29 de diciembre de 2005

Revista La Barra. (2021, marzo 5). *La pandemia aumentó el interés de los frutos secos*. Revista La Barra; Obtenido de: <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/la-pandemia-aumento-el-interes-por-los-frutos-secos>

Salas, J. (2015). *Quinta lección Jesús Culebras; los frutos secos: efectos sobre la salud, la obesidad y el síndrome metabólico*. Obtenido de: <https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v31n2/01articuloespecial01.pdf>

Semana. (2022, Julio 19). *¿Qué beneficios tiene el consumo de frutos secos?* Semana.com Últimas Noticias de Colombia Y El Mundo; Obtenido de: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/que-beneficios-tiene-el-consumo-de-frutos-secos/202252/>

TvAgro. (2020, febrero 20). *El Marañón en Vichada - TvAgro por Juan Gonzalo Ángel Restrepo* [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Y6W7MV7ULxI>