

**Estudio para la creación de una empresa despulpadora y comercializadora de
frutas, en el Municipio de Garzón-Departamento del Huila**

Yuly Magnolia Urrea Quigua

ID: 1.077.842.982

Ángela María Moreno Vargas

ID: 55.066.258

Gelma Bermeo Antury

ID: 55.195.346

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Programa Administración de Empresas

Pitalito – Huila

2017

Estudio para la creación de una empresa despulpadora y comercializadora de frutas, en el Municipio de Garzón-Departamento del Huila

Yuly Magnolia Urrea Quigua

ID: 1.077.842.983

Ángela María Moreno Vargas

ID: 55.066.258

Gelma Bermeo Antury

ID: 55.195.346

Trabajo presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Director:

Gilberto Silva Muñoz

Especialista en Gestión del Desarrollo Regional

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Programa Administración de Empresas

Pitalito – Huila

2017

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios y a la Virgen María, quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de este Trabajo de Grado, que me permitirá obtener el título de Administrador de Empresas. A mi madre por darme la vida, educación, apoyo y consejos. A mi esposo y a mi hijo por ser mis alicientes y brindarme su apoyo incondicional. A mis familiares más cercanos, compañeros de estudio y de trabajo, a mis maestros y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido cumplir esta meta. A todos ellos se los agradezco infinitamente.

Quiero dedicar esta tesis primero que todo a Dios por prestarme la vida y darme fuerzas para culminar esta meta, a mi madre por sus consejos y apoyo incondicional, a mi padre que sé que desde el cielo está sonriendo por mi logro, a mis hijos y mi esposo por esta hay y apoyarme cuando lo necesitaba.

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Agradecimientos

Le doy gracias a Dios por permitirme contemplar la culminación de una meta propuesta, por enriquecerme de fuerza y sabiduría a la hora de escalar este nuevo peldaño y ver como mis logros son el resultado de tu ayuda. Además, te doy gracias por enseñarme a reconocer mis errores y aprender de ellos, los cuales se han convertido en pieza clave de mi formación personal y profesional.

Tabla de Contenido

Resumen	16
Abstract.....	17
Introducción	18
1. Objetivos.....	20
1.1 Objetivo General.....	20
1.2 Objetivos Específicos	20
2. Antecedentes.....	21
3. Justificación	23
4. Estudio de Mercados.....	25
4.1 Investigación de mercado.....	25
4.1.1 Análisis del sector	25
4.1.2 Análisis del mercado	30
4.1.3 Análisis de la demanda:.....	49
4.1.4 Análisis de la oferta.....	52
4.1.5 Análisis de la competencia.....	53
4.2 Estrategias de mercadeo	57
4.2.1 Concepto de producto.....	57
4.2.2 Estrategias de distribución.....	60
4.2.3 Estrategia de venta.....	61
4.2.4 Estrategia de precios.....	62
4.2.5 Estrategias de promoción y publicidad	66
4.2.6 Estrategias de comunicación	66
4.2.7 Estrategia de servicio.....	67
4.2.8 Presupuesto de mezcla de mercado	67
4.2.9 Estrategia de aprovisionamiento	68
4.3 Proyecciones de venta.....	68
4.4 Conclusiones de estudio de mercado.....	69

5. Estudio de operación.....	70
5.1 Operación	70
5.1.1 Ficha técnica Pulpa de Maracuyá.....	70
5.1.2 Ficha técnica Pulpa de Mango.....	71
5.1.3 Ficha técnica Pulpa de Guanábana	72
5.1.4 Pulpa de Mora	73
5.2 Estado de desarrollo.....	74
5.2.1 Conservación de la fruta por medio del calor.....	75
5.2.2 Conservación de la fruta por medio del frio.....	76
5.3 Proceso de producción	77
5.4 Distribución de las áreas de la planta:.....	82
5.5 Necesidades y requerimiento.....	83
5.6 Plan de producción	84
5.6.1 Pulpa de mora.....	84
5.6.2 Pulpa de maracuyá.....	85
5.6.3 Pulpa de guanábana	86
5.6.4 Pulpa de mango	87
5.7 Costos de producción	89
5.8 Infraestructura.....	93
5.9 Conclusiones estudio de operación.....	94
6. Estudio organizacional.....	95
6.1 Estrategia organizacional.....	95
6.1.1 Análisis de DOFA	95
6.1.2 Análisis de FODA	96
6.2 Estructura organizacional	96
6.2.1 Estructura organizacional de la empresa DESPULPADORA S.A.S	98
6.3 Aspectos legales	98
6.3.1 Tramites comerciales.....	98
6.3.2 Tramites tributarios	98
6.3.3 Tramites de funcionamiento.....	99
6.3.4 Tramites de seguridad social	99

6.4 Costos administrativos	99
7. Estudio financiero	100
7.1 Inversiones.....	101
7.1.1 Inversiones fijas.....	101
8. Referencias bibliográficas	140

Lista de tablas

Tabla 1. Producción de frutas en el departamento del Huila año 2015.	27
Tabla 2 . Producción de fruta en el Municipio de Garzón.	28
Tabla 3. Proyección de la población de Garzón	30
Tabla 4 ¿Usted ha consumido pulpa de frutas?	32
Tabla 5. Qué opinión tiene de la consume actualmente.	32
Tabla 6: Donde compra la pulpa de frutas.	33
Tabla 7. Profesión u oficio del encuestado.	35
Tabla 8. En que estrato socioeconómico se encuentra usted.	36
Tabla 9. Frecuencia de compra pulpa de frutas	37
Tabla 10 . Cuánto paga por la pulpa de frutas	38
Tabla 11. Cuál es su nivel de ingreso mensual	39
Tabla 12. Qué factor tiene en cuenta cuando compra la pulpa de fruta.	40
Tabla 13. Sabor que prefiere al consumir pulpa de frutas.	42
Tabla 14 . Otros sabores en la pulpa de frutas	43
Tabla 15. Aceptación de nueva empresa que ofrece pulpa de frutas.	44
Tabla 16. Medida en que compraría la pulpa de fruta.	44
Tabla 17 . Preferencia en el empaque de la pulpa de fruta	45
Tabla 18. Proyección de la población que consume	47
Tabla 19. Proyección de la demanda del producto	49
Tabla 20. Demanda estimada del producto	50
Tabla 21. Proyección de la demanda	51
Tabla 22. Demanda potencial del producto	51
Tabla 23. Frutas de mayor preferencia por el consumidor	52
Tabla 24. Oferta de pulpa de fruta	52
Tabla 25. Proyección de oferta y demanda	53
Tabla 26. Estimación Mercado potencial	53
Tabla 27. Productores artesanales	54
Tabla 28. Empresas competidoras locales	55

Tabla 29. Factores de análisis de la competencia	55
Tabla 30. Análisis de precio de venta de la competencia y segmento del mercado	56
Tabla 31 Análisis competitivo de precios. Pulpa de Maracuyá.....	63
Tabla 32. Relación de precios y descuentos por volumen de ventas.....	63
Tabla 33. Fijación de precios para la pulpa de mora	64
Tabla 34. Fijación de precios para la pulpa de Maracuyá.	64
Tabla 35. Fijación de precios para la pulpa de Guanábana	65
Tabla 36. Fijación de precio para la pulpa de mango	65
Tabla 37. Presupuesto de comunicaciones	67
Tabla 38. Costo de inversión inicial en las estrategias definidas anual.....	68
Tabla 39. Proyección de unidades a vender.....	68
Tabla 40. Proyección de venta en los primeros cinco años	69
Tabla 41 .Plan de producción: Pulpa de Mora por mes (Kg): Año 2017	84
Tabla 42. Plan de producción. Pulpa de Mora por trimestre (Kg): Año 2017	85
Tabla 43. Plan de producción. Pulpa de Mora por semestre (Kg): Año 2017	85
Tabla 44. Plan de producción. Pulpa de Maracuyá por mes (Kg)	85
Tabla 45. Plan de producción. Pulpa de Maracuyá por trimestre (Kg)	86
Tabla 46. Plan de producción. Pulpa de Maracuyá por semestre. Año 2017	86
Tabla 47. Plan de producción. Pulpa de Guanábana por mes (Kg).	86
Tabla 48. .Plan de producción. Pulpa de Guanábana por trimestre	87
Tabla 49 Plan de producción. Pulpa de Guanábana por semestre: año 2017	87
Tabla 50. Plan de producción. Pulpa de Mango por mes (Kg).	87
Tabla 51. Plan de producción. Pulpa de Mango por trimestre.....	87
Tabla 52. Plan de producción. Pulpa de Mango por semestre: año 2017.....	88
Tabla 53. Proyección de unidades a producir	88
Tabla 54 .Costos unitarios de producción.....	89
Tabla 55. Consumo por unidad del producto. Fruta de Mora. Año 1	89
Tabla 56. Consumo por unidad de producto, Fruta de Maracuyá año 1	90
Tabla 57. Consumo por unidad de producto, Fruta guanábana año 1	90
Tabla 58. Consumo por unidad de producto, Fruta mango año 1.....	90
Tabla 59. Consumo por unidad de producto año 2. Se establece un incremento del 4% 91	

Tabla 60. Consumo por unidad de producto año 3. Se establece un incremento del 4%	91
Tabla 61. Consumo por unidad de producto año 4. Se establece un incremento del 4%	91
Tabla 62. Consumo por unidad de producto año 5. Se establece un incremento del 4%	92
Tabla 63. Capacidad mano de obra.....	92
Tabla 64 .Costo mano de obra por unidad de producto	92
Tabla 65. Capacidad mano de obra por unidad de producto	93
Tabla 66. Costos de inversión.....	93
Tabla 67. Análisis DOFA	95
Tabla 68. Análisis FODA	96
Tabla 69.Presupuesto de la nómina Año1.	99
Tabla 70. Gastos administrativos.....	100
Tabla 71. Listado de inversiones en mueble, maquinas, herramienta y equipos de producción.....	101
Tabla 72 . Inversión de Mobiliario y decoración.....	102
Tabla 73. Inversión en muebles y equipos de oficina – administración.....	103
Tabla 74. Vida útil estimada de 10 años para equipos varios de oficina.....	104
Tabla 75. Vida útil estimada en 10 años de Envasadora selladora, muebles y enseres, canastilla para embalaje.	105
Tabla 76. Activos administrativos. Vida útil estimada en 5 años de computador e impresora.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 77. Vida útil en 10 años de sumadoras y telefax	106
Tabla 78. Activo de distribución	106
Tabla 79. Activo de distribución	107
Tabla 80. Inversión en activos intangibles.	107
Tabla 81. Programa de inversión fija del proyecto.....	108
Tabla 82. Amortización de gastos diferidos	109
Tabla 83. Amortización a gastos diferidos	109
Tabla 84. Amortización a intereses de implementación.	109
Tabla 85. Programa de inversión fija del proyecto.....	109
Tabla 86. Costos de mano de obra: Mano de obra directa.....	111
Tabla 87. Costos de mano de obra: Administrativos	111

Tabla 88. Costos de materia prima y servicios de producción	113
Tabla 89. Presupuestos de gastos de administración	114
Tabla 90. Otros gastos administrativos y gastos de venta	114
Tabla 91. Programa de costos operacionales	115
Tabla 92. Presupuestos de gastos de venta.	115
Tabla 93. Programa de ingresos.....	115
Tabla 94. Presupuesto por venta de productos	116
Tabla 95. Presupuesto de ingresos por venta de productos: Pulpa de maracuyá.....	116
Tabla 96. Presupuesto de ingresos por venta de productos: pulpa de guanábana	116
Tabla 97. Presupuesto de ingresos por venta de productos: pulpa de mango.....	117
Tabla 98. Ingresos y costos.....	117
Tabla 99. Inversión en capital de trabajo.....	117
Tabla 100. Punto de equilibrio.....	118
Tabla 101. Valor residual al finalizar el periodo de evaluación	119
Tabla 102. Programa de inversiones.....	119
Tabla 103. Flujo neto sin financiamiento a través de créditos	120
Tabla 104. Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento	120
Tabla 105. . Flujo neto de operación	121
Tabla 106. Programa de inversiones del proyecto con financiamiento	122
Tabla 107. Flujo neto de inversiones para el proyecto con financiamiento	122
Tabla 108. Programa de amortización del crédito	123
Tabla 109. Flujo neto de operación	123
Tabla 110. Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento	124
Tabla 111. Flujo neto de inversiones para el inversionista.....	124
Tabla 112. Flujo neto de operación	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 113. Flujo de fondos para el inversionista.....	126
Tabla 114. Flujo financiero neto del proyecto para el inversionista.....	127
Tabla 115. Balance general inicial.....	128
Tabla 116. Estado de resultados	128
Tabla 117. V. P. N sin financiamiento.....	129
Tabla 118. V. P. N con financiamiento	130

Tabla 119. V. P. N para inversionista.....	131
Tabla 120 T I R Sin financiamiento	132
Tabla 121. . T I R con financiamiento	133
Tabla 122. Para inversionista.....	136
Tabla 123. Resumen análisis de sensibilidad	¡Error! Marcador no definido.

Lista de figuras

Figura 1. Logo del producto	57
Figura 2. Proceso de producción para la obtención de la pulpa de fruta.	78
Figura 3. Proceso de producción para la obtención de la pulpa de MANGO.	79
Figura 4. Diagrama para obtener la pulpa de Maracuyá.....	80
Figura 5. Diagrama para obtener la pulpa de Guanábana y Mora	81
Figura 6. Flujo grama de elaboración de pulpa de fruta	82
Figura 7. Distribución de planta	83
Figura 8. Organigrama de la empresa Despulpadora S.A.S.	98

Lista de graficas

Gráfica 1. ¿Usted ha consumido pulpa de frutas?	32
Gráfica 2. Qué opinión tiene de la que consume actualmente.....	33
Gráfica 3. ¿Dónde compra la pulpa de frutas?	34
Gráfica 4. Profesión u oficio del encuestado.	35
Gráfica 5. ¿En qué estrato socioeconómico se encuentra usted?.....	36
Gráfica 6. ¿Frecuencia de compra de pulpa de fruta?	37
Gráfica 7. ¿Cuánto paga por la pulpa de frutas?.....	38
Gráfica 8 ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?	39
Gráfica 9. ¿Qué factor tiene en cuenta cuando compra la pulpa de fruta?	41
.Gráfica 10 ¿Qué sabor prefiere al consumir pulpa de frutas?.....	43
Gráfica 11. Otros sabores en la pulpa de frutas	43
Gráfica 12. Aceptación de nueva empresa que ofrece pulpa de frutas.	44
Gráfica 13. Preferencia al comprar la pulpa de fruta.....	45
Gráfica 14. Preferencia en el empaque de la pulpa de fruta	46

Lista de anexos

9.1 Anexo 1.....	142
9.2 Anexo 2.....	144
9.3 Anexo 3.....	145
9.4 Anexo 4.....	146
9.5 Anexo 5.....	148
9.6 Anexo 6.....	151
9.7 Anexo 7.....	153

Resumen

Ante la perspectiva de diseñar nuevas empresas en el departamento del Huila a partir del gran recurso natural como es el cultivo de frutas en la región, se plantea el estudio de despulpado y comercialización de frutas como: la Mora, el Mango, la Guanábana, y el Maracuyá, Existe un mercado de consumo de productos naturales y las frutas son una parte importante del mismo, de allí la necesidad de consolidar una industria que aproveche esta coyuntura en lo que concierne a la diversidad y volumen de producción de frutas en el municipio de Garzón.

El mercado objetivo del estudio, está dado tanto en primer término en el sector urbano del Garzón, porque los consumidores son muy proclives a comprar productos que tengan origen natural. Para la definir la viabilidad del estudio, se efectuó una investigación en la cual se practicó una encuesta a los consumidores, fueron 199 encuestas que se practicaron. El instrumento arrojó resultados como los siguientes: el 87% está de acuerdo con tener una empresa de la región haga el despulpe de frutas y la comercialice, que la pulpa a degustar sería la que tiene como base: Mora, Maracuyá, Guanábana y Mango. Igualmente prefieren una cantidad de 600 gramos y en recipiente de bolsa plástica. Esto son solo algunos hallazgos encontrados en el estudio, lo cual favorece la creación de este tipo de industrias.

Se puede concluir que al poner en marcha una empresa que efectúe el despulpado y la comercialización de este producto, es una solución que tiene vigencia tanto para los agricultores de la región, como para los consumidores del municipio de Garzón. En el mediano y largo plazo para toda la región, porque un producto de tanta aceptación puede ser consumido en el resto del departamento.

Palabras claves: Producto, Fruta, Despulpadora, Comercialización, Calidad, Estudio.

Abstract

Given the perspective of designing new companies in the state of Huila, based on the great natural resource such as fruit cultivation in the region, the study of pulping and marketing of fruits such as Mora, Mango, Guanábana, and the Maracuyá, There is a market for consumption of natural products and fruits of an important part of it, the need to consolidate an industry that takes advantage of this harvest in regard to the diversity and volume of fruit production in the municipality Garzón.

The objective market of the study is given both in the first place in the urban sector Garzón, because consumers are very likely to buy products that have a natural origin. To determine the feasibility of the study, an investigation was carried out in which a consumer survey was carried out, 199 surveys were carried out. The instrument yield results as follows: 87% agree with a company in the region to dispose of the fruits and commercialize, that the pulp has a solid base: Mora, Maracuyá, Guanabana and Mora. Likewise they prefer an amount of 600 grams and the container of the plastic bag. This is only for the findings found in the study, which favors the creation of this type of industries.

He can conclude that starting a company that makes the despised and the commercialization of this product, is a solution that is valid both for farmers in the region, and for consumers in the municipality of Garzón. In the medium and long term for the whole region, because a product of such acceptance can be consumed in the rest of the department.

Key words: Product, Fruit, Pulp, Marketing, Quality, Study.

Introducción

Cuando se determinó efectuar un estudio, con el cual se diera vía libre la constitución de una empresa en el Municipio de Garzón, las autoras se hicieron la pregunta: ¿Qué empresa sería la mejor para establecer? Se llegó a la conclusión que el sector de las frutas era muy promisorio desde el punto de vista del despulpado y la comercialización del producto. Garzón es un región, que se distingue por ser gran cultivador de fruta y no de una sola variedad, su espectro es grande y esto hace que sea una oportunidad de crear una entidad que desarrolle estos objetivos empresariales.

Por qué se realiza este estudio, se puede orientar a que haya un aprovechamiento de los productos naturales y sobre todo los cambios de ingesta de alimentos nutricionales por parte de la población hacen viable el ingreso de esta empresa en el medio.

En lo que respecta a los antecedentes, se puede evidenciar lo siguiente: empresas como tal debidamente constituidas y con criterio empresarial no existen en el momento, solo hay productores artesanales que obtiene la pulpa de fruta de una solo fruta una o dos veces por mes. De otra parte, existe en el Municipio de Palestina–Departamento del Huila, una entidad que efectúa tanto el despulpe como su comercialización, pero la misma se dirige a otras zonas del país, esta es una organización de tipo cooperativo.

El estudio, se desarrolló en la parte urbana del municipio de Garzón, dentro de los principales hallazgos se encontraron los siguientes: el 87% está de acuerdo con tener una empresa de la región haga el despulpe de frutas y la comercialice, que la pulpa a degustar sería la que tiene como base: Mora, Maracuyá, Guanábana y Mango. Se estableció que el 72% de los encuestados han consumido pulpa de fruta, por lo tanto el producto no es desconocido, que el 34% consumen pulpa de fruta tanto en forma diaria como cada tres días.

En la tarea de establecer objetivos que tendría el estudio en primer lugar un estudio de mercado en el cual se desarrolle la investigación como tal, plantear las estrategias de mercado, la definición de lo que es el producto, la proyección de ventas hacia cinco años, entre otra información.

Además se elaboró un Estudio Técnico, donde se definió: la localización, el tamaño de la planta productora, el proceso de producción, las máquinas y equipos que se requieren para la implementación del mismo.

Se precisó el Estudio Financiero, en el cual se instauró: las inversiones requeridas, los costos de producción, costos de administración, el hallazgo de la TIR y el VPN para determinar su viabilidad financiera. De otra parte, se establece la estructura organizacional y los aspectos legales para la constitución de la empresa.

Igualmente, se determinó el Impacto del estudio en lo concerniente al punto de vista: económico, social, regional y ambiental no solo para Garzón como el municipio eje del mismo sino para los sectores circunvecinos como: Agrado, Pital, Tarquí, Altamira, Guadalupe, Suaza y Acevedo. En lo referente a los capítulos del estudio este se divide en los siguientes:

En primer lugar se establecen las partes generales del documento, donde se ubican: los objetivos, los antecedentes y la justificación del mismo.

En segundo lugar se encuentra el denominado Estudio de Mercado, en el cual se efectúa una investigación del producto, se definen el segmento del mercado, las estrategias de producto, promoción, publicidad, aprovisionamiento, análisis de mercado y proyección de ventas del producto. Igualmente, se presenta el instrumento aplicado con el análisis de las pregunta efectuadas al consumidor.

En tercer lugar se establece el Estudio de Operación, donde se ubica el estado de desarrollo, el proceso de producción, la distribución de planta, plan de producción. Posteriormente se establece el Estudio Organizacional, donde se definen la estructura organizacional de la entidad. Luego se determina el Estudio Financiero, mediante el uso de simulador suministrado por la universidad. Igualmente, se estipula el impacto que generara el estudio que se presenta. Tanto de carácter económico, social y ambiental. Por último se concluye lo que significa el estudio para la población de Garzón y la economía en general.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Realizar un estudio para la creación de una empresa despulpadora y comercializadora de frutas, en el municipio de Garzón, Departamento del Huila.

1.2 Objetivos Específicos

- Efectuar un estudio de mercados en el cual se incluyan los siguientes temas: investigación de mercados, análisis del sector, análisis de mercado, análisis de la competencia, estrategias de mercadeo, proyección de ventas.
- Elaborar un estudio técnico que permita, definir la ficha del producto, el estado de desarrollo, la descripción del proceso productivo, las necesidades y requerimientos, el plan y los costos de producción y la infraestructura necesaria para la operatividad de la empresa.
- Proponer la estructura organizacional y los aspectos legales para la constitución de la empresa.
- Adelantar el Estudio Financiero del plan y así determinar: proyecciones de ventas, inversiones fijas, inversiones diferidas, costos administrativos anuales, costos de operación, capital de trabajo, VPN, T.I.R, inversiones requeridas, costos de producción, venta y administración, para determinar la viabilidad del proyecto.
- Determinar el impacto económico, social, y ambiental que tendrá el proyecto.

2. Antecedentes

En el departamento del Huila se pueden evidenciar, algunos casos de transformación de frutas para la obtención de pulpas entre otros, en los municipios de Palestina, Garzón y Altamira. En lo que se refiere a la industria despulpadora en el departamento del Huila, se puede afirmar que la misma ha tenido en los últimos tiempos auge, esto debido a las siguientes circunstancias: el hecho que las nuevas empresas quieran hacer uso de la ventaja de obtener a partir del recurso natural como es la producción de frutas, las pulpas de las mismas para luego entrar a comercializarla no solo a nivel Huila sino en todo el país.

Como consecuencia de lo anterior, existen constituidas empresas que tienen como punto de referencia el obtener pulpa de fruta, pero esta producción se exporta a otras regiones de Colombia y a otros países. La que se destaca es la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PULPA DE FRUTA DE PAETINA (ASOPROPULPA), ellos producen fruta con lo cual puede ser un proveedor para la empresa. También es una entidad que elabora pulpa pero la misma es exportada a otras regiones de Colombia.

De otra parte se encuentra una planta de DESPULPADORA DE GUAYABA, ubicada en el Municipio de La Plata, aproximadamente tres años, la cual poco a poco sea venido consolidando, en el último tiempo. Otra entidad que existe en la actualidad, es la denominada PULPA SANTA MONICA que se sitúa en el municipio de Altamira. La misma tiene poco tiempo de estar laborando, su mercado es el municipio mencionado.

Igualmente se evidencian la presencia de productores de frutas y verdura de fruta como son:

- Asociación de productores de fruta del Llano de la Virgen en Altamira-Huila.
- Asociación de productores y frutas y verduras, Vereda El Recreo Pital – Huila.
- Asociación de Productores de Frutas y Verduras de Garzón – Huila.

Estas asociaciones velan por bienestar de los cultivadores de fruta de la región, dando soporte técnico y respaldo para llegar a nuevos mercados sobre todo de la región. Se puede concluir una vez analizado el mercado actual de la pulpa de fruta, que la misma se presenta en forma artesanal, como una familiar de producción, la cual se destaca por los siguientes factores:

- La producción de pulpa de fruta se ve definida por el cultivo de fruta que exista en el momento.

- La producción de la misma se efectúa en forma artesanal, solo para lograr un ingreso de dinero extra para el campesino.
- Se vende la fruta que exista en inventario, no hay más producción hasta que se realice más recolección de la misma.
- No existe un control de calidad juicioso y constante en la fruta que se utiliza, tampoco en la obtención de la pulpa.
- El mercado de la pulpa de fruta se caracteriza por la informalidad tanto de distribución como de conquistar un mercado en su totalidad.
- La producción de pulpa de fruta se refiere a un solo producto, no hay variedad en sabor.
- El gramaje de la pulpa se puede decir que oscila entre: 100 y hasta 150 gramos por unidad.

3. Justificación

El propósito del presente trabajo fue realizar un estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de fruta de clima templado en el Municipio de Garzón- Departamento del Huila. Esto significa, que la empresa tiene la posibilidad de aprovechar la oferta de frutas que se evidencia en la región mencionada, como son: maracuyá, guanábana, mango, mora, entre otros. Con esta nueva empresa no solo se constituye un dinamizador de los productores de fruta de la región, sino que también sirve para otorgar empleo tanto directo como indirecto a la población.

Para las autoras del proyecto se convierte en una excelente oportunidad de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la etapa formativa, con especial énfasis en el componente de emprendimiento, como eje articulador de uno de los principios de la UNAD, para la generación de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades.

La puesta en marcha de esta empresa, significa la obtención de pulpa de fruta ante la diversidad de cultivo de frutas en el Municipio de Garzón y que el consumo de jugo es reconocido por la población actual, como un alimento sano y que ayuda a quitar la sed. La investigación que se expone, tiene como punto de partida, la aplicación de los módulos de: Mercado, Operacional y organizacional, Finanzas e Impacto, con lo cual se encuentran respuestas a situaciones de carácter empresarial, que surgen cuando se desarrolla una nueva propuesta de tipo institucional, como es el presente caso. Por lo tanto, los resultados encontrados una vez aplicados los módulos respectivos, nos permitirán definir como se concretara la empresa, bajo los conceptos precisados en el protocolo respectivo.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se utilizaron varias técnicas de investigación como son la encuesta, la cual se aplicaron a los consumidores del Municipio de Garzón. Este instrumento busca estudiar variables como: los sabores de las pulpas de frutas que más se consumen, el precio de las mismas, su presentación es decir el gramaje del producto, cada cuanto se consumen la pulpa y en qué lugar se compran. Estos son solo algunos aspectos de la información, que se necesitan para desarrollar los diferentes módulos que la UNAD, tiene para establecer nuevas propuestas empresariales.

De esta forma, los resultados de la investigación, se apoyan en la aplicación de técnicas de investigación que son válidas en el medio empresarial actual de Colombia y el departamento

del Huila, como son: el instrumento (encuesta) y los estudios realizados anteriormente sobre el tema de investigación, desarrollados a nivel departamental o nacional por entidades como universidades y sectores gremiales.

De acuerdo con los objetivos de investigación, el resultado de la misma permite encontrar una solución concreta y real en lo que respecta a establecer una empresa, que compre la fruta, la despulpe y la comercialice, no solo en el Municipio de Garzón sino que puede llegar a otros municipios como: El Agrado, Suaza, La Plata. De otra parte, significa que se pueda suplir una necesidad de los consumidores, porque hoy la población reclama productos de constitución natural en su dieta alimenticia normal y encontrar bebidas enriquecidas con fibra, potasio y vitaminas.

Una variable que es necesario tener en cuenta, es el componente innovador de la misma. Se puede decir, que al instaurar este tipo de soluciones empresariales, involucra entre otras cosas el generar un valor extra al cultivo de frutas, porque ello significa algo más que recoger la fruta en sí. Al lograr el aprovechamiento de la pulpa, se está incursionando en un proyecto agroindustrial, lo que se traduce en aprovechar en su totalidad la fruta y con ello se puede llegar a un mayor mercado, los jugos pueden ser consumidos por toda persona sin importar sexo, edad o estrato social.

El proyecto se puede configurar bajo la figura de la cadena productiva frutícola que en el Departamento del Huila, establece para las frutas: Granadilla, Maracuyá, Cholupa, Mora, Lulo, Uva y Tomate de árbol, tienen gran acogida tanto por los agricultores como por los consumidores, sobre todo si se elabora un jugo de calidad y que es beneficioso por ser un alimento altamente nutricional. El proyecto se determina bajo la línea de investigación: Cadenas Productivas Agroindustriales, que tiene definida la Universidad Abierta a Distancia (UNAD). Esta línea se creó en el 2012, y tiene entre las Sublíneas de Investigación: Tecnificación de Procesos y Desarrollo Económico Regional, el cual se considera aplicado al tema de investigación.

4. Estudio de Mercados

Al desarrollar el estudio de mercado, se evidencia bajo los siguientes aspectos: la investigación de mercado, las estrategias de mercadeo y las proyecciones de ventas, relacionadas con la producción y comercialización de frutas de clima templado en el Municipio de Garzón-Huila.

4.1 Investigación de mercado

Para efectuar la investigación de mercados se determinó inicialmente el uso de fuentes secundarias: estudios de otros proyectos en diferentes municipios del Huila y Colombia, complementadas con las fuentes primarias. Esto lleva a recolectar y analizar la información pertinente que se encuentra en las fuentes tanto primarias como secundarias. **Las fuentes secundarias** utilizadas fueron: análisis de mercado de frutas efectuados por instituciones de orden gremial, estadísticas de población emitidas por el DANE, estudios de elaboración de productos alimenticios a nivel nacional, estudios sobre las cadenas productivas del Huila. De otro lado, las **fuentes primarias** se refieren al instrumento que se aplicó a los habitantes del Municipio de Garzón para tener información sobre los siguientes aspectos:

- Consume pulpa de frutas
- Qué sabor de pulpa
- En qué lugar la compra
- Cada cuánto compra la pulpa
- Cuánto paga por la pulpa
- Tiene algún conocimiento de donde se elabora la pulpa
- Ha escuchado algún tipo de publicidad sobre la pulpa
- Tiene conocimiento de promoción de pulpa en el Municipio de Garzón.

4.1.1 Análisis del sector

La actividad de procesamiento y conservación de frutas hace parte del sector de la industria manufacturera colombiana y se caracteriza por poseer encadenamientos hacia atrás con los productores de fruta y hacia adelante con la comercialización tanto nacional como internacional. En cuanto a la producción, las cifras indican que dadas las condiciones de demanda interna y externa no sea tan alta como el año 2016. Sus perspectivas para el año 2017 son halagadoras puesto que su sector conexo, el agrícola, reivindicó su crecimiento en el segundo

trimestre del año 2016, además de aprovechar aún más el nivel de exportaciones dados los actuales pactos comerciales que fueron firmados por el gobierno.

Los encadenamientos hacía arriba del sector de procesamiento y conservación de frutas se encuentran con el sector agrícola, el cual participa como el principal proveedor de materia prima con la producción de frutas. Posteriormente ingresa esta materia prima al sector de procesamiento y conservación en el que se hace su respectiva transformación que da como resultado la elaboración y conservación de pulpa de frutas, que se puede destinar a la producción de jugos naturales de frutas, de helados, de compotas y mermeladas, jaleas, los cuales al ser empacados ingresan al círculo del comercio, bien sea al comercio minorista con la distribución tienda a tienda o al comercio mayorista de grandes almacenes de cadena o comercializadores internacionales.

Una característica de este sector es que logra incluirle valor agregado a la fruta en la cosecha con el procesamiento de la pulpa, para su posterior comercialización en los mercados nacional e internacional, lo que garantizará al consumidor final la disponibilidad en el mercado de nuevos productos, innovadores en sabores y aromas y la seguridad del manejo con buenas prácticas de manufactura, gracias a que su empaque permite incrementar la estabilidad del sabor de la fruta u hortaliza. Este sector también responde a la creciente necesidad alimentaria internacional.

En lo que respecta al desempeño del sector de procesamiento y conservación de frutas, a pesar de que su actividad se inscribe en la en la rama industria manufacturera sus resultados son distintos. En lo corrido de los últimos cuatro trimestres de 2016, la industria colombiana no atraviesa por un buen momento en parte por un deterioro en su producción y la entrada de productos externos y una contracción en la demanda internacional.

“El Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva Frutícola, priorizó siete frutas sobre las que se debe realizar el trabajo en el Departamento del Huila y ellas son: Granadilla, Maracuyá, Cholupa, Mora, Lulo, Uva y Tomate de árbol, de las cuales ninguna de ellas tenía Organización de Cadena, aprobada por el Ministerio de Agricultura, donde se trazan las políticas nacionales para el fortalecimiento de las Cadenas Productivas.

El Huila, es el departamento del país líder en la producción de frutas, al punto que es el principal abastecedor del lulo que se comercializa en las principales centrales de abastos del país.

De la misma manera se destaca el aumento de la oferta de lulo, mora de castilla, el tomate de árbol, badea y de maracuyá como consecuencia al inicio de la cosecha de los cultivos ubicados en Algeciras, Tello, Gigante, Garzón, Rivera, Neiva y Campoalegre. Se registró también un mayor ingreso de piña manzana, gold y perolera procedente de Alpujarra –Tolima-, Lebrija –Santander- y Dagua –Valle.

Es importante mencionar que en el Municipio de Garzón no existe una planta activa para el procesamiento de pulpa de fruta. Los diferentes mayoristas de la zona compran la fruta y ellos mismos realizan el proceso del despulpado. Por lo tanto, se puede afirmar que el presente proyecto, tiene acogida hacia el futuro y se puede llegar a conformar como una unidad productiva que se sustentan en la producción de frutas en un marco agroindustrial.

El mercado potencial al cual se inscribe el proyecto, implica en primer lugar el crecimiento de la población total, pero también se deben estudiar las variables, que atañen al producto que se está ofreciendo en el mercado. Por ejemplo, se hace vital reconocer la población del Municipio de Garzón donde se sitúa el proyecto. Según el DANE, la ciudad en proyección para el año 2016, cuenta con una población de 90.187 habitantes y en el sector urbano cuenta con 45.353 habitantes. Como el producto que se ofrece es de un alimento y puede ser consumido por toda persona, sin tener ninguna limitación en cuanto a ingreso económico, estrato social, o cambios de gustos al consumir alimentos.

Tabla 1. Producción de frutas en el departamento del Huila año 2015.

Fruta	Producción en toneladas
Badea	118
Cítricos	1.145
Guayaba, manzana y pera	55,8
Lulo	1.982
Mora	604,5
Papaya	221,0
Piña	1.438 (primer productor)
Pitahaya	58,0
Uva	265,0

Fuente: Oficina de planeación departamental. Cifras del año 2015

4.1.1.1 Municipio de Garzón.

Según cifras consolidadas emitidas en el Anuario Estadístico Agropecuario, El municipio de Garzón, tiene la siguiente producción de frutas:

Tabla 2 . Producción de fruta en el Municipio de Garzón.

Fruta	Producción (Toneladas)
Aguacate	272,00
Badea	105,00
Cítricos	1.082,5
Granadilla	3.150
Lulo	1.952
Mango	110,5
Mora	604,5
Papaya	221,0
Piña	1.336,5
Pitahaya	55,0
Uva	260,0

Fuente: Anuario Estadístico Agropecuario. Año: 2014. Oficina de Planeación Departamental.
Departamento del Huila.

Aunque en esta información, solo presenta estas cifras de toneladas producidas en el Municipio de Garzón, lo cierto del caso es que en el municipio existe mayor variedad de producción de frutas, las cuales se comercializan en las centrales de abasto de; Cali, Bogotá D.C., Medellín y Neiva. Pero también, se hace presente que otras frutas se mercadean en Garzón, Altamira, Suaza y La Plata.

Cuando se habla de la producción de pulpa de frutas en el Municipio de Garzón, se tiene que la misma se encuentra soportada por personas que la elaboran en forma artesanal, la expenden en la Plaza de Mercado de Garzón, la elaboración de este producto lo hacen en su viviendas que se encuentran en los siguientes sitios: Municipio del Agrado, Municipio de Suaza, Vereda Majo y la Inspección de La Jagua.

La producción como se afirma es de índole artesanal y tiene el siguiente proceso:

- Se efectúa la recolección de la fruta
- Se le quita la cascara
- Se obtiene la pulpa
- Se envasa
- Se almacena
- Es enviado al centro de consumo: la galería de Garzón.

4.1.1.2 Tecnología en el procesamiento de frutas.

En lo que respecta, a la comercialización de frutas o sus derivados ya sea en forma congelada o líquida, la misma ha venido aumentando en forma progresiva a nivel mundial y por causa del ritmo acelerado de vida, se hace necesario adquirir alimentos de fácil preparación, se tiene definido, que los consumidores, desean productos con los cuales, el tiempo de elaboración sea breve y que no haya desperdicio del mismo.

Por lo tanto, cuando se habla de procesamiento en las frutas, se requiere de pasos como: recepción, lavado, clasificación y selección. La tecnología que se aplica actualmente permite afirmar que se busca lograr un producto sano, con todo sus nutrientes y con el cual no hay desperdicio alguno sea cualquiera su forma de presentación. Igualmente, a la par del aumento de consumidores de frutas, se hecho evidente que las tecnología puesta a su consideración, tiene que ser capaz de ofrecer calidad en la labor y con ello que los productos resultantes, estén dentro de la normas sanitarias que el estado solicita para esta clase de industria. Por ejemplo, en Colombia se requiere del permiso otorgado por la secretaria de salud municipal y la licencia del INVIMA en la realización de esta labor.

Uno de los pasos que tiene la industria de los alimentos y en especial de las frutas, tiene que ver con la selección, en nuestro modelo actual de empresa, la misma se logra por medio de la capacidad humana de saber escoger la fruta requerida. La tendencia de los equipos es: lograr un mayor un proceso de selección de frutas, pero que se encuentren en buen estado, por ello las grandes empresas emplean en la escogencia de las frutas la tecnología de clasificadoras ópticas, que ayudan a minimizar la rotura de frutas enteras y garantiza un manejo máximo suave del producto durante el proceso de clasificación.

La tecnología en lo referente a la manipulación de las frutas, incorpora tres labores combinadas como se afirma por parte de (Food Engineering Magazine, 2015): color, cámaras bicromáticas, InGaAs, y la tecnología PROfile (forma), es capaz de detectar y eliminar el material extraño (FM), tales como hojas, tallo, moho”. Se puede concluir en este aspecto, que la tecnología empleada busca ante todo; el aprovechamiento total de la fruta para lograr mayor número de unidades en este caso de despulpe y dos que sea fruta fresca con la mejor apariencia.

4.1.2 Análisis del mercado

La oferta para el procesamiento de frutas, está directamente relacionada con el desempeño de la actividad agrícola, puesto que este es el principal proveedor de materia prima del sector. En general el sector de procesamiento y conservación se ve influenciado por las temporadas de cultivos de cada fruta, hortaliza o tubérculo; pero aprovecha este factor comprando abundante material en épocas de sobreoferta y gracias a la cadena de frío e infraestructura que se tiene puede conservar parte del producto sin procesar para satisfacer las necesidades de producto futuro y en periodos en los que la oferta de fruta disminuye, los productos como la pulpa, actúan como sustitutos.

El mercado objetivo para el proyecto inicialmente lo conforman todas las familias del sector urbano del municipio de Garzón y los sectores urbanos de municipios como Agrado, Pital, Tarqui, Altamira, Guadalupe, Suaza y Acevedo. Para determinar el número de familias del municipio de Garzón, se consultó las estadísticas del Departamento Nacional de Estadísticas DANE, proyectadas para el año 2017, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3. Proyección de la población de Garzón

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Población total de Garzón	92.18	94.219	96.296	98.383
n total de Garzón	6			
Población del municipio urbana	44.24	45.225	46.222	47.224
n del municipio urbana	9			
Población rural	47.93	48.994	50.074	51.159
n rural	7			

Fuente: Proyección de población DANE. Año 2017.

A partir del total de la población del sector urbano del municipio de Garzón para el año de 2017 de 44.249 habitantes y de acuerdo al promedio de familias que establece el DNP, de cuatro personas por familia, se obtuvo el número para el sector urbano del Municipio de Garzón, así:

$$44.249/4= 11.062 \text{ familias.}$$

Lo anterior indica que existen 11.062 familias en el Municipio de Garzón, como mercado objetivo para el proyecto. Para conocer sobre sus necesidades de consumo de pulpa de frutas, periodicidad de compra y otros aspectos, se procedió a determinar una muestra representativa de la misma, haciendo uso de la fórmula para poblaciones finitas la cual se describe a continuación:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{N e^2 + Z^2 p q}$$

Dónde:

$$Z^2 = \text{Confiabilidad} = 95\% = 1.96$$

$$p = \text{probabilidad de éxito} = 50\% (0,5)$$

$$q = \text{probabilidad de fracaso} = 50\% (0,5)$$

$$N = \text{universo} = 11.062$$

$$e = \text{error relativa al muestreo} = 3\% (0,03)$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 11.062}{(11.062 - 1) 0,03^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$\text{Tamaño de la muestra} = 199$$

Lo anterior permitió establecer las personas (jefes de hogar) de la zona urbana del municipio de Garzón, a quienes se les aplicó la encuesta, del cuestionario (anexo 1). Esta selección se hizo de manera aleatoria.

Una vez aplicado el instrumento se sistematizo y los resultados o se detallan a continuación:

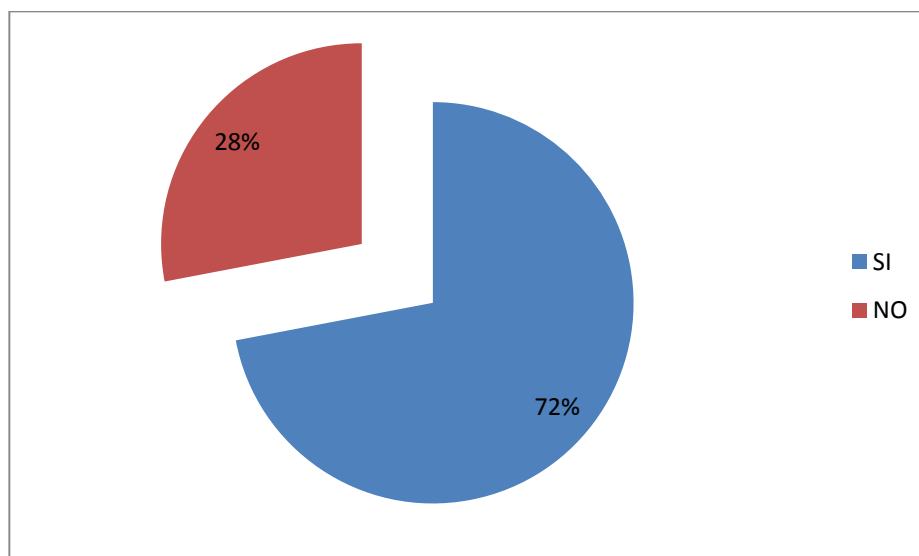
A la pregunta 1. ¿Acostumbra usted, a comprar pulpa de fruta?

El 72% (143) contesto que sí y un 28% (56) que no.

Tabla 4 ¿Usted ha consumido pulpa de frutas?

SI	72%	143
NO	28%	56
TOTAL	100%	199

Fuente. Autoras del proyecto



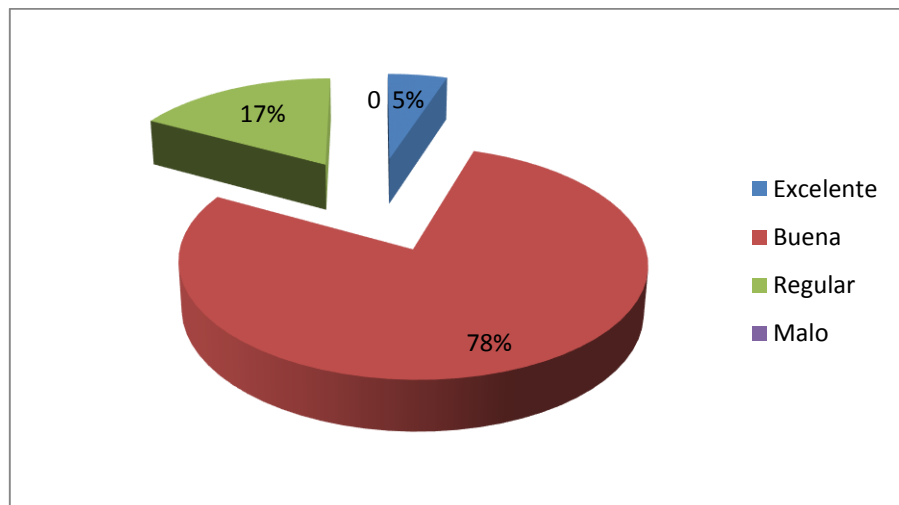
Gráfica 1. ¿Usted ha consumido pulpa de frutas?

Lo anterior indica que un alto porcentaje de la población acostumbra a comprar pulpa de frutas. Situación que favorece la idea de producir y comercializar este producto.

A la pregunta 2. ¿Qué opinión tiene de las que consumo actualmente?

Tabla 5. Qué opinión tiene de la consume actualmente.

Excelente	5%	8
Buena	78%	111
Regular	17%	24
Malo	0	0
TOTAL	100%	143



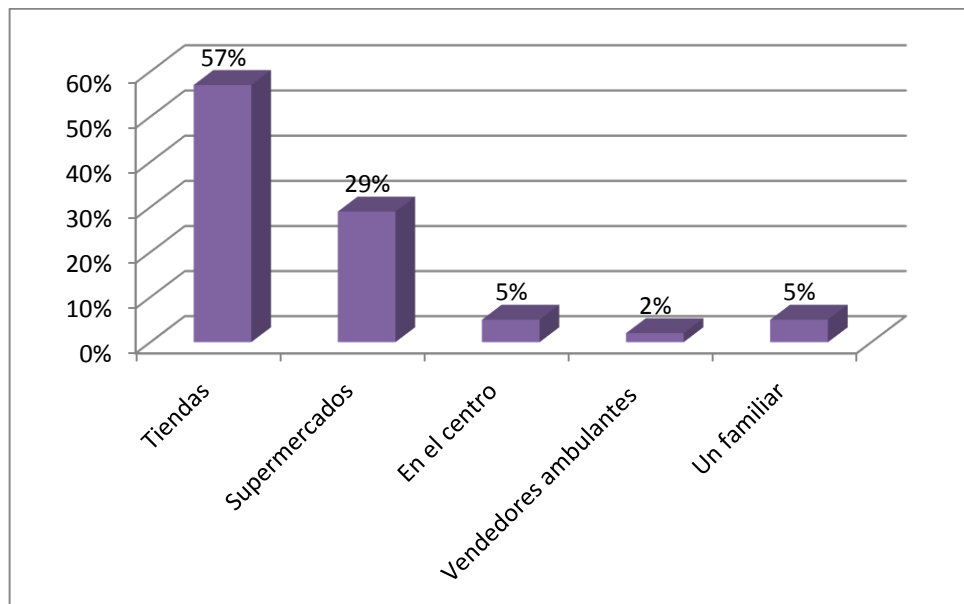
Gráfica 2. Qué opinión tiene de la que consume actualmente

Se analiza lo que piensan las personas que consumen pulpa de frutas en el Municipio de Garzón actualmente, se encontraron los siguientes resultados: el 78% afirmó que buena. El 17% dijo que regular y solo el 5% que excelente. Al analizar con más detenimiento las respuestas de los encuestados, se puede establecer que en este rango los consumidores desean una mejor calidad de la pulpa, en su nivel de conservación y en el sabor de las pulpas que se están en el mercado.

A la pregunta 3. ¿Dónde compra la pulpa de frutas?

Tabla 6: Donde compra la pulpa de frutas.

		57	
Tiendas	%	82	
Supermercado		29	
s	%	42	
En el centro	5%	8	
Vendedores			
ambulantes	2%	3	
Un familiar	5%	8	
		10	14
TOTAL	0%	9	



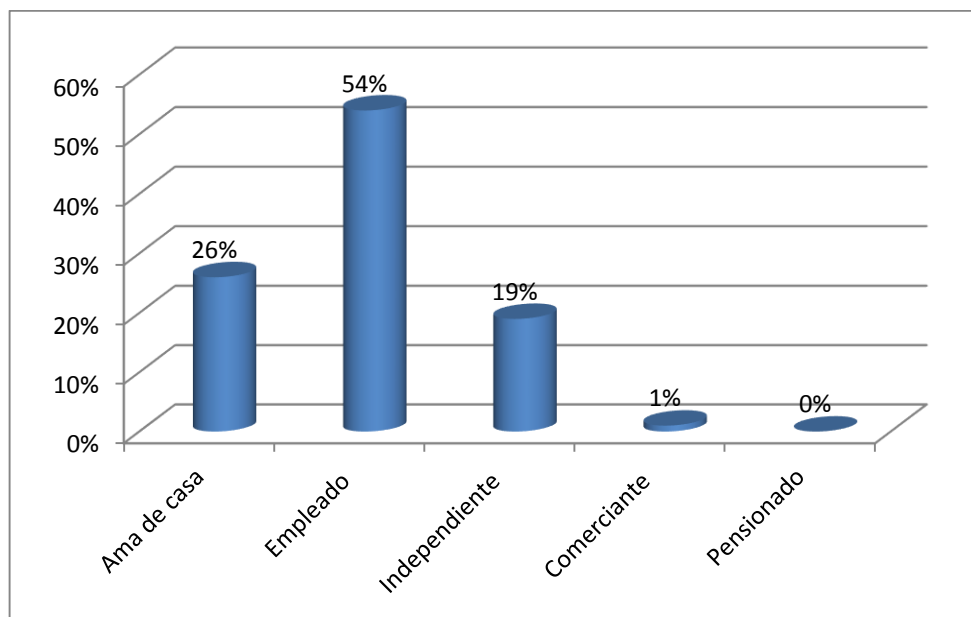
Gráfica 3. ¿Dónde compra la pulpa de frutas?

Respecto a reconocer el lugar donde los consumidores compran la pulpa de frutas, se tiene que el 57% afirmó que en tiendas del municipio y el 29% en supermercados, Las demás opciones registraron poca votación. Se puede afirmar que el sitio preferido para la compra de la pulpas son las tiendas por un ser un lugar de tradición para los consumidores, con ello la empresa escoge el lugar de comercialización que tendrá su producto.

A la pregunta 4. Puede indicar ¿cuál es su actividad u oficio?

Tabla 7. Profesión u oficio del encuestado.

Ama de casa	26	
	%	37
	54	
Empleado	%	78
Independiente	19	
	%	27
Comerciante	1%	1
Pensionado	0%	0
	100	
TOTAL	%	143



Gráfica 4. Profesión u oficio del encuestado.

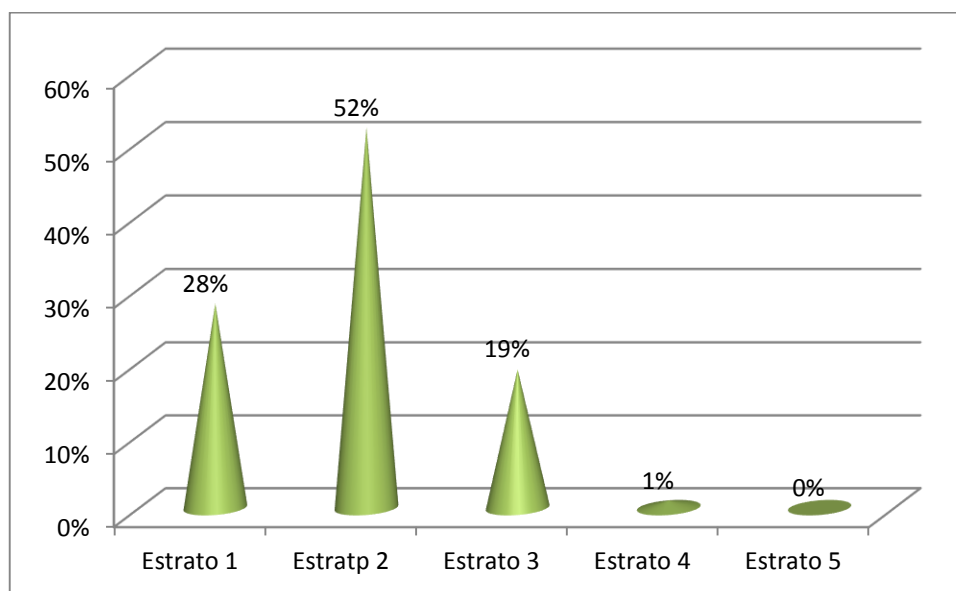
Dentro de los encuestados se registró que el 54% eran empleados, el 26% ama de casa y el 19% era un trabajador independiente. Lo que muestra que siempre hubo diferencias en cuanto

a la profesión u oficio de los encuestados, es una muestra amplia en este sentido y que es definitiva para inferir las políticas que debe ser la empresa en el futuro.

A la pregunta 5. A que estrato socioeconómico corresponde usted?

Tabla 8. En que estrato socioeconómico se encuentra usted.

		28
Estrato 1	%	40
		52
Estrato 2	%	74
		19
Estrato 3	%	28
Estrato 4	1%	1
Estrato 5	0%	0
TO		100
TAL	%	143



Gráfica 5. ¿En qué estrato socioeconómico se encuentra usted?

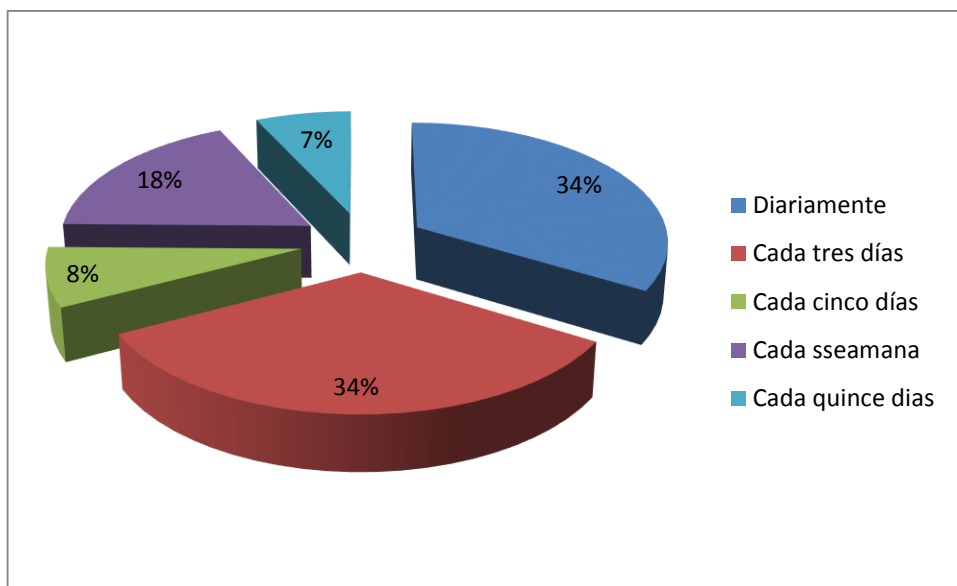
Según lo encontrado en la encuesta; el 52% de los mismos son de estrato 2, el 28% pertenecen al estrato 1 y el 19% pertenecen al estrato 3. Las personas encuestadas pertenecen en

un alto porcentaje al estrato 2 y por lo tanto muestran la capacidad económica de comprar el producto que se les ofrece por parte de la empresa, porque el mismo no es costoso.

A la pregunta 6. ¿Cada cuánto compra pulpa de frutas?

Tabla 9. Frecuencia de compra pulpa de frutas

<i>Diariamente</i>	<i>34%</i>	<i>48</i>
<hr/>		
<i>Cada tres días</i>	<i>34%</i>	<i>48</i>
<hr/>		
<i>Cada cinco días</i>	<i>8%</i>	<i>11</i>
<hr/>		
<i>Cada semana</i>	<i>18%</i>	<i>26</i>
<hr/>		
<i>Cada quince días</i>	<i>7%</i>	<i>10</i>
<hr/>		
	<i>100</i>	
<i>TOTAL</i>	<i>%</i>	<i>143</i>



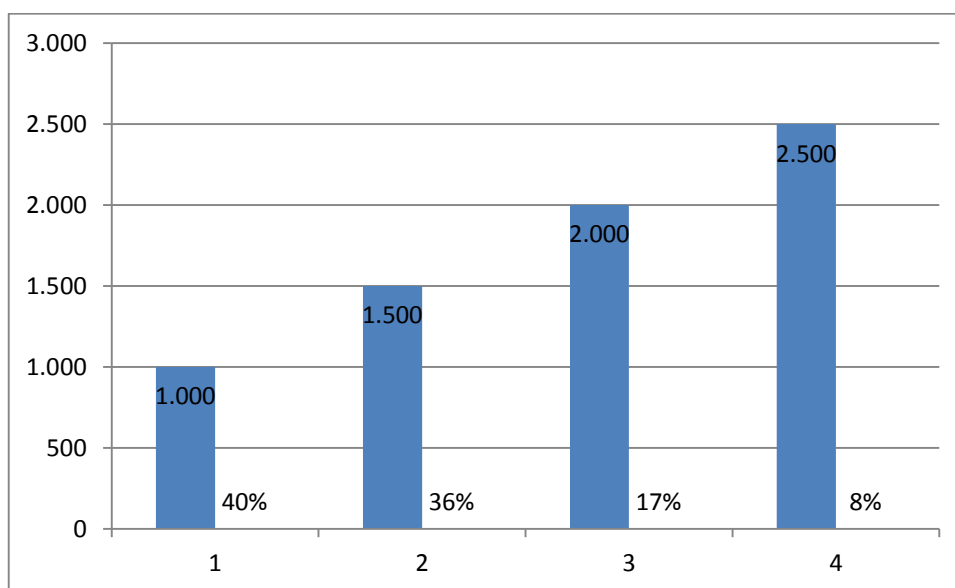
Gráfica 6. ¿Frecuencia de compra de pulpa de fruta?

Al analizar la respuesta a esta pregunta, se puede entender que hay un empate del 34% entre los que la consumen en forma diaria y cada tres días. Se muestra que el consumo de este producto es vital para las personas, porque en primer lugar el municipio es productor de diferentes frutas, lo otro es que prefieren consumir alimentos que contienen vitaminas y por ultimo porque son deliciosos al paladar y se tiene de sabor diferente.

A la pregunta 7. ¿Cuánto paga por la pulpa de frutas en bolsa plástica de ½ libra?

Tabla 10 . Cuánto paga por la pulpa de frutas

1.000	40%	57
1.500	36%	51
2.000	17%	24
2.500	8%	11
TOT	100	
AL	%	143



Gráfica 7. ¿Cuánto paga por la pulpa de frutas?

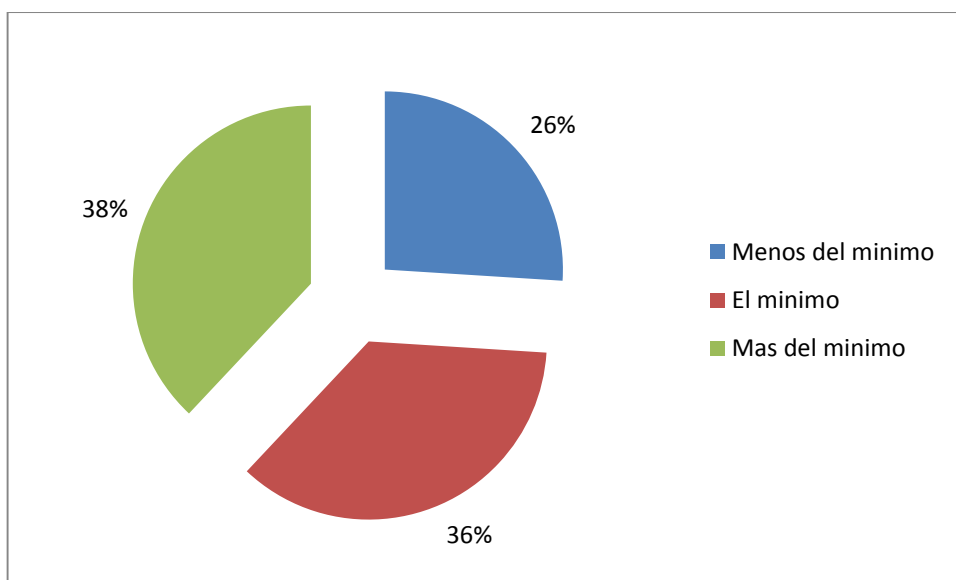
Teniendo como punto focal que la pulpa se entrega en bolsa de ½ libra Según los resultados de la encuesta: el 40% afirma que paga \$1.000, el 36% dice que \$1.500 y el 17% que

\$2.000. El valor de la pulpa se analiza bajo la siguiente perspectiva: el gramaje de la bolsa donde se vende la pulpa, hay presentaciones que son de 100 gramos, otras de 150 gramos y de 200 gramos. De otra parte, este tipo de presentación no se puede afirmar que tengan el gramaje que dicen tener, no existe por parte de los pocos fabricantes actuales un método científico que sea así como lo afirman. De otra parte, se establece que no hay una producción de este artículo en forma profesional y metódica, empezando con todas las normas de asepsia para el producto y que sea una garantía para el consumidor, lo que también significa un producto elaborado bajo las más estrictas normas de producción.

A la pregunta 8. ¿Indique cuáles son los ingresos mensuales?

Tabla 11. Cuál es su nivel de ingreso mensual

Menos del		
770.000	26%	37
770.000	36%	52
Más del		
770.000	38%	54
	100	
TOTAL	%	143



Gráfica 8 ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

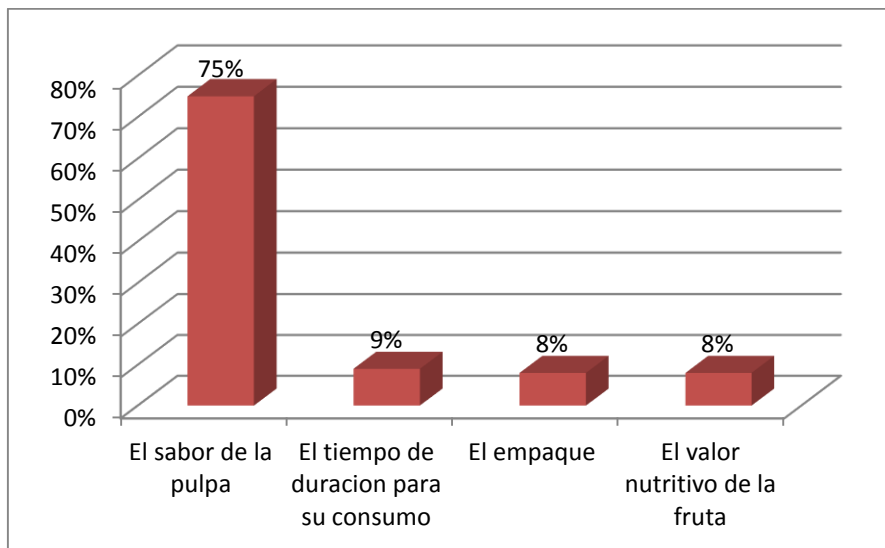
En lo que respecta a los ingresos mensuales de las personas en el municipio de Garzón, se ve claramente que el 36% devenga el mínimo o sea \$770.000 y que el 38% obtiene más del salario mínimo, solo el 26% devenga menos del mínimo. Esto demuestra, que el ingreso de las familias esta entre el mínimo y un poco más, lo cual se puede pensar que los consumidores tiene cuidado al momento de adquirir los productos sobre todo si se habla de alimentos de primera necesidad. La pulpa de fruta se puede catalogar como un producto que se encuentra dentro del menú de toda familia en la actualidad. Es un producto adicional a las comidas principales.

A la pregunta 9. ¿Cuáles son los aspectos que más le atraen del producto?

- a. El sabor de la pulpa b. El valor nutritivo de la pulpa c. El empaque de la pulpa
d. El tiempo de duración para su consumo.

Tabla 12. Qué factor tiene en cuenta cuando compra la pulpa de fruta

	75	10
El sabor de la pulpa	%	7
	9	
El tiempo de duración para su consumo	%	14
	8	
El empaque	%	11
	8	
El valor nutritivo de la fruta	%	11
	10	14
TOTAL	0%	3



Gráfica 9. ¿Qué factor tiene en cuenta cuando compra la pulpa de fruta?

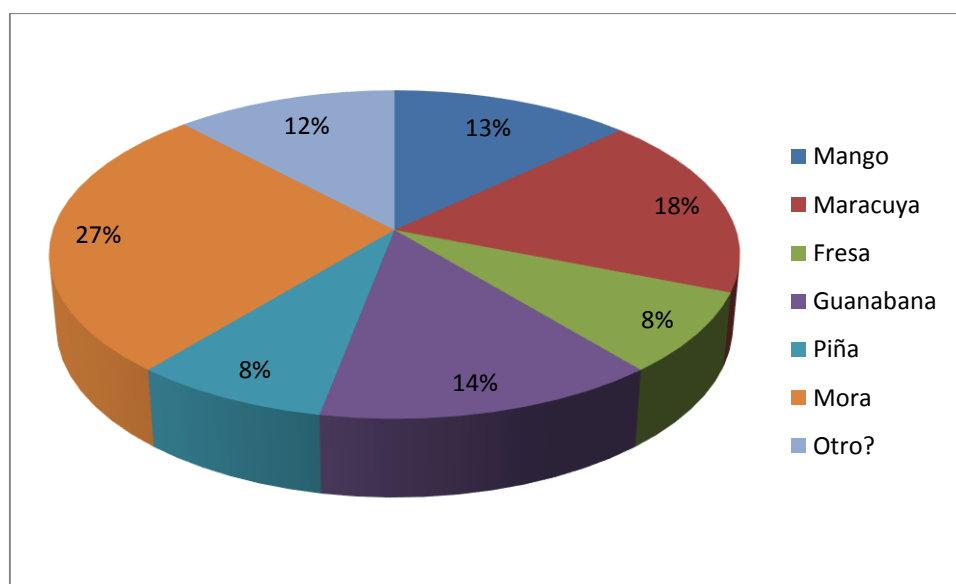
En el momento de comprar la pulpa de fruta, las personas tienen en orden de importancia lo siguiente: el sabor con el 75% y el tiempo de duración de la misma para su consumo con el 9%. Dentro del sabor se tiene que una de las ventajas en donde se encuentra Garzón, es que se da todo tipo de frutas, tal como se ha estipulado en una parte anterior de esta investigación. Por lo tanto se puede afirmar que existe una diversidad en lo que respecta a los sabores de las frutas, que da pie a la elaboración de solo un sabor o diferentes sabores en la pulpa.

De otra parte, existe una variable que es importante observar y es el tiempo de duración de la pulpa, para que no pierda su sabor y sus nutrientes, esto requiere un proceso de inmejorable condición.

A la pregunta 10. ¿Qué sabor prefiere al consumir pulpa de frutas?

Tabla 13. Sabor que prefiere al consumir pulpa de frutas.

Man	13	
go	%	18
Mar	18	
acuyá	%	26
Fres		
a	8%	11
Gua	14	
nábana	%	20
Piña	8%	12
Mor	27	
a	%	39
Otro	12	
Otro	%	17
TO		
TAL		143



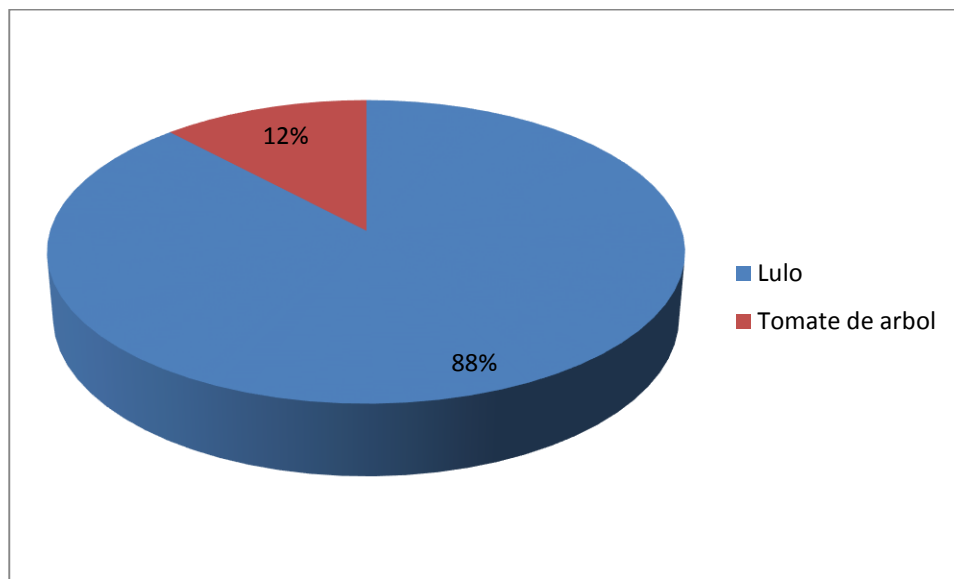
.Gráfica 10 ¿Qué sabor prefiere al consumir pulpa de frutas?

De acuerdo a los resultados los sabores de mayor incidencia dentro del consumidor se encuentran los siguientes: Mora con el 27%, Maracuyá con el 18%, Guanábana con el 14%. Estos son las pulpas de fruta que los consumidores tiene más recordación para su consumo. Las mismas se caracterizan por tener un sabor acido, que lo hace atractivo al momento de calmar la sed, pero también porque su sabor es muy agradable al paladar de los consumidores.

De otra parte, en el concepto de otro, se puede rescatar que al momento de tabular la encuesta se encontró que los sabores más votados fueron: Lulo y Tomate de árbol. Las respuestas obtuvieron el siguiente porcentaje:

Tabla 14 . Otros sabores en la pulpa de frutas

Lulo	88%	15
Tomate de árbol	12%	2

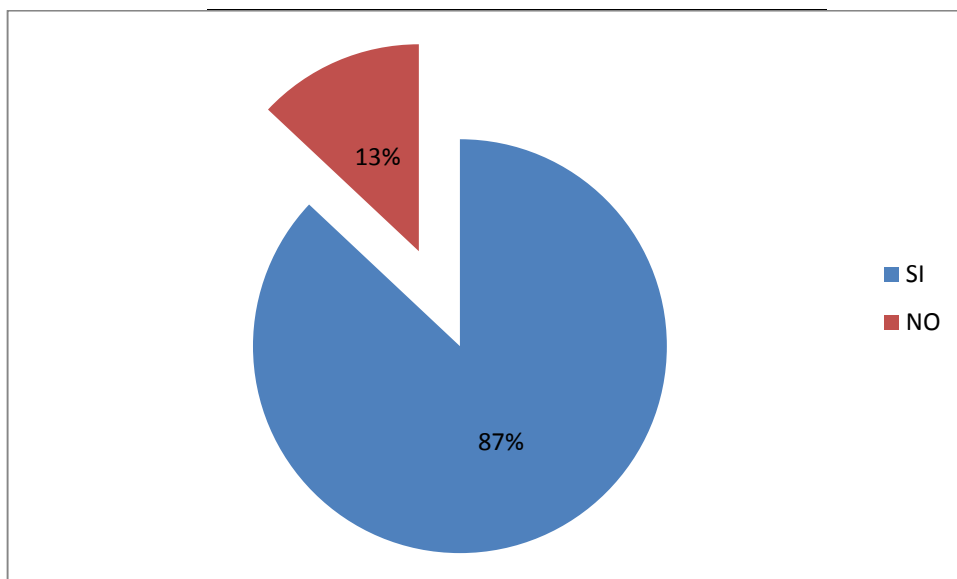


Gráfica 11. Otros sabores en la pulpa de frutas

A la pregunta 11. En caso que una empresa nueva de Garzón, ofrezca pulpa de frutas con normas sanitarias, usted compraría este producto.

Tabla 15. Aceptación de nueva empresa que ofrece pulpa de frutas.

SI	87%	125
NO	13%	18
TOTAL	100%	143



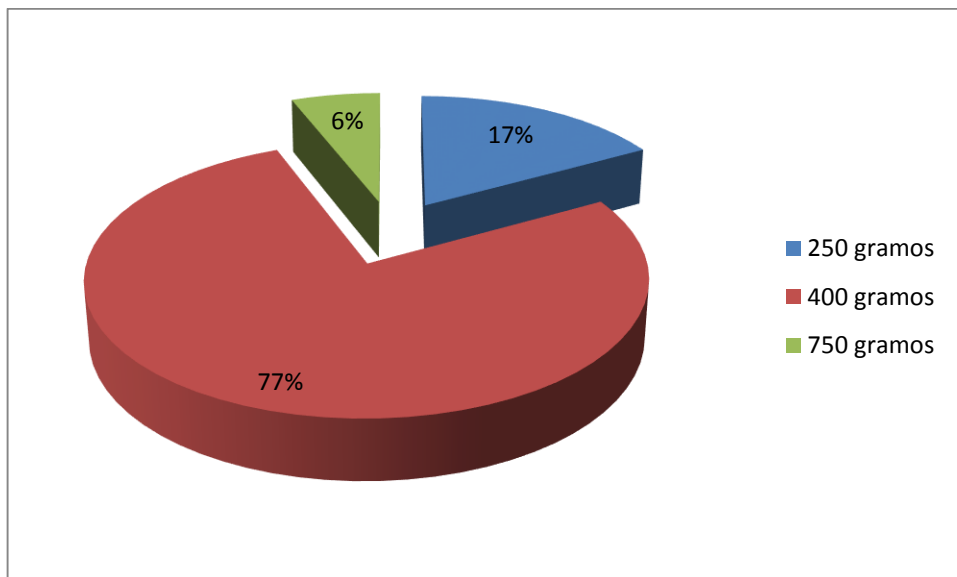
Gráfica 12. Aceptación de nueva empresa que ofrece pulpa de frutas.

El 87% de los encuestados aceptan una nueva empresa que ofrezca pulpa de frutas, pero en condiciones de calidad, presentación y buen precio para los consumidores.

A la pregunta 12. ¿Al comprar la pulpa de fruta en qué medida prefiere comprar la misma?

Tabla 16. Medida en que compraría la pulpa de fruta.

250 gramos	17%	20
600 gramos	77%	110
750 gramos	6%	10
TOT	100	
AL	%	143



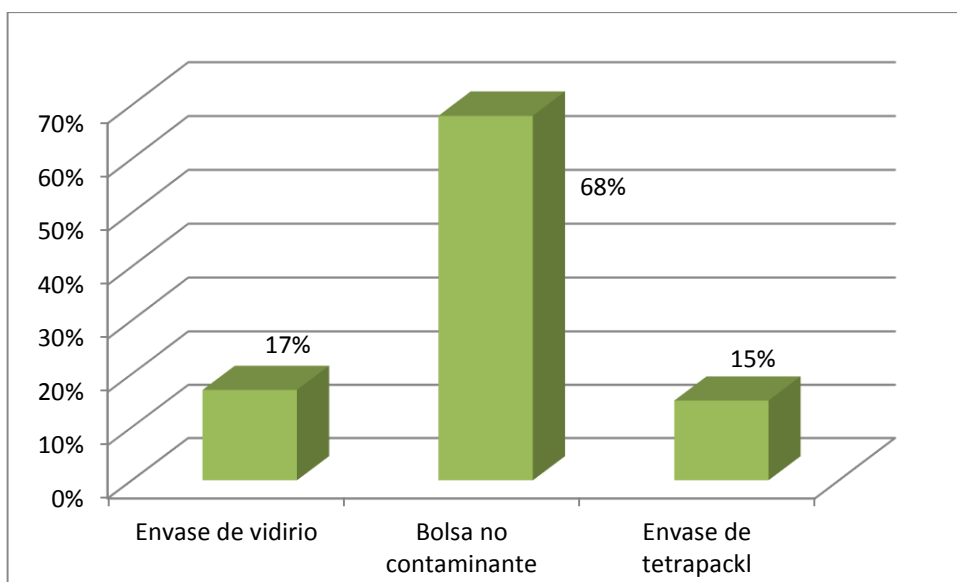
Gráfica 13. Preferencia al comprar la pulpa de fruta

Al establecer la preferencia sobre la medida de compra de la pulpa de fruta, se estableció que el 77% afirmó que lo mejor sería 600 gramos, el 17% con 250 gramos y solo el 6% con un gramaje de 750 gramos. La opción de mayor votación es la de 400 gramos, es de considerar que en la actualidad la pulpa de fruta que se consigue es por norma general de 200 gramos o menos. Las personas prefieren este tipo de gramaje mayor, la cantidad de pulpa es mayor y a la vez permite que al tercer día comprar otro sabor y así ofrecer variedad en la mesa.

A la pregunta 14. ¿En qué forma de presentación prefiere la pulpa de frutas?:

Tabla 17 . Preferencia en el empaque de la pulpa de fruta

	1	
Frasco de vidrio	7%	25
	6	
Bolsas plástica no contaminante	8%	97
	1	
Envase tretapack	5%	21
	1	
TOTAL	00%	143



Gráfica 14. Preferencia en el empaque de la pulpa de fruta

En lo que respecta a la preferencia del empaque de la pulpa de fruta, se establece que el 68% afirmó que bolsa transparente que no sea contaminante del medio ambiente, el 17% afirmó que en envase de vidrio y el 15% en envase treta pack. Se puede afirmar que el empaque que se mejor se acomoda a lo que requiere el producto sería una bolsa plástica transparente, que muestre el producto para beneficio de los consumidores, pero también que el mismo este bien conservado y por último que dicho empaque sea respetuoso de la naturaleza y una vez utilizado se pueda degradar sin ningún inconveniente al medio ambiente.

4.1.2.1 Estimación del Mercado Potencial

Para el proyecto en mención, la pulpa de fruta será consumida por la población que se encuentra entre los 15-64 años de edad, la cual representa el 59.5% de la población total del municipio, según cifras arrojadas y proyectadas por el CENSO 2005, a al año 2017.

Tabla 18. Proyección de la población que consume

Año	Población proyectada	Población proyectada: rango de edad entre 15-64 años edad (59,5%)
2017	44.249	26.328
2018	45.225	26.909
2019	46.222	27.502
2020	47.224	28.098
2021	48.168	28.660

Fuente: Proyecciones del DANE. Año: 2017. La población por rango de edad, DANE.

Año: 2017.

En Colombia, el consumo diario de frutas y verduras es de 190 gramos, cuando la Organización Mundial recomienda que sea de, mínimo, 400 gramos. Incluso, en los hogares colombianos se destina solo el 5 % del total del presupuesto para la alimentación familiar al consumo de frutas y legumbres (Universal, 2016). En Colombia, 3 de cada 10 personas consumen frutas y verduras todos los días de acuerdo con la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional (ENSIN 2010) (Minsalud, 2012).

El nicho del producto, se puede establecer en las familias que habitan el Municipio de Garzón. El producto es alimenticio y sobre todo se puede consumir en todo tiempo y lugar por las personas. Por lo tanto, no se puede diferenciar el consumo por edad, por el género, o por su condición económica o social, se puede decir que el nicho se puede tomar no tanto en el grupo de personas de la parte urbana del municipio, pero si se puede hallar a partir de los resultados de la encuesta que se aplique.

4.1.2.2 Segmento del mercado:

El segmento del mercado para la pulpa de fruta se establece a partir de los siguientes considerandos:

- Son las personas que habitan en el Municipio de Garzón. En principio en el área urbana.
- Todas las personas pueden consumir el artículo en cualquier momento y lugar

- No hay limitación de consumo por edad o genero del consumidor.
- Las personas conocen que es la pulpa de fruta porque hay personas que lo venden pero a partir de un procedimiento muy artesanal, solo se consigue una o dos veces por semana, no hay continuidad en la venta del mismo.
- Las personas buscan un producto que les refresque ante la calidez del clima, pero también se estipula que el mismo es de alimento porque es de pura fruta sin aditivos industriales.
- La pulpa de fruta es muy apetecida y siempre se busca para consumirla todos los días de la semana.
- El consumidor siempre busca variedad en las pulpas, no le gusta que haya un solo sabor, le parece mejor que se le ofrezcan variedad en este sentido.

4.1.2.3 Perfil del consumidor

- Persona que se encuentre viviendo en el Municipio de Garzón.
- Puede ser una persona que tenga o no tenga una familia bajo su cargo.
- Que sea empleado público o privado
- Que tenga o no tenga vivienda propia,
- Que sea o no profesional
- Que sea o no bachiller
- Que pertenezca o no a alguna religión en particular
- Que sea originario o no del Municipio de Garzón.
- Que sea o no originario del Departamento del Huila.

4.1.2.4 Productos sustitutos

Dentro del mercado actual, se puede enumerar que los productos sustitutos para la pulpa de fruta serian; jugos preparados en forma industrial, gaseosa, cerveza, agua en bolsa, agua en recipiente de 350 ml, refrescos de bolsa, bebidas energizantes.

Se enuncian los siguientes productos:

- Agua en bolsa y recipiente pet. Marca Bavaria. Precio de \$700 la más pequeña y \$1.800 la de 350 ml.
- Refrescos de bolsa. Marca CONDOR. Bolsa de 60 mil. Precio a \$100 cada uno

- Pony Malta en recipiente Pet de 200 cm³ y 330 cm³, Marca Bavaria. Precio de \$1.000 y \$1.700 unidad.
- Gaseosa de 350 ml a \$1.500. Marca POSTOBON y COCA-COLA.
- Gaseosa de litro y cuarto a \$2.500. Marca POSTOBON y COCA-COLA
- Gaseosa de litro a \$2.000 t litro y medio a \$2.500 Marca CONDOR gaseosa huilense.
- Gaseosa de 1,75 litro a \$4.000. Marca COCA-COLA
- Avena Parmalat de 200 ml. Precio a \$ 1.400
- Avena casera. Vaso de 10 onzas a \$2.500
- Vive 100 de 240 ml y 380 ml. Precio a \$1.800 y \$ 2.800
- Estos productos se distinguen por su elaboración a excepción de la Avena Casera, en forma industrial y se pueden comprar en tiendas, restaurantes, cafeterías, centros comerciales, de todo el país.

4.1.3 Análisis de la demanda:

Tabla 19. Proyección de la demanda del producto

Año	Población proyectada rango de edad ene 15-64 años edad (59,5%)	Población que acepta el producto (87%)
2017	26.328	22.905
2018	26.909	23.411
2019	27.502	23.927
2020	28.098	24.445
2021	28.660	24.934

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

4.1.3.1 Demanda estimada

En la muestra recogida se pudo establecer que de 199 personas encuestadas, 143 han consumido pulpa de fruta, y de estas 96 personas lo hacen en forma diaria y cada tres días, y 26 en forma mensual. Esto significa que el 34% lo hace en forma diaria, lo mismo que cada tres días: 34%.

Según proyecciones de la Encuesta Nacional Agropecuaria del 2016, en el consumo de frutas a nivel del Huila es de 40,5 kg al año.

$$\text{Demanda de pulpa de fruta; } 22.905 \times 40,5 \text{ kilos /año} = 927.652$$

$$\text{Demanda real} = \text{Mercado potencial} \times R$$

$$= 34.647 \times 40.6 \text{ Kg. / persona / año} = 140.760$$

$$\text{Mercado Real} = \text{Demanda Real} \times A$$

$$\text{Mercado Real} = 140.760 \text{ Kg. fruta / año} \times 0,87 = 122.461,2 \text{ Kg. fruta / año}$$

$$\text{Oferta de Producción} = \text{Mercado Real} \times p$$

$$\text{Oferta de Producción} = 122.461,2 \text{ Kg. fruta / año} \times 0.05 = 6.123,06 / \text{año Kg. fruta}$$

Se generará entonces una oferta de producción de 6.123,06 Kg. anuales de pulpa de fruta

La oferta de pulpa de fruta para Garzón es de: 6.123 kg /anuales de fruta.

$$\text{Demanda insatisfecha} = 927.652 \text{ kg} - 6.123 \text{ kg} = 921.529 \text{ kg}$$

Con la demanda estimada se puede proyectar cuál es la cantidad de producto que va a ser adquirido por el consumidor para los siguientes cinco años.

Tabla 20. Demanda estimada del producto

Año	Población que acepta el producto (87%)	Demanda estimada: kilos de fruta
2017	22.905	8.245.800
2018	23.411	8.427.860
2019	23.927	8.613.720
2020	24.445	8.800.200
2021	24.934	8.976.240

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

4.1.3.2 Proyección de la demanda

Tabla 21. Proyección de la demanda

Año	Demanda estimada: kilos de fruta
2017	8.245.800
2018	8.427.860
2019	8.613.720
2020	8.800.200
2021	8.976.240

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

Para el proyecto según las investigadoras, se pretenden cubrir el 1% de la demanda existente, De esta forma, la producción de la empresa es como se muestra a continuación:

Tabla 22. Demanda potencial del producto

Año	Demanda potencial: kilos de fruta
2017	82.458
2018	84.279
2019	86.137
2020	88.002
2021	89.762

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

Según los resultados de la encuesta, las frutas de mayor preferencia por el consumidor son: mora, maracuyá, mango y guanábana con los siguientes índices:

Tabla 23. Frutas de mayor preferencia por el consumidor

FRUTA DE PREFERENCIA	RESPUESTA
Mora	27%
Maracuyá	18%
Guanábana	14%
Mango	13%

Fuente: Resultados de la encuesta

4.1.4 Análisis de la oferta

Para realizar la oferta del producto se tiene en cuenta en principio lo siguiente: la oferta de pulpa de fruta para el HUILA fue de: 6.123,06 / año Kg. Fruta, y se espera que esta cifra permanezca constante por cinco años. De otra parte se tiene en cuenta que a la demanda insatisfecha se suma precisamente la oferta de pulpa de fruta que se puede consumir en un año para el Departamento del Huila:

Tabla 24. Oferta de pulpa de fruta

Año	Oferta (Kg)
2017	88.581
2018	90-402
2019	92.260
2020	94.125
2021	95.885

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

Ahora se puede comparar la oferta y la demanda en lo que respecta a las frutas:

Tabla 25. Proyección de oferta y demanda

Año	Demanda	Oferta (Kg)
2017	8.245.800	88.581
2018	8.427.860	90-402
2019	8.613.720	92.260
2020	8.800.200	94.125
2021	8.976.240	95.885

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

Mercado objetivo (Segmento)	Unidad de Consumo (Gramos, producto)	Cantidad de consumidores (No. Clientes segmento)	Consumo promedio (Anual)	Precio promedio (Por unidad)	Mercado potencial
Habitantes del área urbana del Municipio de Garzón	Ml	44.249	5 unidades	1.750	387. 178. 750.
Total		44.249	5 unidades	1.750	387. 178. 750.

Tabla 26. Estimación Mercado potencial

Fuente: Proyección de las investigadoras

4.1.5 Análisis de la competencia

La competencia directa del producto que se va a colocar en el mercado, no existe como tal. Solo existe. En primer lugar una competencia de directa tipo artesanal, que en principio tiene dificultades para llegar a todo el mercado y de otra parte no es continua al momento de elaborar y comercializar el producto, en ocasiones se elabora y en otras ocasiones no se fabrica y esto

tiene como consecuencia desmotivación del cliente, lo que lleva a compras en productos sustitutos.

Los productores artesanales detectados son:

Tabla 27. Productores artesanales

Nombre competencia artesanal	Ubicación
Juan David Arcila	Vereda Santa Marta de Garzón
José V. Mora	Municipio de Suaza
Josefina Rincón	Municipio de Suaza
Diego German Perdomo	Inspección de La Jagua de Garzón

Fuente: autoras del proyecto

Estas personas producen pulpa de fruta: guanábana, mango, maracuyá y mora. En bolsas de 150 gramos, lo efectúan tres veces por semana y no tienen continuidad en forma mensual y mucho menos anual, por falta de materia prima. No hay diversidad de pulpa de fruta, se elabora de la fruta que está en cosecha, en ocasiones se tiene hasta tres sabores.

Los productos se comercializan en la Plaza de Mercado de Garzón, en algunos casos por los mismos fabricantes o por comerciantes de la plaza que los reconocen. En lo concerniente al precio de la pulpa de fruta, depende de los siguientes factores: si la fruta está en cosecha o no, el gramaje con que se vende que puede ser entre: 50 – 150 gramos. Y por último depende del margen de comercialización del producto, esto se establece como consecuencia entre la oferta y demanda. En valores normales, se establece un precio de \$1.000 y hasta \$1.500, como dijo anteriormente todo dependiendo de la fruta, de lo escasa o no que se encuentre.

En lo que se refiere a la relación de los clientes con los competidores, se tiene que esta es de tipo casual, no hay forma de reconocerla porque la pulpa que se vende en primer lugar no tiene ningún nombre en especial, ni mucho menos hay por así decirlo una etiqueta que lo defina o algún sitio para ir a comprar la misma, el producto se vende en la bolsa y no hay otro contacto entre productor y cliente.

Cuando se habla de las estrategias comerciales, se establece que la producción artesanal recurre a ofrecer el producto, en el centro de mayor concentración de los consumidores de pulpa de fruta, como es la Plaza de Mercado del municipio. Esta competencia no ofrece ninguna

estrategia de producto, promoción y publicidad. De otra parte, se hace evidente que existe otro tipo de competencia más elaborada y que tiene actualmente vigencia en el Municipio de Garzón.

Es una empresa de Cali que elabora y comercializa pulpa de fruta, se llama: LA BERRAQUERA, se ofrece pulpa de fresa por 500 gramos, en el supermercado SUPERINTER a un costo de \$ 4.828 la unidad. Existe una empresa que es de Palestina en el sur del Huila, que recoge y comercializa la fruta a diferentes ciudades del país, pero a nivel del Huila o de la propia Palestina, no hace proceso de comercialización en la actualidad.

Tabla 28. Empresas competidoras locales

Empresas Competidoras	Ubicación (Lugar, dirección)	Tamaño	Cobertura
Juan David Arcila,	Vereda Santa Marta de Garzón	Artesanal	Local
José V. Mora	Municipio de Suaza	Artesanal	Local
Josefina Rincón	Municipio de Suaza	Artesanal	Local
Diego German Perdomo	Inspección La Jagua de Garzón	Artesanal	Local
LA BERRAQUERA	Cali	Mediano	Local

Fuente: autoras del proyecto

Tabla 29. Factores de análisis de la competencia

Factores de análisis	Competidor	Competidor	Competidor	Competidor	Competidor
	Juan D.Arcila	José V. Mora	Josefina Rincón	Diego. G. Perdomo	La Berraquera
Nivel de satisfacción de los clientes	2	1	2	2	3
Localización	1	1	2	1	4
Poder financiero	2	2	1	2	4
Estrategia de precios	3	1	2	2	3
Posicionamiento	3	3	2	2	2

Imagen de calidad	3	2	1	3	3
Garantías	3	3	2	3	2
Estrategia de ventas	2	2	2	2	3
Política de servicio al cliente	3	2	1	2	3
Habilidad de ventas de los empleados	2	2	2	2	3
Número de empleados	1	1	2	1	4
Canales de distribución	2	22	2	2	3
Número de mercados metas	1	1	1	1	2
Confiabilidad	2	2	2	2	4
Estrategias de promoción	4	2	2	1	3
Relaciones públicas	3	1	1	3	3
Relación con proveedores	3	3	2	2	3
Disponibilidad de producto	1	2	1	1	3
Estrategia de mercadeo	2	1	1	2	3
TOTAL	43	34	31	36	58

Fuente: Información recogida por las autoras

Una vez analizada la competencia, se concluye que el mayor puntaje obtenido es LA BERRAQUERA con un total de 58, Seguido de Juan D. Arcila con 43, que es un productor artesanal. Como se mencionó anteriormente, los productos sustitutos o similares para la pulpa de fruta, serian: agua en bolsa, refrescos en bolsa, gaseosas, agua carbonatada, cerveza, sabiloe, frutiño, Sun tea en bolsa, Boka, artículos que son distribuidos a nivel nacional por una compañía mediante diversas formas de distribución.

En lo concerniente al análisis del precio de venta de la competencia, es necesario precisar que se hace al presentar el mismo, con un producto que sea igual al que se propone por la empresa objeto de este proyecto. Por lo tanto, se efectúa un análisis con la pulpa de Maracuyá, es el producto que todos tienen en el mercado. La competencia lo establece entre 100 – 150 gramos, exceptuando la BERRAQUERA que su productos esta enunciado por 500gramos.

Tabla 30. Análisis de precio de venta de la competencia y segmento del mercado

NOMBRE DEL COMPETIDOR	SEGMENTOS DE MERCADO	PRECIO UNITARIO
	Qué tipo de clientes y regiones	
Juan David Arcila,	Garzón - zona urbana	1.800
José V. Mora	Garzón - zona urbana	1.200
Josefina Rincón	Garzón - zona urbana	1.500
Diego German Perdomo	Garzón - zona urbana	1.500
La Berraquera	Garzón - zona urbana	5.200

Fuente: Investigadoras del proyecto. Se establece para el producto: pulpa de Maracuyá.

4.2 Estrategias de mercadeo

Dentro de las estrategias que se va a poner en marcha se tienen las siguientes:

4.2.1 Concepto de producto

Con la pulpa de fruta, se obtiene la parte comestible de las frutas, esta pulpa es extraídas de frutas frescas, seleccionadas mediante procesos bien fundamentados, no se altera las características intrínsecas de las mismas, como son el color, sabor y olor.

El producto se venderá en bolsa de 600 gramos, transparente, que conserve y proteja el producto del sol, la lluvia y la humedad.



Figura 1. Logo del producto

En la bolsa se aprecia el nombre de la empresa, el logotipo y su composición química. En lo que respecta a la calidad, la pulpa será de amplia durabilidad, mínimo que dure un mes empacada,

En cuanto al empaque individual, se establece como hemos elegido una bolsa de 600 gramos, que se venderá por unidad. Los usos del producto son: con la pulpa se elaboran jugos que se pueden consumir en cualquier momento y lugar, después de almuerzo o comidas. Con la pulpa se puede obtener el máximo de la fruta y no se desperdicia nada de su contenido, como si se puede establecer cuando se elabora jugos de la propia fruta.

A continuación se presentan las características fisicoquímicas y organolépticas de las pulpas enunciadas

Características fisicoquímicas de la pulpa de Mora	Características organolépticas
<p>Sólidos Solubles expresados como °Brix:6.5- 8.0</p> <p>pH:2.65 -3.50</p> <p>Acidez expresada como % de ácido cítrico: 2.00- 2.90</p>	<p>Aroma: Intenso y característico de la mora</p> <p>Madura y sana.</p> <p>Color: Intenso y homogéneo, característico de la mora, puede presentarse un ligero cambio de color, por los procesos naturales de oxidación de la fruta.</p> <p>Sabor: Característico e intenso de la mora madura y sana. Libre de cualquier sabor extraño.</p> <p>Apariencia: Uniforme, libre de materiales extraños, admitiéndose una separación de fases y la presencia mínima de trozos, partículas oscuras propias de la mora.</p>

Ayala, Valenzuela & Bohórquez, 2013, pág. 4

Características fisicoquímicas de	Características organolépticas
--	---------------------------------------

la pulpa de Maracuyá	
<p>Sólidos Solubles expresados como Brix:12.0 -14.0</p> <p>pH:2.80-3.30</p> <p>Acidez expresada como % de ácido cítrico: 3.00-4.30</p>	<p>Aroma: Intenso y característico del maracuyá maduro y sano.</p> <p>Color: Intenso y homogéneo, característico del maracuyá, puede presentarse un ligero cambio de color, por los procesos naturales de oxidación de la fruta</p> <p>Sabor: Característico e intenso del maracuyá maduro y sano. Libre de cualquier sabor extraño.</p> <p>Apariencia: Uniforme, libre de materiales extraños, admitiéndose una separación de fases y la presencia mínima de trozos, partículas oscuras propias del maracuyá</p>

QUINTERO A, 2007, pág. 01

Características fisicoquímicas de la pulpa de Guanábana	Características organolépticas
<p>Grados Brix: 7.3</p> <p>Sólidos en suspensión: 40 %</p> <p>Acidez como Ácido Cítrico: 0.35-0.55</p> <p>Ratio: 21-34</p> <p>Viscosidad (100 r.p.m.-SP2): Máx.1000 cps</p> <p>PH: 4.0-4.3</p>	<p>Aroma: Intenso y característico de la guanábana madura y sana.</p> <p>Color: Intenso y homogéneo, característico de la guanábana, puede presentarse un ligero cambio de color, por los procesos naturales de oxidación de la fruta.</p> <p>Sabor: Característico e intenso de la guanábana madura y sana. Libre de cualquier sabor extraño.</p> <p>Apariencia: Uniforme, libre de materiales extraños, admitiéndose una separación de fases y la presencia mínima de trozos, partículas oscuras propias de la guanábana.</p>

Franco Martínez, 2014, pág. 03

Características fisicoquímicas de la pulpa de Mango	Características organolépticas
<p>Sólidos Solubles expresados como °Brix:15-24 pH:3.60-4.30 Acidez expresada como % de ácido cítrico: 0.30-0.7</p>	<p>Aroma: Intenso y característico del mango Maduro y sano. Color: Intenso y homogéneo, característico del mango, puede presentarse un ligero cambio de color , por los procesos naturales de oxidación de la fruta. Sabor: Característico e intenso del mango maduro y sano. Libre de cualquier sabor extraño. Apariencia: Uniforme, libre de materiales extraños, admitiéndose una separación de fases y la presencia mínima de trozos, partículas oscuras propias del mango.</p>

Quintero, Giraldo, Vasco, 2013, pág. 5

4.2.2 Estrategias de distribución

En el caso del producto que va a entrar en el mercado, se hace necesario afirmar que se requiere de una estrategia de penetración para lograr que en primer lugar el producto se conozca y sobre todo la marca del mismo. Por lo tanto, se hace factible definir la estrategia de ofrecer el producto con una presentación de 600 gramos y solo en el primer mes de estar en el mercado. De otra parte, se puede evidenciar el producto, penetrando en el mercado con un precio más bajo, esto para que el mismo se conozca por su calidad y sensación de frescura que tanto cautiva al consumidor.

Partiendo del principio que el producto, va a cumplir con todos los requisitos legales, sanitarios, y de calidad que el mercado demanda, el sistema de comercialización para el proyecto será el siguiente: una vez se elabore el producto este se distribuirá en la totalidad de la zona de urbana del Municipio de Garzón, se estipula efectuar un preventa del producto por lo menos un día antes de la entrega. La preventa, en principio será para elaborar la base de datos de los

clientes, una vez se haya ingresado esta información en el software de la empresa se puede continuar trabajando efectuando la preventa en forma telefónica o celular.

En la encuesta se tiene estipulado que el 57% de los consumidores, respecto al sitio donde compra la pulpa de fruta, lo hacen en las tiendas de barrio, se observa que la empresa seguirá bajo este aspecto y así poder cubrir un mayor mercado no solo en Garzón sino también, cuando se busque llegar a los municipios aledaños con el producto.

Teniendo en cuenta la respuesta de la encuesta se va a implementar como estrategia la distribución en las tiendas de barrio, de esta manera se podrá llegar a una mayor población y así poder atender en todos puntos cardinales del municipio. De otra parte, se estipula vender el producto en pequeños supermercados que lleguen a zonas de más alto estrato social.



4.2.3 Estrategia de venta

Para desarrollar la venta del producto, es necesario considerar la inclusión de una estrategia para los productos que se van a vender. Esta consiste en ofrecer en primer término el producto a las tiendas de Garzón, por lo tanto se establece una preventa del artículo y se toma el pedido, con ello se logra establecer producción por sabor y sin llegar a inventarios improductivos.

La estrategia de venta, para dar a conocer la marca, los diferentes sabores y reconocido por el consumidor se establece lo siguiente:

- Por cada cinco unidades que se compran, se obsequia una en un sabor diferente al comprado.
- Se efectúa descuento del 5% en valor total de compra mayor de \$ 100.000.
- No se le puede aplicar las dos opciones anteriores por compra, solo aplica para una de las dos.
- En cuanto al servicio posventa, se hace necesario recoger la información de productos que resulten de baja calidad, se cambia para obtener satisfacción del tendero.
- En cuanto al vencimiento del producto, se le recomienda al distribuidor que haga saber el representante de ventas ocho días antes tal condición y se le efectúa el cambio correspondiente.

De otra parte, se puede llegar a ofrecer el producto en mini mercados y supermercado del municipio, esto con el fin de abarcar mayor área geográfica. El producto se vende al

CONTADO, tanto para las **TIENDAS** como para los **SUPERMERCADOS**. Para el desarrollo

de las ventas, se dividirán el municipio en dos zonas que atenderán, a todos los distribuidores, si hay una demanda creciente se llega a los municipios próximos a Garzón.

Para complementar la Estrategia de ventas de los artículos, se establece el siguiente procedimiento:

- Página web de la empresa: ofreciendo los productos y mostrando su presentación. También se aprovechara las redes sociales gratuitas como: Facebook e Instagram, entre otras.
- Realización de campañas pequeñas de marketing ofreciendo los productos: en distintos sectores de la ciudad: degustación y venta de las pulpas.
- Tarjetas de fidelización de los clientes de la empresa (tiendas, supermercados): nombre, dirección, registro de venta por unidad y dinero. Observaciones de los dueños y administradores, sobre el producto.
- Averiguar al público consumidor cada seis meses, sobre el producto y su calidad (sorbey de mercado).

4.2.4 Estrategia de precios

Para definir el precio este tendrá en cuenta lo siguiente:

- Se analizaran los costos directos de fabricación.
- Unidades de ventas anuales esperadas
- Utilidad esperada del 20%
- Precio de venta
- Hallar el punto de equilibrio para cada artículo.
- Una vez definidos: los diferentes costos y con el porcentaje de utilidad esperada se define el precio de venta.

Se tiene claridad en los siguientes aspectos:

- En cuanto al precio de lanzamiento, no habrá ninguno especial, solo se piensa en que por la primera compra de un pedido se obsequia unidad del producto, esto es para los distribuidores.
- En lo que respecta al consumidor final, dentro de la primera semana de conocimiento, por la compra de dos bolsas se obsequia una unidad.
- El pago que se efectúa tanto de compra de la materia prima como de producto terminado es de contado.

- En el porcentaje del IVA, es necesario aclarar que el mismo solo surte al momento de comprar las bolsas para su empaque, el mismo es del 19%.

En lo que tiene que ver a estrategias para resistir guerra de precios, se plantean las siguientes:

- En primer lugar, al consumidor le llegue el mensaje que al comprar el producto está comprando un artículo que le ofrece más ventajas que el ofrecido por la competencia: mayor cantidad de producto, calidad tanto de la materia prima, sabor y variedad.
- La otra estrategia, es que si el producto le resulte dañado y se le cambie ya sea al consumidor final o se le cambia al distribuidor.

En lo que significa el análisis competitivo de los precios se puede encontrar lo siguiente:

Tabla 31 Análisis competitivo de precios. Pulpa de Maracuyá

Nombre del competidor Los mismos del cuadro competidores	Precio unitario	Unidad de medida	Condiciones de pago	Precio de mi empresa
Juan David Arcila,	2.30 0	Kg	Contado	5.413
José V. Mora	1.70 0	Kg	Contado	5.413
Josefina Rincón	2.00 0	Kg	Contado	5.413
Diego German Perdomo	2.00 0	Kg	Contado	5.413
La Berraquera	5.70 0	0	Contado	5.413

Fuente: Información recogida por las autoras

Se entrega la relación de descuento por volumen de venta para la pulpa de Maracuyá:

Tabla 32. Relación de precios y descuentos por volumen de ventas

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
50	5%	5.413	Mayoristas
50	5%	5.413	Mayoristas
50	5%	5.413	Mayoristas
50	5%	5.413	Mayoristas

Fuente: Investigadoras del proyecto. Se establece para el producto: pulpa de Maracuyá

Según el resultado de la encuesta, se establece que habrá cuatro clases de pulpa de fruta para la venta. Estas son: mango, mora, guanábana y maracuyá.

Tabla 33. Fijación de precios para la pulpa de mora

FRUTA DE PREFERENCIA	RESPUESTA
Mora	27%
Maracuyá	18%
Guanábana	14%
Mango	13%

Fuente: Respuestas de la encuesta

Costos Variables (Por cada unidad) = CV	\$ 990
Costos Fijos (Mensuales) = CF	\$ 4.610.000
Unidades esperadas de ventas mensuales	# 2.583
Costos Fijos / Unidades esperadas	\$ 1.785
Costos Variables + (Costos Fijos / Unid) = CU	\$ 990 + 1.785 = 2.775
Utilidad esperada %	20 %
Táctica de precios (+%) ó (-%)	5 %
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % táct) = P	\$ 3.607
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)	# 1.762 unidades a producir

Tabla 34. Fijación de precios para la pulpa de Maracuyá.

Costos Variables (Por cada unidad) = CV	\$ 1.280
Costos Fijos (Mensuales) = CF	\$ 4.610.000
Unidades esperadas de ventas mensuales	# 1845
Costos Fijos / Unidades esperadas	\$ 2.499
Costos Variables + (Costos Fijos / Unid) = CU	\$ 1.280 + 2.499 = 3.779
Utilidad esperada %	20 %
Táctica de precios (+%) ó (-%)	10 %
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tác) = P	\$ 4913
Punto equilibrio = CF / (P –CV)	# 1.269 unidades a producir

Tabla 35. Fijación de precios para la pulpa de Guanábana

Costos Variables (Por cada unidad) = CV	\$ 1.470
Costos Fijos (Mensuales) = CF	\$ 4.610.000
Unidades esperadas de ventas mensuales	# 1.468
Costos Fijos / Unidades esperadas	\$ 3.140
Costos Variables + (Costos Fijos / Unid) = CU	\$ 1.470 + 3.140 = 4.610
Utilidad esperada %	20 %
Táctica de precios (+%) ó (-%)	10 %
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tác) = P	\$ 5.993
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P –CV)	# 1.019 unidades a producir

Tabla 36. Fijación de precio para la pulpa de mango

Costos Variables (Por cada unidad) = CV	\$ 738
Costos Fijos (Mensuales) = CF	\$ 4.610.000
Unidades esperadas de ventas mensuales	# 960
Costos Fijos / Unidades esperadas	\$ 4.802
Costos Variables + (Costos Fijos / Unid) = CU	\$ 738 + 4.802 = 5.540

Utilidad esperada %	20 %
Táctica de precios (+%) ó (-%)	10 %
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tác) = P	\$ 7.202
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)	# 713 unidades a producir

4.2.5 Estrategias de promoción y publicidad

En este punto, se puede evidenciar definir las diferentes estrategias que se aplican. En lo que respecta a la promoción del producto, se establece que para hacer conocer el mismo, se acudirá a la siguiente estrategia;

- Se establece un descuento del 5% para los primeros 20 distribuidores que compren el producto, durante la primer semana de labores.
- Este procedimiento se repite al segundo mes de funcionamiento de la empresa

En lo que respecta a la publicidad, se establece la siguiente estrategia:

Será una empresa que exponga sus productos en las ferias agropecuarias y ganaderas del Garzón, Suaza, La Plata, Gigante.

- Por lo tanto se hará degustación del producto en horarios establecidos,
- Se entregará plegables de las pulpas de fruta que ofrece la empresa

Igualmente se efectuará en el municipio de Garzón, un stand de los diferentes productos, pero a precios normales.

En lo que respecta al presupuesto de promoción se detalla lo siguiente:

- Stand con todos los elementos: \$ 1.200.000
- Valor de la pulpa que se obsequia \$ 900.000
- Valor de entrega del producto: \$300.000 por pago mensual de este servicio.

4.2.6 Estrategias de comunicación

En lo que respecta a la comunicación del Plan de Negocios, se establece que se acudirá a los siguientes medios de comunicación:

- Volantes, radios, plegables.
- Se escogen estos medios porque tienen la facilidad de llegar a un mayor número de personas en todo momento y lugar.

- De otra parte las personas escuchan más radio por música y noticias.
- Los volantes se entregan cuando se está en las ferias agropecuarias, ganaderías y comerciales.
- Redes sociales locales

Se presenta el presupuesto de comunicación:

Tabla 37. Presupuesto de comunicaciones

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Página web y mantenimiento	800.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Volantes	420.000	420.000	140.000	140.000	140.000
Cuñas de radio	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Plegables	400.000	400.000	0	0	0
TOTAL	3.120.000	2.620.000	1.940.000	1.940.000	1.940.000

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

4.2.7 Estrategia de servicio

En lo que respecta a la estrategia de servicio, la entidad observara la siguiente:

- El artículo que se vende es garantía de frutas de la mejor calidad y bajo las estrictas normas de elaboración.
- Si el producto no las tiene, se le efectúa el cambio ya sea al distribuidor o al consumidor.
- Por ello, se requiere que haya una base de datos de los productos devueltos por deficiente elaboración, en la misma van: nombre de la persona que lo devuelve, el artículo que se devuelve y la fecha en que efectuó tal restitución.
- En lo que respecta al posventa, se hace necesario llevar un record por quejas y reclamos de productos ya sea por devolución u opinión de los consumidores con respecto al producto en general y la atención que se la prestado hasta el momento.

4.2.8 Presupuesto de mezcla de mercado

En la mezcla de mercado se establece el mismo presupuesto de promoción.

Resumido se tiene el siguiente presupuesto:

Tabla 38. Costo de inversión inicial en las estrategias definidas anual

Estrategia	Costo de inversión inicial
Distribución	600.000
Promoción	2.400.000
Comunicación	3.120.000

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras. Se anexan las cotizaciones respectivas

4.2.9 Estrategia de aprovisionamiento

En lo que respecta a la estrategia de aprovisionamiento, se tiene la siguiente: la fruta que sirve para obtener el despulpe, se compra a los diferentes cultivadores de la misma que se encuentran en el Municipio de Garzón, sea en la parte urbano o rural. Una vez, se adquiere la misma de contado, se lleva a la bodega y se almacena técnicamente para lograr su conservación y mantenimiento adecuado en el sitio de producción.

4.3 Proyecciones de venta

En lo que se refiere a la Proyección de ventas, se establece que la misma se enfoca a cinco años, se establece un crecimiento anual del 4% anual por efectos de inflación.

El costo de ventas, se dejó establecido en las Tablas 20, 21, 22 y 23.

Tabla 39. Proyección de unidades a vender

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Pulpa de Mora	31.003	31.641	32.291	32.944	33.560
Pulpa de Maracuyá	22.145	22.600	23.065	23.531	23.971
Pulpa de guanábana	17.616	18.081	18.452	18.825	19.177
Pulpa de mango	17.616	18.080	18.452	18.825	19.177

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

Tabla 40. Proyección de venta en los primeros cinco años

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pulpa de Mora	111.627.821	118.685.391	125.934.900	133.423.200	140.952.000
Pulpa de Maracuyá	108.798.385	124.526.000	122.567.410	130.055.837	137.785.308
Pulpa de guanábana	105.572.688	112.698.873	119.605.864	126.899.325	134.449.947
Pulpa de mango	126.870.432	135.419.200	143.741.080	152.520.150	161.565.402
TOTAL	\$452.869.326	\$491.329.464	\$511.849.254	\$542.898.512	\$574.752.657

Fuente: Proyección de cifras por las investigadoras

Es necesario aclarar, que el producto desde un comienzo va a tener ventas, el mismo es un alimento que el público reconoce y consume, por lo tanto no habrá meses muertos del mismo

4.4 Conclusiones de estudio de mercado

Realizado el estudio de mercadeo se puede concluir:

- En el estudio de mercados se presentan las diversas variables que coincide con el mismo, lo que lleva a encontrar respuesta a los requerimientos que en el plan de negocios se plantea para lograr su éxito.
- En primer lugar se establece que el producto: pulpa de frutas, tiene por su naturaleza de origen, aceptación por parte del consumidor. En principio por ser de origen primario, su precio y la preferencia, lo hacen apetecido en todo momento.
- Se ha establecido que el producto se venda en tiendas, y pequeños supermercados, de los diferentes barrios de Garzón. Pero existe, igualmente la probabilidad de llegar a los municipios circunvecinos para tener un mayor mercado.
- El consumidor final acepta que la pulpa de fruta congelada, es un complemento para las comidas principales de las familias, o también como alimento nutricional y para quitar la sed entre otras virtudes.

- Aunque el precio del artículo no es costoso, se puede deducir que el mismo se puede comprar por toda persona sin tener en cuenta su estrato socioeconómico.

5. Estudio de operación

5.1 Operación

5.1.1 Ficha técnica Pulpa de Maracuyá

FICHA TECNICA DE LA PULPA DE MARACUYA	
Dirección de la fábrica: Finca El Igua VIA DE GARZON A NEIVA	
Ciudad: Garzón	Teléfono: 833 20 57
Asesor de ventas: Gelma Bermeo Antury	Número de contacto: 312 377 43 12
Descripción del producto: Producto natural, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, sin conservantes, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de la maracuyá madura, sana y limpia. Sin perseverantes, naturalmente libre de grasa y colesterol, bajo en sodio, contiene 100% de pulpa de fruta.	
Composición: Pulpa de maracuyá, ácido ascórbico como antioxidante	
Presentación: 600 ml	Envase: Bolsa plástica
Conservación: El productos debe mantenerse refrigerado antes y después de su abertura. Después de abierto debe ser consumido antes de 12 días.	
Composición nutricional: Se compone de los siguientes elementos: Calorías 54Kcal , grasa 0,40 g, carbohidratos 9,54 g, azucares 9,54 g, proteínas 2,38g	
Beneficios y usos: Aporta al cuerpo vitaminas A y C y del complejo B, así como potasio, fósforo y magnesio. Baja en calorías y grasas, lo que le permite formar parte de dietas para adelgazar o simplemente para cuidar la línea.	

Fuente: RTR, Distribuciones SAS, consultado el 22 de agosto del 2017, en:

<http://www.srafruta.com.co/maracuyya.html>.

5.1.2 Ficha técnica Pulpa de Mango

FICHA TECNICA DE LA PULPA DE MANGO	
Dirección de la fábrica: Finca El Igua VIA DE GARZON A NEIVA	
Ciudad: Garzón	Teléfono: 833 20 57
Asesor de ventas: Gelma Bermeo Antury	Número de contacto: 312 377 43 12
Descripción del producto: Producto natural, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, sin conservantes, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de la maracuyá madura, sana y limpia. Sin perseverantes, naturalmente libre de grasa y colesterol, bajo en sodio, contiene 100% de pulpa de fruta.	
Composición: Pulpa de mango, ácido ascórbico como antioxidante	
Presentación: 600 ml	Envase: Bolsa plástica
Conservación: El productos debe mantenerse refrigerado antes y después de su abertura. Después de abierto debe ser consumido antes de 12 días.	
Composición nutricional: Se compone de los siguientes elementos: Energía 250 KJ, carbohidratos 15 g, azucares 13,7 G, fibra 1,6 G, proteína 0,82 G, Vitamina A o su equivalente MCG, Potasio 168 MG.	
Beneficios y usos: Por su contenido en potasio tiene un efecto diurético. Es muy bueno para personas que necesiten eliminar líquidos. Rico en magnesio, hierro y selenio, entre otros. Ayuda a la buena digestión y a prevenir la caída del cabello. Rico en vitamina B, recomendable para el buen funcionamiento del sistema nervioso, el metabolismo y la salud de la piel.	

Fuente; RTR, Distribuciones SAS, consultado el 22 de agosto del 2017, en:

<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>.

5.1.3 Ficha técnica Pulpa de Guanábana

FICHA TECNICA DE LA PULPA DE GUANABANA	
Dirección de la fábrica: Finca El Igua VIA DE GARZON A NEIVA	
Ciudad: Garzón	Teléfono: 833 20 57
Asesor de ventas: Gelma Bermeo Antury	Número de contacto: 312 377 43 12
Descripción del producto: Producto natural, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, sin conservantes, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de la maracuyá madura, sana y limpia. Sin perseverantes, naturalmente libre de grasa y colesterol, bajo en sodio, contiene 100% de pulpa de fruta.	
Composición: Pulpa de mango, ácido ascórbico como antioxidante	
Presentación: 600 ml	Envase: Bolsa plástica
Conservación: El productos debe mantenerse refrigerado antes y después de su abertura. Después de abierto debe ser consumido antes de 12 días.	
Composición nutricional: Se compone de los siguientes elementos: Azucares 15,63 %, Vitamina C 0,021%, Proteína 1,22%, Fibra 1,63%, Fosforo 25,0Mg, Potasio 45,8 Mg, Magnesio 23,9 mg.	
Beneficios y usos: A nivel digestivo la guanábana entrega grandes bondades, entre las cuales se puede mencionar su función astringente cuando está verde y sus propiedades como diurético, útil en caso de diarreas. El consumo habitual de la fruta favorece los procesos digestivos fortaleciendo la flora intestinal. Es utilizada en casos de estreñimiento, y algunos investigadores afirman que su frecuente consumo, ya sea en jugo o batidos previene enfermedades del colon.	

Fuente; RTR, Distribuciones SAS, consultado el 22 de agosto del 2017, en:

<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>.

5.1.4 Pulpa de Mora

FICHA TECNICA DE LA PULPA DE MORA	
Dirección de la fábrica: Finca El Igua VIA DE GARZON A NEIVA	
Ciudad: Garzón	Teléfono: 833 20 57
Asesor de ventas: Gelma Bermeo Antury	Número de contacto: 312 377 43 12
Descripción del producto: Producto natural, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, sin conservantes, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de la maracuyá madura, sana y limpia. Sin perseverantes, naturalmente libre de grasa y colesterol, bajo en sodio, contiene 100% de pulpa de fruta.	
Composición: Pulpa de mango, ácido ascórbico como antioxidante	
Presentación: 600 ml	Envase: Bolsa plástica
Conservación: El productos debe mantenerse refrigerado antes y después de su abertura. Después de abierto debe ser consumido antes de 12 días.	
Composición nutricional: Se compone de los siguientes elementos: Calorías 45 Kcal, Sodio 2,40 mg, carbohidratos 6,24 g, proteínas 1,19 g, Vitamina C 17 mg, C, Calcio 44mg, Hierro 0,90 mg	
Beneficios y usos: Su consumo es excelente para el corazón, ya que posee antioxidantes que impiden la producción de grasa en las arterias. Posee gran cantidad de vitamina C y E, por lo que es excelente para prevenir resfriados, tiene más vitamina C que algunos cítricos, ayuda a cuidar la piel y a mantener los dientes sanos. Según estudios realizados, cuenta con propiedades anticancerígenas, por lo cual su consumo reduce el riesgo de padecer dicha enfermedad, sobre todo el cáncer de estómago. Ayuda a disminuir la fiebre. Su consumo ayuda a combatir la anemia, por su alto contenido de hierro	

Fuente; RTR, Distribuciones SAS, consultado el 22 de agosto del 2017, en:

<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>.

5.2 Estado de desarrollo

En lo que respecta a los jugos o industria de zumos como es reconocida, se puede analizar que la misma ha tenido un gran dinamismo a nivel mundial. Esto se debe a: las personas buscan consumir jugos de índole natural, por salud y porque esta clase de bebidas son aceptadas por el común de las personas.

En una encuesta realizada en el 2015, a nivel mundial entre 187 países, se obtuvo que Colombia, era el segundo consumidor de bebidas naturales, Lo que lleva, a concluir que en nuestro país se aprecia mucho el consumo de bebidas naturales, porque precisamente nuestros pisos térmicos otorgan la capacidad de que haya variedad de las frutas. De otra parte, se establece que el consumo de zumo de frutas es una actividad poco costosa, lo que trae como consecuencia que dicho producto sea consumido por la totalidad de la población y de otra parte tiene consecuencias saludables para los habitantes no solo de Colombia y de Garzón.

En lo concerniente a Colombia, el consumo de zumos o pulpas naturales, se tiene las siguientes perspectivas: Según (Nielsen, 2015),

“La categoría conformada por jugos (aquellos con un aporte de casi 100% de fruta), néctares (con un 17-99% de fruta), refrescos (con un 1-17% de fruta) y citrus (con 0-1% de fruta), mostró un crecimiento importante que mantiene la categoría como la cuarta opción de bebidas por parte de los colombianos.

Gracias a estos movimientos, la categoría creció durante el 2014, un 10 por ciento en volumen y un 6 por ciento en valor, y promete continuar con esta interesante dinámica durante 2015, continuará enfrentando una gran variedad de cambios, con interesantes apuestas por parte de los fabricantes”.

En lo que respecta al departamento del Huila, la producción de fruta se establece según conclusiones emitidas por el la Encuesta Nacional Agropecuaria (2014): el departamento del Huila, es una de las zonas de mayor productividad de fruta:

“El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reportó que el 20 por ciento de los productos mayoristas procedentes del Huila, que llegan a las principales plazas de mercado del país para ser comercializados son frutas, principalmente el lulo que se siembra en municipios como Pitalito y Garzón.

Los productos que llegan a los mercados mayoristas procedentes de Huila, el 20 por ciento correspondió al lulo, el cual procede de los municipios de Pitalito y Garzón, así como de la

capital del departamento. En menor medida ingresa desde Gigante, Palermo y La Plata. Le siguen el arroz, la granadilla, el tomate chonto, el maracuyá, el melón, el plátano hartón verde y otros productos entre los que se encuentra la mora, la tilapia, el banano y el maíz”, destaca el informe del DANE”

En lo que respecta al estado del desarrollo referido a la obtención de la pulpa de fruta, se puede analizar que ha existido un gran avance para la conservación y obtención del valor nutricional de la misma. Ante la presencia del factor que la fruta se daña: es decir se sobre madura o también no se puede aprovechar íntegramente la misma, se ha hecho factible que cambien las condiciones de cultivo, de transporte y de conservación de las frutas, que es un producto necesario para la nutrición del hombre en todo momento y lugar.

5.2.1 Conservación de la fruta por medio del calor.

Para lograr una mejor disposición de las frutas, se puede realizar mediante el concepto del calor. Este tratamiento según (Cano, 2015), se caracteriza por lo siguiente:

“La aplicación de calor es un método basado en el empleo de altas temperaturas que produzcan la muerte de bacterias y otros microorganismos.

Se trata de una técnica antiquísima en cuanto a la desecación de alimentos. Pero no se empezó a utilizar hasta Pasteur, como técnica de aplicación de calor para reducir el riesgo de crecimiento microbiano.

En la actualidad las empresas aplican dos variantes de aplicación de calor como medio de conservación de alimentos, estas son:

- Esterilización. La esterilización está basada en la destrucción de bacterias y otros microorganismos a altas temperaturas ($> 100\text{ }^{\circ}\text{C}$) y generalmente se envasan antes de aplicar el proceso térmico. Éste se suele realizar con un autoclave, parecido a la olla a presión.
- Pasteurización. En la pasteurización se aplican temperaturas no superiores a 90°C durante tiempos variables de esta manera se logra reducir la carga microbiana pero no las esporas y se inactivan los sistemas enzimáticos.

Esta técnica tiene el inconveniente de que los productos pasteurizados tienen una durabilidad limitada y siempre deben mantenerse en el frigorífico

- Ahumado
- Deshidratación

5.2.2 Conservación de la fruta por medio del frío.

Por medio de esta técnica, se conservan las frutas y verduras por mayor tiempo, como afirma (Umaña, s.f.) esta práctica tiene como finalidad lo siguiente:

“La refrigeración: La refrigeración consiste en la conservación de los productos a bajas temperaturas, pero por encima de su temperatura de congelación. De manera general, la refrigeración se enmarca entre -1°C y 8°C . De esta forma se consigue que el valor nutricional y las características organolépticas casi no se diferencien de las de los productos al inicio de su almacenaje. Es por esta razón que los productos frescos refrigerados son considerados por los consumidores como alimentos saludables.

La refrigeración evita el crecimiento de los microorganismos termófilos que crecen a una temperatura arriba 45°C como *Bacillus* y *Clostridium* además de algunas algas y hongos y de muchos mesófilos que crecen en temperaturas de entre -5 a -7°C como bacterias.

El principio de la conservación de los alimentos por el sistema de congelación se basa en el mismo principio que el de la refrigeración la ventaja que presenta es que en cuanto más baja es la temperatura más se aleja de las condiciones ideales en las que pueden multiplicarse los microorganismos, por lo que el alimento se altera cada vez menos.

La congelación consiste en la aplicación de temperaturas a los alimentos por debajo de cero grados centígrados, de forma que parte del agua del alimento se convierte en hielo. Al mismo tiempo, como el agua se solidifica, se produce una desecación del alimento, lo que contribuirá de forma significativa a una mejor conservación. Lógicamente, este efecto será más importante cuanto más baja sea la temperatura.

La temperatura de elección a nivel internacional es de $-18^{\circ}\text{C}/0^{\circ}\text{F}$, ya que por debajo de ésta se estima que no es posible la proliferación de bacterias (significativamente), por lo que disminuye la posibilidad de alteración y se reducen los riesgos para la salud. Hay que destacar que, después de la refrigeración, la congelación es el tratamiento que menos modificaciones produce en los alimentos. De forma que después de la descongelación los alimentos son casi idénticos a los productos crudos empleados como materia prima.

No toda el agua presente en el alimento puede separarse en forma de cristales como consecuencia de la congelación. En el alimento existe una fracción del agua no congelable a la que corresponde una actividad de agua muy baja (de hasta 0,3). Esta agua, la cual se encuentra

fuertemente unida a las estructuras moleculares, es denominada agua ligada y representa entre el 5 y el 10% de la masa total de agua contenida en el alimento”.

En la actualidad, a nivel regional hay una empresa que elabore y comercialice este tipo de producto: Asociación de Productores de Pulpa de Fruta de Palestina “ASOPROPULPA”, el producto obtenido se exporta a otras regiones del país; Bogotá, el Valle, Antioquia, el Tolima, producto bajo las más estrictas normas de higiene y calidad.

A nivel de Garzón, son fabricantes de tipo artesanal, que se encuentran en el municipio y que llegan a ciertas áreas del mismo, no tienen continuidad en el la elaboración de la pulpa y solo desarrollan un solo sabor por semana. No hay medidas de aseveren que el producto actual sea de la mejor condición para el consumo de los clientes.

5.3 Proceso de producción

Para el desarrollo del proceso de producción, se establecen las siguientes operaciones que llevan a la transformación de la fruta fresca en la pulpa que se va a vender a los consumidores:

- Recepción. operación de recibo de la fruta en la cual se pesa y se analiza la calidad para obtener los rendimientos finales.
- Lavado y desinfección (Limpieza). Se lava la fruta y todo para lograr que la misma esté libre de mal aspecto que atente contra sus propiedades.
- Selección. Se seleccionan las frutas de mejor consistencia tanto en el aspecto exterior como interno.
- Pelado y arreglo. El pelado significa quitar la cascara y definir la pulpa en sí de la fruta.

El pelado de la fruta se puede hacer de diferentes maneras; manual, físico, mecánico u otro método.

- Escaldado. Con el este método de origen térmico corto, que se aplica a las frutas y busca ablandar los tejidos, disminuir la contaminación superficial e inactivar enzimas que puedan afectar características como son: color, sabor, aroma y apariencia.

A continuación se presenta los diferentes procesos de producción de las pulpas ya definidas, así como la distribución de planta:

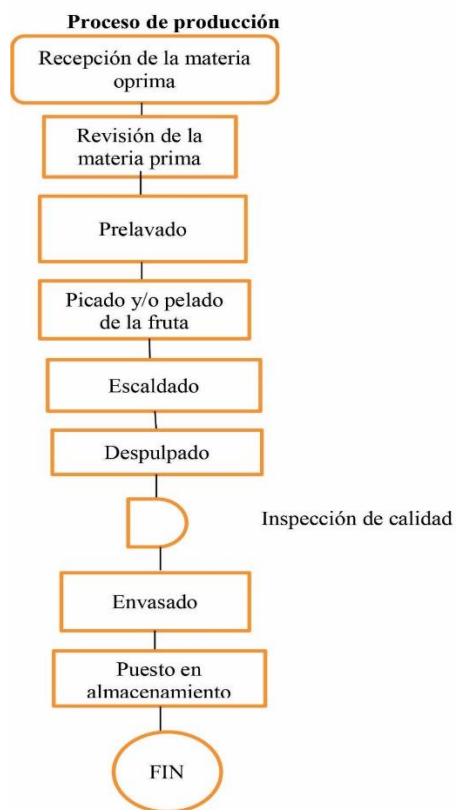
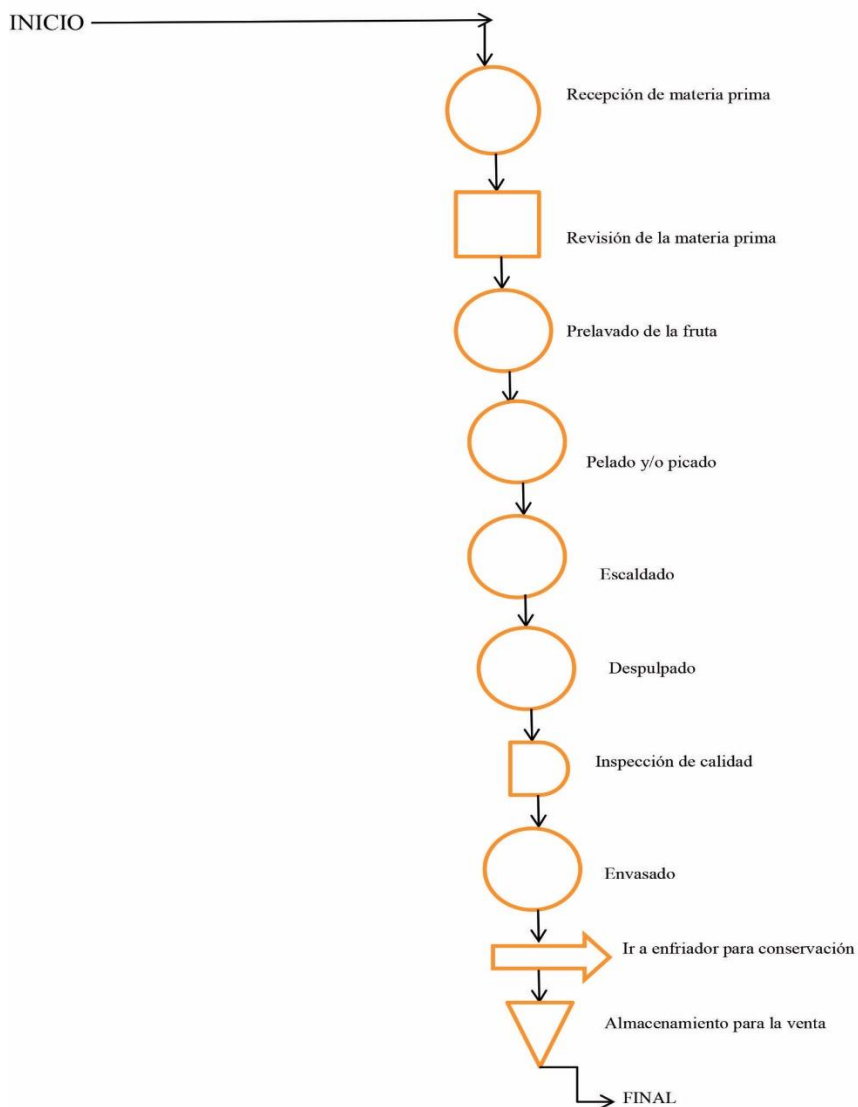


Figura 2. Proceso de producción para la obtención de la pulpa de fruta.

Fuente: Las autoras

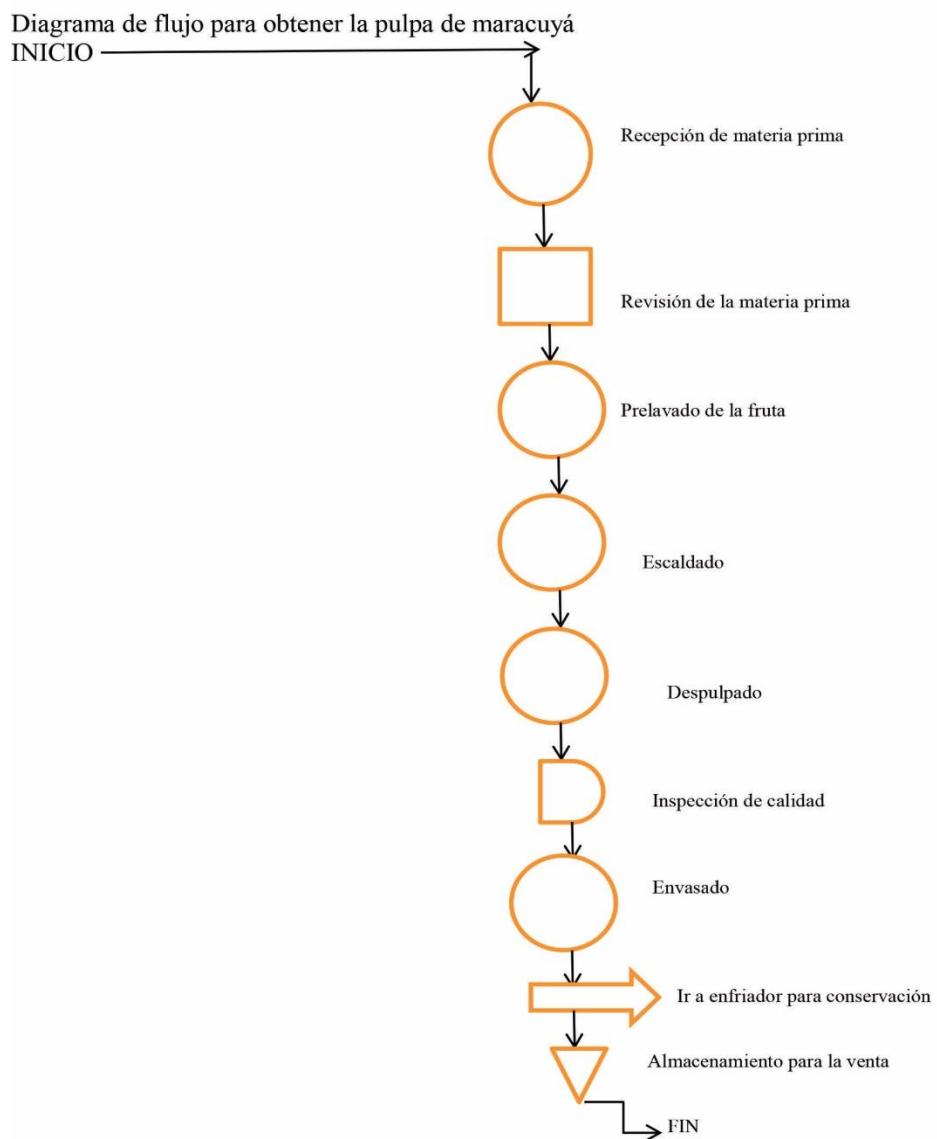
Diagrama de flujo para obtener la pulpa de mango



RESUMEN	
ACTIVIDAD	CANTIDAD
Operaciones	6
Inspección	2
Almacenamiento	1
TOTAL	9

Figura 3. Proceso de producción para la obtención de la pulpa de MANGO.

Fuente: Las autoras

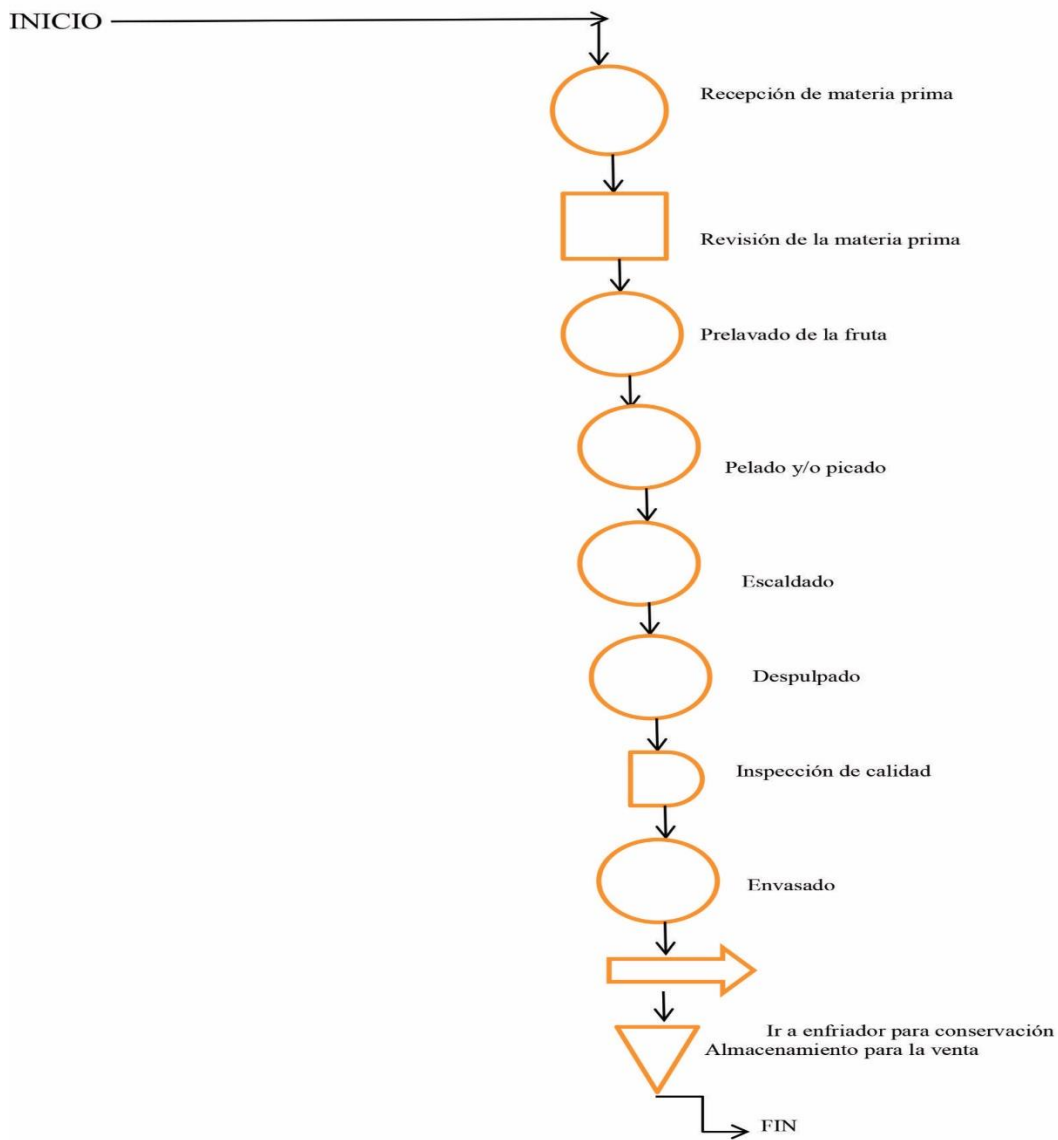


RESUMEN	
ACTVIDAD	CANTIDAD
Operaciones	5
Inspección	2
Almacenamiento	1
TOTAL	8

Figura 4. Diagrama para obtener la pulpa de Maracuyá

Fuente: Las autoras

Diagrama de flujo para obtener la pulpa de guanábana y mora



RESUMEN	
ACTIVIDAD	CANTIDAD
Operaciones	6
Inspección	2
Almacenamiento	1
TOTAL	9

Figura 5. Diagrama para obtener la pulpa de Guanábana y Mora

Fuente: Las autoras

Resumen de las actividades a realizar para obtener la pulpa de fruta

RESUMEN	
ACTIVIDAD	CANTIDAD
Operaciones	6
Inspección	2
Almacenamiento	1
TOTAL	9



Gráfica. Flujo grama de elaboración de pulpa de fruta

Figura 6. Flujo grama de elaboración de pulpa de fruta

Fuente: Elaborado por las autoras del Plan

5.4 Distribución de las áreas de la planta:

Entre las cuales se resalta: Cafetería, área de envasado y empaçado, área de producción, secretaria, cuarto frio, bodega de materia prima, gerencia, sala de espera y baños - vestier

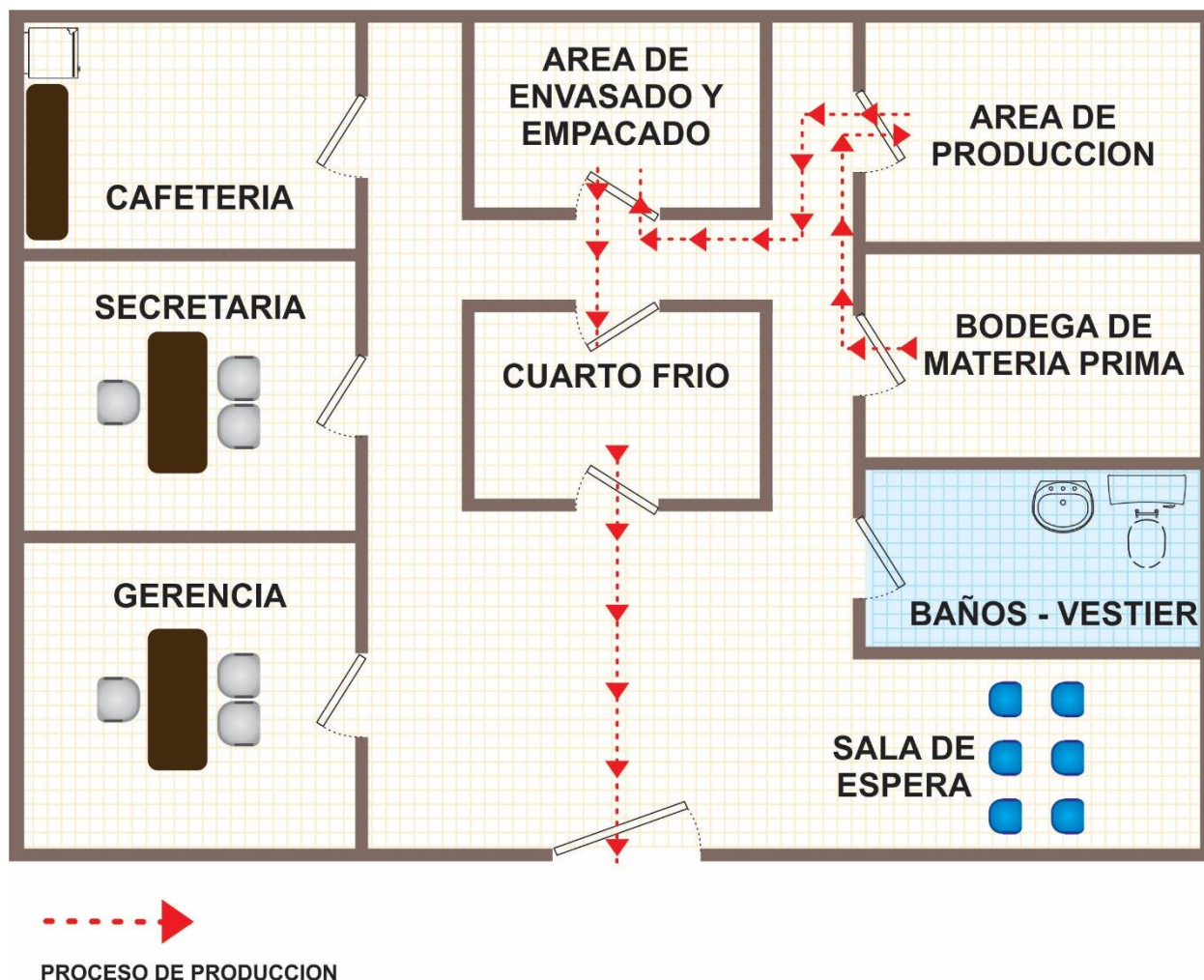


Figura 7. Distribución de planta

Fuente: Elaborado por las autoras del Plan

5.5 Necesidades y requerimiento

Teniendo en cuenta el proceso de producción descrito, se hace necesario definir los diferentes equipos y/o herramientas que se requiere para el manejo adecuado de la pulpa de fruta. Por lo tanto, se establece los siguientes:

- Mesa de Trabajo.
- Set de cuchillos para frutas y verduras.
- Mesa de selección de la fruta
- Lavadora de Frutas.
- Despulpadora de Frutas.

- Marmita Eléctrica de 20 galones.
- Tanque de escaldado
- Envasadora Selladora Semiautomática para Productos Densos.
- Cuarto Frío
- Canastilla de embalaje
- Computador
- Impresora
- Mobiliario de la empresa: sillas, escritorios, archivador, teléfono
- Aire acondicionado
- Material de publicidad y promoción
- Adecuaciones del local

5.6 Plan de producción

El plan de producción de la empresa de la pulpa de fruta se observa en las siguientes tablas:

5.6.1 Pulpa de mora

Se representa a continuación el trabajo realizado por mes: 103

Tabla 41 .Plan de producción: Pulpa de Mora por mes (Kg): Año 2017

Artículo	ener	febrer	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septi	octub	nov	dic
pulpa de mora	.583	.583	.583	.583	.583	.585	.583	.583	.583	.583	.586	.585
total	.583	.583	.583	.583	.583	.585	.583	.583	.583	.583	.586	.585

Fuente: Calculo de las investigadoras.

Tabla 42. Plan de producción. Pulpa de Mora por trimestre (Kg): Año 2017

Artículo	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Pulpa de mora	7.749	7.749	7.749	7.754
Total	7.749	7.749	7.749	7.754

Fuente: Calculo de las investigadoras.

Tabla 43. Plan de producción. Pulpa de Mora por semestre (Kg): Año 2017

Artículo	Primer semestre	Segundo semestre
Pulpa de mora	15.498	15.503
Total	15.498	15.503

Fuente: Calculo de las investigadoras.

5.6.2 Pulpa de maracuyá

Por día, siendo 25 días de trabajo por mes: 74

Tabla 44. Plan de producción. Pulpa de Maracuyá por mes (Kg)

Artículo	ener	febrer	marzo	abr	mayo	junio	julio	agos	septi	octub	nov	dic
Pulpa de maracuyá	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.847	.848
Total	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.845	.847	.848

Fuente: Calculo de las investigadoras

Artículo	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Pulpa de maracuyá	5.535	5.535	5.535	5.540
Total	5.535	5.535	5.535	5.540

Tabla 45. Plan de producción. Pulpa de Maracuyá por trimestre (Kg)

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 46. Plan de producción. Pulpa de Maracuyá por semestre. Año 2017

Artículo	Primer semestre	Segundo semestre
Pulpa de maracuyá	11.070	11.075
Total	11.070	11.075

Fuente: Calculo de las investigadoras

5.6.3 Pulpa de guanábana

Por día, 25 días de trabajo por mes: 59

Tabla 47. Plan de producción. Pulpa de Guanábana por mes (Kg).

Artículo	ener	febrer	marzo	abr	mayo	junio	julio	agos	septi	octub	nov	dic
Pulpa de maracuyá	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468
Total	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 48. .Plan de producción. Pulpa de Guanábana por trimestre

Artículo	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Pulpa de guanábana	4.404	4.404	4.404	4.404
Total	4.404	4.404	4.404	4.404

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 49 Plan de producción. Pulpa de Guanábana por semestre: año 2017

Artículo	Primer semestre	Segundo semestre
Pulpa de guanábana	8.808	8.808
Total	8.808	8.808

Fuente: Calculo de las investigadoras

5.6.4 Pulpa de mango

Por día, 25 días de trabajo por mes: 59

Tabla 50. Plan de producción. Pulpa de Mango por mes (Kg).

Artículo	ener	febrer	marzo	abr	mayo	junio	julio	agos	septi	octub	nov	dic
Pulpa de mango	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468
Total	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468	.468

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 51. Plan de producción. Pulpa de Mango por trimestre

Artículo	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Pulpa de mango	4.404	4.404	4.404	4.404

Total	4.404	4.404	4.404	4.404
-------	-------	-------	-------	-------

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 52. Plan de producción. Pulpa de Mango por semestre: año 2017

Articulo	Primer semestre	Segundo semestre
Pulpa de mango	8.808	8.808
Total	8.808	8.808

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 53. Proyección de unidades a producir

Detalle	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Pulpa de Mora	31.003	31.641	32.291	32.944	33.560
Pulpa de Maracuyá	22.145	22.600	23.065	23.531	23.971
Pulpa de guanábana	17.616	18.081	18.452	18.825	19.177
Pulpa de mango	17.616	18.080	18.452	18.825	19.177

Fuente. Cálculos de grupo investigador.

5.7 Costos de producción

Para definir en primer lugar el consumo por unidad del producto, se tiene en cuenta que según los datos arrojados por el Ministerio de Agricultura y la Secretaria de Desarrollo Agropecuario, las frutas obtienen un rendimiento del 60%. El costo unitario se obtuvo gracias a un sondeo de precios que se efectuó en la Plaza Central Mayorista de Garzón en junio del presente año

Los costos de producción se pueden dividir de la siguiente manera:

Tabla 54 .Costos unitarios de producción

COSTOS UNITARIOS				
Costo	Mora	Maracuyá	Guanábana	Mango
Materiales				
Insumos	990	1.280	1.470	738
Mano de obra	596	835	1.049	1604
Prestaciones mano de obra	316	443	556	851
Aportes patronales empleador	176	246	309	473
Comisión de Venta	0	0	0	0
Prestaciones sobre comisiones	0	0	0	0
Aportes patronales empleado	24	33	42	64
Servicios públicos	77	108	136	208
Empaque	200	200	200	200
Total	2.379	3.145	3.762	4.138

Fuente: Calculo de las investigadoras. Año 2017

Tabla 55. Consumo por unidad del producto. Fruta de Mora. Año 1

MORA				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	Costo Año 1
Fruta mora	Kilo	1.550	2.400	\$ 3.720.000
TOTAL				\$3.720.000

Fuente: Calculo de las investigadoras. Año 2017

Tabla 56. Consumo por unidad de producto, Fruta de Maracuyá año 1

MARACUYA				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS				
	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	Costo Año 1
	Bolsa x			
Fruta maracuyá	10	1.107	2.800	\$ 3.099.600
TOTAL				\$ 3.099.600

Fuente: Calculo de las investigadoras. Año 2017

Tabla 57. Consumo por unidad de producto, Fruta guanábana año 1

GUANABANA				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS				
	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	Costo Año 1
Fruta				
guanábana	Kilo	8.808	2.000	\$ 17.616.000
TOTAL				\$17.616.000

Fuente: Calculo de las investigadoras. Año 2017

Tabla 58. Consumo por unidad de producto, Fruta mango año 1

MANGO				
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS				
	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	Costo Año 1
	Caja x			
Fruta mango	11	576	1.200	\$ 691.200
TOTAL				\$691.200

Fuente: Calculo de las investigadoras. Año 2017

Tabla 59. Consumo por unidad de producto año 2. Se establece un incremento del 4%

MATERIAS PRIMAS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 2	Costo Año 2
Fruta mora	4%	2.500	\$ 4.030.000
Fruta maracuyá	4%	2.912	\$ 3.351.712
Fruta guanábana	4%	2.080	\$ 19.052.800
Fruta mango	4%	1.250	\$750.000

Fuente: Calculo de las investigadoras.

Tabla 60. Consumo por unidad de producto año 3. Se establece un incremento del 4%

MATERIAS PRIMAS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 3	Cantidad consumida	Costo Año 3
Fruta mora	4%	2.600	1.676	\$ 4.357.600
Fruta maracuyá	4%	3.050	1.200	\$ 3.660.000
Fruta guanábana	4%	2.200	9.160	\$ 20.152.000
Fruta mango	4%	1.300	624	\$811.200

Fuente: Calculo de las investigadoras.

Tabla 61. Consumo por unidad de producto año 4. Se establece un incremento del 4%

MATERIAS PRIMAS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra Año 4	Cantidad consumida	Costo Año 4
Fruta mora	4%	2.704	1.743	\$ 4.713.072
Fruta maracuyá	4%	3.172	1.248	\$ 3958.656
Fruta guanábana	4%	2.288	9.526	\$ 21.795.488
Fruta mango	4%	1.352	650	\$878.800

Fuente: Calculo de las investigadoras

Tabla 62. Consumo por unidad de producto año 5. Se establece un incremento del 4%

MATERIAS PRIMAS	% increm. Vr Compra	Vr. Unit. Compra 5	Cantidad	Costo Año 5
			consumida	
Fruta mora	4%	2.812	1.813	\$ 5.098.156
Fruta maracuyá	4%	3.300	1.300	\$ 4.290.000
Fruta			9.907	
guanábana	4%	2.380		\$ 23.578.660
Fruta mango	4%	1.406	676	\$950.456

Fuente: Calculo de las investigadoras

Se establece igualmente la capacidad y el costo de la mano de obra para el proyecto:

Tabla 63. Capacidad mano de obra

CAPACIDAD MANO DE OBRA (Unidad/ Hombre /Turno)	Rendimiento Unidades/día	REQUERIMIENTO DE PERSONAL (Contrato Laboral)		
		Cargo 1	Cargo 2	Cargo 3
Producto 1	98	#1	#1	#0
Producto 2	70	#1	#1	#0
Producto 3	63	#1	#1	#0
Producto 4	63	#1	#1	#0
SALARIO MÍNIMO POR PERSONA (Anual)		\$ 9.240.000	\$9.240.000	\$

Fuente: Calculo grupo de investigadoras.

Tabla 64 .Costo mano de obra por unidad de producto

COSTO POR UNIDAD (Salario mínimo anual / unidades producción año)	CARGOS			COSTO POR UNIDAD
	Cargo 1	Cargo 2	Cargo 3	
Producto 1	\$ 8,71	\$ 8,71	\$	\$17,42
Producto 2	\$8,71	\$8,71	\$	\$17,42
Producto 3	\$8,71	\$8,71	\$	\$17,42
Producto 4	\$8,71	\$8,71	\$	\$17,42

Fuente: Calculo grupo de investigadoras.

Tabla 65. Capacidad mano de obra por unidad de producto

CAPACIDAD MANO DE OBRA (Unidad/ Hombre /Turno)	Rendimiento Unidades/día	REQUERIMIENTO DE PERSONAL			COSTO POR UNIDAD
		Cargo 1	Cargo 2	Cargo 3	
Producto 1	98	#1	#1	#0	\$17,42
Producto 2	70	#1	#1	#0	\$17,42
Producto 3	63	#1	#1	#0	\$17,42
Producto 4	63	#1	#1	#0	\$17,42
COSTO POR UNIDAD		\$ 9.240.000	\$9.240.000	\$	\$

Fuente: Calculo grupo de investigadoras.

5.8 Infraestructura

Para la puesta en marcha del Plan de Negocios, se hace necesario establecer los costos en que se incurre el mismo en la etapa de infraestructura. No solo se presentan los equipos y maquinaria para el proyecto en su etapa productiva, sino los equipos para el soporte administrativo y organizativo.

La infraestructura será la siguiente:

Tabla 66. Costos de inversión

COSTO DE INVERSION	Valor
Lote, local, edificio	0
Remodelación y adecuaciones	17.875.501
Vehículo	0
Maquinaria	
Lavadora de frutas	1.000.000
Despulpadora de frutas	3.800.000.
Marmita eléctrica	4.000.000
Bomba positiva	4.800.000
Equipo	
Envasadora, selladora para productos fríos	7.000.000
Cuarto frio	8.000.000

Aire acondicionado	1.000.000
Computador	1.300.000
Impresora	514.000
Herramientas: Mesa de trabajo, set de cuchillos para frutas y verduras	143.777
Muebles y enseres: Sillas, escritorio, archivador, teléfono	1.244.000
Canastilla para embalaje:20 canastillas	180.000
TOTAL INVERSION INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA	50.857.278

Fuente: Cotizaciones recolectadas por las investigadoras.

5.9 Conclusiones estudio de operación

Los sistemas de costeo son una clave importante para llevar a cabo el control en cualquier tipo de empresa, por tal razón en el apartado anterior se resalta de manera clara los costos y gastos en los que se está incurriendo a lo largo de la operación. Además, al aplicar el sistema de costeo por órdenes de trabajo, algunas de las ventajas más notables que se obtuvieron son:

Contar con información relevante para la toma de decisiones, tener la información exacta de los costos que resultan de la realización de una orden de trabajo determinada, el control de la mano de obra directa y los materiales directos por medio de los formatos de requisición de materiales, conocer el costo del inventario en proceso en cualquier momento y al finalizar

Además, con los costos de producción reflejados desde la tabla 54 a la 66 se identifica los costos de producción unitarios como materiales a utilizar, insumos, mano de obra, gastos en servicios públicos y demás (tabla 54), consumos por unidad de producto en un año y proyección hasta el quinto (5) años (tabla 55 – 62), con un incremento del 4%, tanto para la mora, el maracuyá, la guanábana y mango. Por otro lado se resalta la capacidad de mano de obra con un total de gastos de \$9.240.000 y por último se resalta los gastos en infraestructura que incluye el lote, adecuación o remodelación, la maquinaria y demás (tabla 66), con un total de inversión de \$50.857.278.

De esta manera se muestra la inversión por órdenes de trabajo, la cual resalta la proyección a cinco años en gastos y costos, que servirán como base para las operaciones futuras, ya que se contara con registros de operaciones con sus tiempos, lo cual facilitara la ejecución y planeación de otras operaciones.

6. Estudio organizacional

Dentro del Estudio Organizacional en primer lugar se plantea el análisis DOFA, para reconocer tanto las fortalezas y debilidades de carácter interno, así como las oportunidades y amenazas del entorno de la empresa, dentro del momento actual.

En segundo lugar, se establece la Estructura Organizacional, como los aspectos legales de la empresa. Por último se plantean los costos administrativos que son el personal y los gastos administrativos en la cual incursiona la entidad.

6.1 Estrategia organizacional

Se plantea un análisis tanto interno como externo de la organización.

6.1.1 Análisis de DOFA

Tabla 67. Análisis DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
1. Poca experiencia en el manejo de empresa	1. La inversión para el Plan de Negocios, no es muy alta
2. No se cuenta con capital suficiente	2. La empresa, alto nivel de acción para distribuir el producto
3. Existe poco conocimiento en lo que respecta a la comercialización del producto	3. Se presenta que la pulpa de fruta es aceptada por los consumidores
4. La empresa tiene poco nivel organizativo	4. La empresa, se ubica en el lugar donde se encuentra la materia prima.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. El Departamento del Huila es una región que crece a nivel empresarial.	1. Poco apoyo del estado en la actualidad para fundar empresa en Garzón.
2. Desarrollo del Plan del gobierno departamental, para convertir la región en sitio turístico por excelencia.	2. El hecho que el Estado cambie la normatividad para las empresas.
3. Surge la necesidad de crear empresas, aprovechando la variedad de materias primas.	3. La entrada de nuevos productos de alimentación.
4. El aumento de la población en Garzón.	4. Cambios en los gustos de los consumidores

6.1.2 Análisis de FODA

Tabla 68. Análisis FODA

FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1	A1
	O2	A2
	O3	A3
	O4	A4
FORTALEZAS	Diseñar una empresa que llene las expectativas en cuanto consumir pulpa de fruta.	Productos de más bajo costo que no poseen características alimenticias sanas.
F1	Aprovechar que existe mayor cantidad de población.	El consumo de refrescos y gaseosas
F2	Ofrecer el producto en las diferentes Instituciones Educativas.	Lograr más apoyo de las empresas.
F3	Ofrecer el producto en empresas para población mayor de 40 años.	Transformar el gusto de las personas, con respecto al consumo de frutas.
F4	Ofrecer el producto en los municipios aledaños.	Nuevos productos con características similares y más económicas que el nuestro.

6.2 Estructura organizacional

A continuación se refleja las funciones y el perfil del gerente, los operarios, la secretaria – vendedor y contador.

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Gerente (1)	Representante legal de la empresa Elaborar los planes que tendrá la empresa a mediano y largo plazo Determinar los sistemas de control necesarios tanto administrativos como financieramente Crear el clima organizacional para los empleados Establecer programas de desarrollo de la empresa Presentar al dueño de la empresa el proyecto de presupuesto en forma anual y el desarrollo de nuevos productos y servicios	Último semestre o recién egresado de la carrera de Administración de Empresas. Residente en el municipio de Garzón. Mujer u hombre, mayor de 30 años de edad. Experiencia en la empresa privada.

Operarios (2)	<ul style="list-style-type: none"> •Llevar a cabo las labores asignadas en cuánto se refiere a la producción. •Llevar a cabo el mantenimiento de los equipos y herramientas que maneja. •Velar para que haya la materia prima necesaria para efectuar la producción de la empresa •Igualmente que la misma sea de óptima calidad, que se encuentre en buen estado de conservación y manejo, así como también el suficiente stock de materia prima para la producción de los artículos que se elaboran. •Velar por el buen uso de los equipos y de los componentes. •Mantener una comunicación continua con la gerencia de la empresa. •Que el producto elaborado se haga dentro de las más estrictas normas de calidad establecidas tanto por la dirección de la empresa como por las autoridades competentes. 	<p>Bachiller o haber tener curso en el SENA en el manipulación de alimentos</p> <p>Mujer u hombre, mayor de 30 años de edad.</p> <p>Experiencia en la empresa privada</p>
Secretaria-vendedora (1)	<ul style="list-style-type: none"> •Apoyar a la GERENCIA en el proceso de comercialización de los productos que elabora •Realizar labores de venta externa de la empresa. •Trasladarse a los sitios y lugares que le indique la gerencia para la comercialización de los productos 	<p>Bachiller o haber tener curso en el SENA sobre secretariado</p> <p>Mujer, mayor de 18 años de edad.</p> <p>Experiencia en la empresa privada</p>
	<ul style="list-style-type: none"> •Apoyar en todo a la gerencia y el área administrativa. •Realizar labores de contestar el teléfono, •Recibir y clasificar la correspondencia que llegue a la empresa •Elaborar y enviar la correspondencia que le solicite la gerencia de la empresa 	
Contador (1)	<ul style="list-style-type: none"> •Preparar los estados financieros, para la Gerencia o usuarios externos. •Revisar diariamente el movimiento y su informe. <ul style="list-style-type: none"> •Realizar arquezos de caja. •Revisión de las diferentes liquidaciones: Contratos de trabajo, nóminas, etc. 	<p>Contador publico</p> <p>Residente en Garzón</p> <p>Con tarjeta profesional</p> <p>Conocimiento de las normas NIIF</p> <p>Experiencia profesional de dos años</p>

<ul style="list-style-type: none"> •Preparación de las conciliaciones bancarias. •Estar al tanto de todas las responsabilidades legales que tiene la empresa. (compromisos con la DIAN) 	
---	--

6.2.1 Estructura organizacional de la empresa DESPULPADORA S.A.S

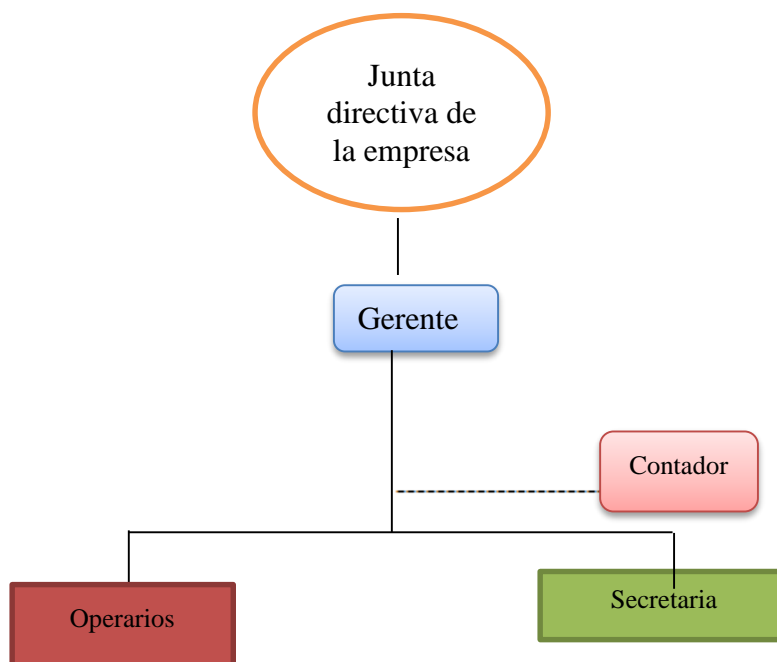


Figura 8. Organigrama de la empresa Despulpadora S.A.S.

6.3 Aspectos legales

La empresa que se va proyectar para este Plan de Negocios, tendrá el siguiente nombre: DESPULPADORA S.A.S. La dirección para todos los trámites será la siguiente: Finca EL IGUA, vereda El Barzal, kilómetro 3 vía Garzón a Neiva.

6.3.1 Tramites comerciales

Tipo de empresa: Sociedad Anónima Simple

Clasificación CIU: D 152105

Documento; Escritura privada de constitución

Inscripción ante la Cámara de Comercio

6.3.2 Tramites tributarios

Inscripción ante la DIAN

Inscripción ante la secretaria de hacienda municipal

Pago de impuesto municipal

6.3.3 Tramites de funcionamiento

Permiso del INVIMA

Secretaría del Medio Ambiente Municipal

6.3.4 Tramites de seguridad social

Afiliación a salud, fondo de pensiones y cesantías.

Afiliación a ARL, caja de compensación y el Sena.

Para la distribución de las utilidades se establece hacerlo por partes iguales entre los socios de la empresa y para lograr surtir los diferentes trámites se establece un periodo de un mes aproximadamente, luego de la constitución legal de la empresa como tal.

6.4 Costos administrativos

Se establecen el siguiente costo administrativo del proyecto:

Tabla 69. Presupuesto de la nómina Año1.

Cargo	ant.	Sueldo	Aux. deTransp.	Total sueldos	Prestac.	Aportes patrón.	Total salarios	Vr anual
Gerente General	1	1.500.000		1.500.000	795.000	307.500	18.000.000	18.795.000
Operarios	2	770.000	83.140	1.706.280	816.200	315.700	18.480.000	19.296.200
Secretaria – Vendedora	1	770.000	83.140	853.140	408.600	157.850	9.240.000	9.648.600
Total	4	3.810.000	249.420	4.059.420	2.018.800	781.050	45.700.000	47.739.800

Fuente: Cálculo de las investigadoras.

Tabla
administrativos

70. Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Costo	Vr Mensual	Año 1
Arriendo	0	0
Gastos de transporte	50.000	600.000
Servicios públicos	200.000	2.400.000
Teléfono	80.000	960.000
Dotaciones	0	600.000
Papelería	50.000	600.000
Publicidad	260.000	3.120.000
Intereses	0	9.653.495
Asesoría contable	1.200.000	14.400.000
asesoría jurídica	0	0
Mantenimiento	200.000	1.200.000
Seguros	0	300.000
Amortizaciones	0	8.070.145
Depreciación	0	2.064.400
Cafetería	40.000	480.000
Total	2.080.000	44.448.040

Fuente; Cálculo de las investigadoras.

7. Estudio financiero

El estudio financiero sirve para efectuar la función esencial de transformar datos, de los que hay una cantidad y variedad en información útil, para establecer una base sólida y sistemática de su aplicación racional. De acuerdo con Ramírez (2000) el estudio financiero considera la información de los estudios de mercado y técnico para obtener los flujos de efectivo positivos y negativos a lo largo del horizonte de planeación, el monto de la inversión fija y

Por otro lado, están las inversiones en remodelación y adecuaciones, las cuales son un tema importante a la hora de generar impactos positivos en la imagen de la empresa, en la cual genera un costo de \$17,875,501; reflejado en la tabla 72.

Tabla 72 . Inversión de Mobiliario y decoración

INVERSION MOBILIARIO Y DECORACION				
LA GARZONEÑA				
DETALLE DE	CANTIDAD	COSTO	COSTO	VIDA
INVERSIONES		UNITARIO	TOTAL	UTIL
				(años)
Remodelación y adecuaciones	1	17.875.501	17.875.501	
	0	\$ -	\$ -	10
TOTAL			\$ -	

considera como vida útil probable de los bienes depreciables, hasta veinte años para la propiedad inmueble, diez años para la propiedad mueble y cinco años para los aviones y Vehículos automotores en general.

Posteriormente, el artículo 2 del Decreto 3019 de 1989 dispuso que la vida útil de los activos fijos depreciables, adquiridos a partir de 1989 será la siguiente: Inmuebles (incluidos los oleoductos) 20 años, Barcos, trenes, aviones, maquinaria, equipo y bienes muebles 10 años, Vehículos automotores y computadores 5 años. Además, los contribuyentes cuando consideren que la vida útil señala en el reglamento, no corresponde a la realidad económica, podrán con previa autorización del Director de Impuestos Nacionales, fijar una vida útil distinta, con base en conceptos o tablas de depreciación de reconocido valor técnico, de conformidad al artículo 138 del Estatuto Tributario.

Por lo anterior, se debe hacer distinción entre la vida útil para efectos contables y tributarios, siendo la primera determinada en forma técnica y la segunda la señala por el reglamento o autorizada por el Director de la DIAN. Por lo tanto, a continuación se refleja cada uno de los activos involucrados en el proyecto a realizar, los cuales se clasifican en vida útil de 10 años y 5 años.

Entre los activos con vida útil de 10 años tenemos la envasadora selladora, sumadora, muebles y enseres, canastilla para embalaje, reflejados en la tabla 74, 75 y 76, resaltándose que a medida que llegan a su máxima duración disminuye su valor de costo, resaltándose los muebles y enseres donde se refleja valores inferiores después de los siete años de vida útil. Por otro lado se encuentran los activos con vida útil de 5 años, donde se resalta el telefax, computador e impresora y canastilla para embalaje, reportados en la tabla 77, 78 y 79.

Tabla 74. Vida útil estimada de 10 años para equipos varios de oficina

CONCEPTO	AÑOS					VALOR RESIDUAL	6	7	8	9	10
	1	2	3	4	5						
VIDA ÚTIL ESTIMADA 10 AÑOS											
ENVASADORA, SELLADORA	\$ 7,000,000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000		\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000	\$ 7,000,000
Depreciación del 10% sobre costo ajustado	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ -	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000
Ajuste a la depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ -	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000	\$ 700,000
Depreciación acumulada	\$ 700,000	\$ 1,400,000	\$ 2,100,000	\$ 2,800,000	\$ 3,500,000		\$ 4,200,000	\$ 4,900,000	\$ 5,600,000	\$ 6,300,000	\$ 7,000,000
Neto del activo	\$ 6,300,000	\$ 5,600,000	\$ 4,900,000	\$ 4,200,000	\$ 3,500,000		\$ 2,800,000	\$ 2,100,000	\$ 1,400,000	\$ 700,000	\$ -
SUBTOTAL						\$ 3,500,000					
VIDA ÚTIL ESTIMADA 10 AÑOS											
MUEBLES YENSERES	\$ 1,244,000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000		\$ 1,244,000	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000	\$ 1,244,000
Depreciación del 10% sobre costo ajustado	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ -	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400
Ajuste a la depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ -	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400	\$ 124,400
Depreciación acumulada	\$ 124,400	\$ 248,800	\$ 373,200	\$ 497,600	\$ 622,000		\$ 746,400	\$ 870,800	\$ 995,200	\$ 1,119,600	\$ 1,244,000
Neto del activo	\$ 1,119,600	\$ 995,200	\$ 870,800	\$ 746,400	\$ 622,000		\$ 497,600	\$ 373,200	\$ 248,800	\$ 124,400	\$ -
SUBTOTAL						\$ 622,000					

Tabla 75. Vida útil estimada en 10 años de Envasadora selladora, muebles y enseres,

CONCEPTO	AÑOS					VALOR RESIDUAL	6	7	8	9	10
	1	2	3	4	5						
VIDA ÚTIL ESTIMADA 10 AÑOS											
CANASTILLA PARA EMBALAJE	\$ 3,600,000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000		\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000
Depreciación del 10% sobre costo ajustado	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ -	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000
Ajuste a la depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ -	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000	\$ 360,000
Depreciación acumulada	\$ 360,000	\$ 720,000	\$ 1,080,000	\$ 1,440,000	\$ 1,800,000		\$ 2,160,000	\$ 2,520,000	\$ 2,880,000	\$ 3,240,000	\$ 3,600,000
Neto del activo	\$ 3,240,000	\$ 2,880,000	\$ 2,520,000	\$ 2,160,000	\$ 1,800,000		\$ 1,440,000	\$ 1,080,000	\$ 720,000	\$ 360,000	\$ -
SUBTOTAL						\$ 1,800,000					
VIDA ÚTIL ESTIMADA 10 AÑOS											
Ajustes anuales del activo (8%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación del 10% sobre costo ajustado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ajuste a la depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto del activo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL						\$ -					
SUBTOTAL ACTIVOS PRODUCTOS	2,064,400	2,064,400	2,064,400	2,064,400	2,064,400	10,322,000	10,322,000				
36101777	1						25,779,777				
36101777	36101777	36101777	36101777	36101777	36101777						

CONCEPTO	AÑOS	VALOR RESIDUAL										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VIDA ÚTIL ESTIMADA 5 AÑOS												
TELEFAX	\$	250.000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$	250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000						

CONCEPTO	AÑOS	VALOR RESIDUAL										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VIDA ÚTIL ESTIMADA 5 AÑOS												
COMPUTADOR E IMPRESORA	\$	1.814.000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$	1.814.000	\$ 1.814.000	\$ 1.814.000	\$ 1.814.000	\$ 1.814.000						
Depreciación del 20% sobre costo ajustado	\$	362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800						
Ajuste a la depreciación	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Total depreciación sobre costo ajustado	\$	362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800						
Depreciación acumulada	\$	362.800	\$ 725.600	\$ 1.088.400	\$ 1.451.200	\$ 1.814.000						
Neto del activo	\$	1.451.200	\$ 1.088.400	\$ 725.600	\$ 362.800	\$ -						
SUBTOTAL						\$ -						

CONCEPTO	AÑOS	VALOR RESIDUAL										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VIDA ÚTIL ESTIMADA 10 AÑOS												
EQUIPOS VARIOS DE OFICINA	\$	934.002										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$	934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002	\$ 934.002
Depreciación del 10% sobre costo ajustado	\$	93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400
Ajuste a la depreciación	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$	93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400	\$ 93.400
Depreciación acumulada	\$	93.400	\$ 198.800	\$ 298.201	\$ 397.601	\$ 497.001	\$ 596.401	\$ 695.801	\$ 795.202	\$ 894.602	\$ 994.002	\$ 994.002
Neto del activo	\$	894.602	\$ 795.202	\$ 695.801	\$ 596.401	\$ 497.001	\$ 397.601	\$ 298.201	\$ 198.800	\$ 99.400	\$ -	\$ -
SUBTOTAL							\$ 497.001					

Tabla 76 Vida útil en 10 años de sumadoras y telefax

CONCEPTO	AÑOS	VALOR RESIDUAL										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VIDA ÚTIL ESTIMADA 10 AÑOS												
SUMADORAS	\$	80.000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$	80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000
Depreciación del 10% sobre costo ajustado	\$	8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Ajuste a la depreciación	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$	8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Depreciación acumulada	\$	8.000	\$ 16.000	\$ 24.000	\$ 32.000	\$ 40.000	\$ 48.000	\$ 56.000	\$ 64.000	\$ 72.000	\$ 80.000	\$ 80.000
Neto del activo	\$	72.000	\$ 64.000	\$ 56.000	\$ 48.000	\$ 40.000	\$ 32.000	\$ 24.000	\$ 16.000	\$ 8.000	\$ -	\$ -
SUBTOTAL							\$ 40.000					
VIDA ÚTIL ESTIMADA 5 AÑOS												
TELEFAX	\$	250.000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$	250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000						

Tabla 77. Activos administrativos

CONCEPTO	AÑOS	VALOR RESIDUAL										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VIDA ÚTIL ESTIMADA 5 AÑOS												
COMPUTADOR E IMPRESORA	\$	1.814.000										
Ajustes anuales del activo (8%)	\$	1.814.000	\$ 1.814.000	\$ 1.814.000	\$ 1.814.000	\$ 1.814.000						
Depreciación del 20% sobre costo ajustado	\$	362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800						
Ajuste a la depreciación	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Total depreciación sobre costo ajustado	\$	362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800	\$ 362.800						
Depreciación acumulada	\$	362.800	\$ 725.600	\$ 1.088.400	\$ 1.451.200	\$ 1.814.000						
Neto del activo	\$	1.451.200	\$ 1.088.400	\$ 725.600	\$ 362.800	\$ -						
SUBTOTAL						\$ -						

Tabla 78. Activo de distribución

CONCEPTO	AÑOS	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL	6	7	8	9	10
ACTIVO DE DISTRIBUCION												
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS	0	\$ -										
19 Ajustes anuales del activo (10%)	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Depreciación del 20% sobre costo ajustado	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Ajuste a la depreciación	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Total depreciación sobre costo ajustado	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Depreciación acumulada	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
Neto del activo	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
SUBTOTAL							\$ -					
SUBTOTAL ACTIVO DISTRIBUCION	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
ACTIVO DE VENTAS												
CONCEPTO	AÑOS	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL	6	7	8	9	10
VIDA UTIL ESTIMADA 5 AÑOS	0	\$ -										
20 Ajustes anuales del activo (8%)	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación del 20% sobre costo ajustado	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ajuste a la depreciación	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total depreciación sobre costo ajustado	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación acumulada	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto del activo	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL							\$ -					
SUBTOTAL ACTIVO DE VENTAS	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -						
TOTAL DEPRECIACIONES	\$	2,584.600	\$ 2,584.600	\$ 2,584.600	\$ 2,584.600	\$ 2,584.600						
ACTIVOS FIJOS AJUSTADOS INFL.	\$	23.782.002	\$ 23.782.002	\$ 23.782.002	\$ 23.782.002	\$ 23.782.002						
ACTIVOS FIJOS INICIALES	\$	23.782.002,0	DEPRECIACION ACUMULADA			\$ 12.923.001						
TOTAL VALOR RESIDUAL	\$	1				\$ 10.859.001	\$ 10.859.001					
	\$	39.239.779										
	\$	39.239.779	\$ 39.239.779	\$ 39.239.779	\$ 39.239.779	\$ 39.239.779	\$ -					

INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES	
LA GARZONENA	
DETALLE DE INVERSIONES	COSTO
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD (33.33%)	\$ 544.273
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD (66.67%)	\$ 1.088.709
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 1.000.000
ARRIENDOS PREOPERATIVOS	\$ 0
SALARIOS PREOPERATIVOS	\$ 770.000
MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA	\$ 1.200.000
PUBLICIDAD	\$ 200.000
ENTRENAMIENTO DE PERSONAL	\$ 1.000.000
IMPREVISTOS	\$ 417.000

Tabla 79. Inversión en activos intangibles.

En la tabla 80 se observa la inversión de activos intangibles, donde se reporta el estudio de prefactibilidad, factibilidad, gastos de organización, arriendos y salarios preoperativos, montaje y puesta en marcha, publicidad, entrenamiento personal e imprevistos de última hora, para un total de gastos de \$ 6,219,98.

A continuación, en la tabla 81 se reporta el Programa de inversión fija del proyecto, el cual está repartido entre activos fijos y tangibles como: maquinaria y equipo, mobiliario y decoración, muebles y equipos. Y los activos diferidos, para un total de gastos de \$ 63,335,261.

Tabla 80. Programa de inversión fija del proyecto.

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles						
- Maquinaria y equipo	\$ 36.101.777					
- Mobiliario y decoracion	\$ 17.875.501					
- Muebles y equipo ofic.	\$ 3.138.002					
- SUBTOTAL	\$ 57.115.280					
ACTIVOS DIFERIDOS						
- Gastos preoperativos	\$ 6.219.981					
- SUBTOTAL	\$ 6.219.981					
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 63.335.261					

AMORTIZACION A GASTOS DIFERIDOS							
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años) AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	\$ 6.219.981	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996
TOTAL A AMORTIZAR			\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996
AMORTIZACION A INTERESES DE IMPLEMENTACION							
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años) AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	1	2	3	4	5
Intereses durante implementacion	5	\$ 43.784	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757
TOTAL A AMORTIZAR			\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757
TOTAL AMORTIZACION ANUAL		\$ 6.263.765	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753

Tabla 82. Amortización a gastos diferidos

AMORTIZACION A GASTOS DIFERIDOS							
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años) AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	\$ 6.219.981	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996
TOTAL A AMORTIZAR			\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996

Tabla 83. Amortización a intereses de implementación.

GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 6.219.981	(1+DTF)(1+IA)-	1= IEA	0,170400000
Interes Mensual	\$ 82.094	0,1704	Tasa Interes Nominal anual	
Interes 2 Meses	\$ 43.784	0,013198471	Tasa Interes para un mes	
		DTF=	4,5	Agosto de 2005
		INT. ADIC=	12	Costo Intermediación del banco

Tabla 84. Programa de inversión fija del proyecto.

AMORTIZACION A INTERESES DE IMPLEMENTACION								
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO (en años) AMORTIZACION	COSTO DEL ACTIVO	VALOR AMORTIZACION ANUAL					
			1	2	3	4	5	
Intereses durante implementacion	5	\$ 43.784	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757
TOTAL A AMORTIZAR		\$	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757	\$ 8.757
TOTAL AMORTIZACION ANUAL		\$ 6.263.765	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753

La amortización contable es uno de los conceptos fundamentales para la administración de la empresa, con un impacto directo en su rentabilidad. Además, para el cálculo del valor amortizable de un bien tanto inmovilizado material o intangible como inmobiliarios existen varios métodos legalmente establecidos, entre ellos, el método basado en las tablas de amortización, que establece para cada activo un coeficiente de amortización lineal máximo y un periodo máximo de amortización, que en este caso tiene un periodo de cinco (5) años.

En referencia a lo anterior, la amortización reportada, está fundamentada con los lineamientos expuestos por la Ley del Impuesto sobre Sociedades, Ley 27/2014, la cual, dentro del marco de la Reforma Tributaria simplificó el sistema de tablas reduciendo la clasificación de 600 elementos amortizables a los 30 de la actual tabla vigente desde 2015.

Por tal razón, las tablas (Tabla 73, 74, 75 y 76) expuestas anteriormente, siguen dichos lineamientos (ley 27/2014), en las cuales se reporta la amortización de gastos diferidos, intereses de implementación y la amortización anual, en un periodo no mayor a cinco (5) años, las cuales están ajustadas con las normas legales vigentes. Por otro lado, vale la pena resaltar que no existe un método único a seguir para amortizar los activos diferidos, de suerte que en algunos casos se puede utilizar un método de línea recta, en otro un método de saldos decrecientes, o simplemente según se vaya consumiendo el activo diferido.

Por ejemplo, el arrendamiento se amortizará según lo que se pague cada mes. La papelería según lo que se consuma cada mes, por tanto no habrá un patrón definido a seguir, aunque se puede implementar uno. Por otro lado, en la amortización de activos fijos la empresa tiene mucha flexibilidad para elegir periodo de amortización y la forma de calcularla, contrario a lo que sucede en la depreciación de activos fijos. Sin embargo, la amortización que se va

calculando cada mes, se debe reconocer como un gasto al tiempo que se disminuye el saldo del activo diferido objeto de amortización.

Por otro lado, en las siguientes tablas (85 y 86) se reporta los costos de mano de obra, tanto la mano de obra directa constituida por dos operarios, como la mano de obra por administrativos, en la cual están, el gerente, secretaria, contador (honorarios) y las distintas comisiones. En estos costos se refleja la remuneración mensual y anual, y las prestaciones sociales, en un periodo cinco (5) años.

Tabla 85. Costos de mano de obra: Mano de obra directa

COSTO DE MANO DE OBRA									
(Terminos Corrientes)									
CARGO	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	AÑOS					
				1	anual	2	3	4	
A. MANO DE OBRA DIRECTA									
OPERARIO	770.000	9.240.000	4.905.701	14.145.701	9.267.720	14.188.138	14.230.702	14.273.394	
OPERARIO	770.000	9.240.000	4.905.701	14.145.701	9.267.720	14.188.138	14.230.702	14.273.394	
		0	0	0	0	0	0	0	0
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
					0				
Subtotal	1.540.000	18.480.000	9.811.402	28.291.402	18.535.440	28.376.276	28.461.405	28.546.789	

Tabla 86. Costos de mano de obra: Administrativos

B. ADMINISTRACION								
GERENTE	1.200.000	14.400.000	7.645.248	22.045.248	14.443.200	22.111.384	22.177.718	22.244.251
SECRETARIA	770.000	9.240.000	4.905.701	14.145.701	9.267.720	14.188.138	14.230.702	14.273.394
CONTADOR (HONORARIOS)	400.000	4.800.000	0	4.800.000	4.814.400	4.814.400	4.828.843	4.843.330
		0	0	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0	0	0
COMISIONES		11.321.733	0	11.321.733	11.355.698	11.774.602	12.245.587	12.735.410
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
					0			
Subtotal	2.370.000	39.761.733	12.550.949	52.312.682		52.888.524	53.482.850	54.096.385
TOTAL		58.241.733	22.362.350	80.604.084		81.264.800	81.944.255	82.643.174

Seguidamente se reporta los costos de materia prima, en servicios de producción (arrendo, dotaciones, transporte de distribución). De igual manera otros gastos administrativos por teléfono, promoción, comunicación, impuestos, elementos de uso, útiles y papelería, seguros, gastos de venta, etc. reflejado en las tablas 87 y 88. Además, los presupuestos de gastos de administración (sueldo y prestaciones, pago de servicios varios y amortización de diferidos), presupuestos de gastos de venta, programa de costos operacionales (costos de producción y gastos administrativos y venta), programa de ingresos o venta de productos, presupuesto de ingresos por venta de productos de pulpa de maracuyá, pulpa de guanábana y pulpa de mango y las distintas inversiones en capital de trabajo, en las cuales se refleja los ingresos, están reportadas desde la tabla 89 hasta la 100 en un periodo máximo de cinco (5) años.

Por otro lado se reporta los distintos flujos: Flujo neto sin financiamiento a través de créditos, el flujo financiero del proyecto sin financiamiento, flujo neto de operación, flujo neto de inversiones para el proyecto con financiamiento, flujo neto de inversiones y de fondos para el inversionista. Por otro lado, se encuentran los programas de inversiones tanto fija como capital

Tabla 90. Programa de costos operacionales

PROGRAMA DE COSTOS OPERACIONALES						
(Terminos Corrientes)						
La garzoneña						
CONCEPTO	AÑO					
	1	2	3	4	5	
Costos de produccion	\$ 70.779.602	\$ 70.985.747	\$ 71.192.511	\$ 71.399.896	\$ 71.607.902	
Gastos Administrativos	\$ 63.945.635	\$ 64.551.057	\$ 65.175.052	\$ 65.818.345	\$ 66.481.691	
Gastos de Venta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Total Costos Operacionales	\$ 134.725.237	\$ 135.536.805	\$ 136.367.563	\$ 137.218.240	\$ 138.089.593	

Tabla 91. Programa de ingresos.

PROGRAMA DE INGRESOS						
(TERMINOS CORRIENTES)						
PULPA DE FRUTAS LA GARZONEÑA						
CONCEPTO	AÑOS					
	1	2	3	4	5	
Ingresos por ventas						
- Venta productos	\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657	
Total Ingresos	\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657	

Tabla 92. Presupuesto de ingresos por venta de productos

Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos (Terminos Corrientes)				
Producto	PULPAS GARZONENA			
Año	Unidades		Precio Unitario	Valor
1	88.380	\$	3.600	\$ 452.869.326
2	90.401	\$	3.750	\$ 491.329.464
3	92.260	\$	3.900	\$ 511.849.254
4	94.125	\$	4.100	\$ 542.898.512
5	95.885	\$	4.250	\$ 574.752.657
				\$ 452.869.326

Tabla 93. Presupuesto de ingresos por venta de productos: Pulpa de guanábana

Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos (Terminos Corrientes)				
Producto	PULPA DE GUANABANA			
Año	Unidades		Precio Unitario	Valor
1	17.616	\$	5.990	\$ 105.519.840
2	18.080	\$	6.230	\$ 112.638.400
3	18.452	\$	6.480	\$ 119.568.960
4	18.825	\$	6.740	\$ 126.880.500
5	19.177	\$	7.000	\$ 134.239.000
				\$ 105.519.840

Tabla 94. Presupuesto de ingresos por venta de productos: pulpa de maracuyá

Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos (Terminos Corrientes)				
Producto	PULPA DE MARACUYA			
Año	Unidades		Precio Unitario	Valor
1	22.145	\$	4.900	\$ 108.510.500
2	22.600	\$	5.100	\$ 115.260.000
3	23.065	\$	5.300	\$ 122.244.500
4	23.531	\$	5.599	\$ 131.750.069
5	23.971	\$	5.700	\$ 136.634.700
				\$ 108.510.500

Tabla 95. Presupuesto de ingresos por venta de productos: pulpa de mango

Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos (Terminos Corrientes)				
Producto	PULPA DE MANGO		0	
Año	Unidades		Precio Unitario	Valor
1	17.616	\$	7.200	\$ 126.835.200
2	18.080	\$	7.490	\$ 135.419.200
3	18.452	\$	7.790	\$ 143.741.080
4	18.825	\$	8.100	\$ 152.482.500
5	19.177	\$	8.400	\$ 161.086.800
				\$ 126.835.200

Tabla 96. Inversión en capital de trabajo

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO					
DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 21.515.816	\$ 64.547	\$ 64.741	\$ 64.935	\$ 65.130

Tabla 97. Ingresos y costos

UNIDADES	INGRESO	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
	\$ -	\$ 66.610.035	\$ 66.610.035	\$ -
6500	\$ 23.400.000	\$ 71.619.639	\$ 66.610.035	\$ 5.009.604
7000	\$ 25.200.000	\$ 72.004.993	\$ 66.610.035	\$ 5.394.958
23.543	\$ 84.754.827	\$ 84.754.827	\$ 66.610.035	\$ 18.144.792
8000	\$ 28.800.000	\$ 72.775.702	\$ 66.610.035	\$ 6.165.667
8500	\$ 30.600.000	\$ 73.161.056	\$ 66.610.035	\$ 6.551.021

Tabla 98. Punto de equilibrio

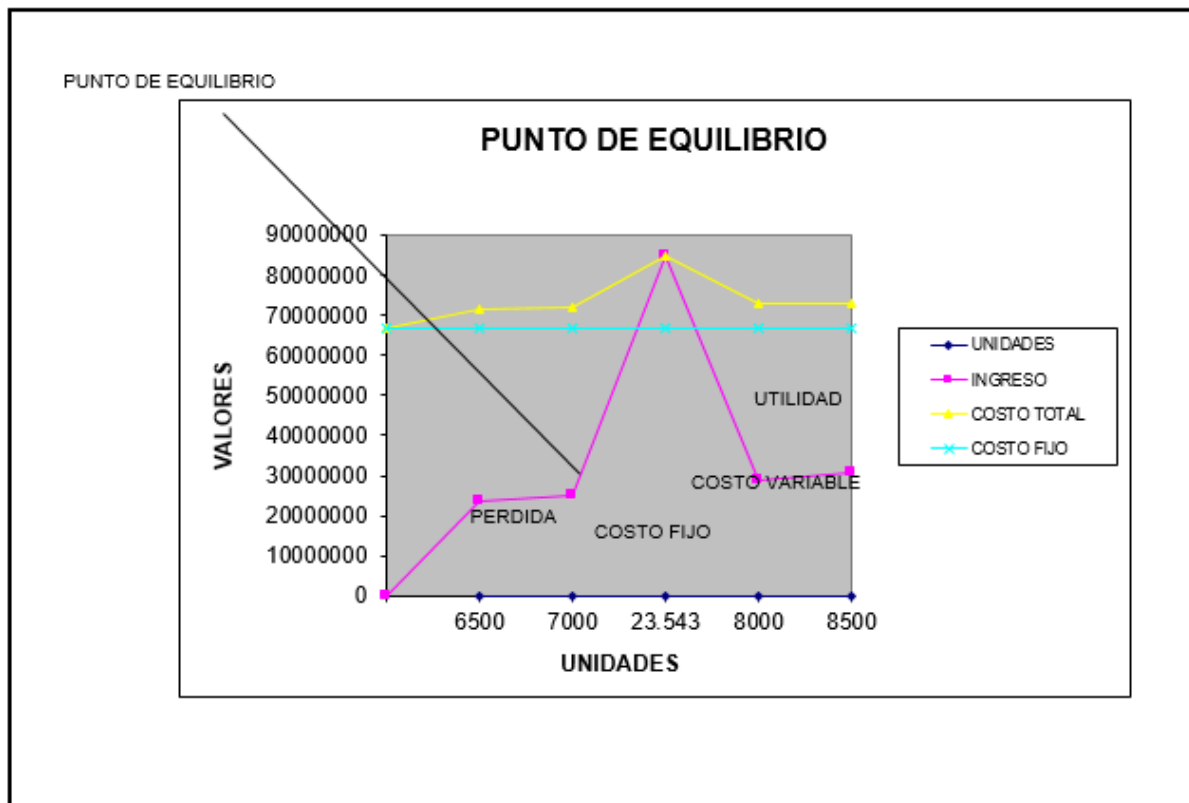


Tabla 99. Programa de inversiones

PROGRAMA DE INVERSIONES (Terminos Corrientes) PULPA DE FRUTAS LA GARZONEÑA					
CONCEPTO	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Inversion Fija	\$ -63.335.261				
Capital de Trabajo	\$ -21.515.816	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130
Total de Inversiones	\$ -84.851.078	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130

Tabla 100. Valor residual al finalizar el periodo de evaluación

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS AL FINALIZAR EL PERIODO DE EVALUACION						
(Terminos Corrientes)						
PULPA DE FRUTAS LA GARZONENA						
CONCEPTO	AÑOS					
	1	2	3	4	5	
Otros Activos Produccion						\$ 10.322.000
Activos Administrativos						\$ 537.001
Activos de Ventas						\$ -
Activos Distribucion						\$ -
Subtotal Valor Residual						
Activos Fijos						\$ 10.859.001
Capital de Trabajo						\$ 21.775.170
Total Valor Residual						\$ 32.634.171

Tabla 101. Flujo neto sin financiamiento a través de créditos

FLUJO NETO DE INVERSIONES SIN FINANCIAMIENTO A TRAVES DE CREDITOS							
(Terminos Corrientes)							
PULPA DE FRUTAS LA GARZONENA							
CONCEPTO	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	
Inversion Fija	\$ -63.335.261						
Capital de Trabajo	\$ -21.515.816	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130		\$ 21.515.816
Valor Residual							\$ 10.859.001
Flujo Neto de Inversión	\$ -84.851.078	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130		\$ 32.374.817

Tabla 102. Flujo neto de operación

CONCEPTO	SIN FINANCIAMIENTO (Terminos Corrientes) PULPA DE FRUTAS LA GARZONEÑA				
	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657
Total Costos Operacionales	\$ 134.725.237	\$ 135.536.805	\$ 136.367.563	\$ 137.218.240	\$ 138.089.593
Utilidad Operacional	\$ 318.144.089	\$ 355.792.659	\$ 375.481.691	\$ 405.680.272	\$ 436.663.064
Menos Impuestos	\$ 122.485.474	\$ 136.980.174	\$ 144.560.451	\$ 156.186.905	\$ 168.115.280
Utilidad Neta	\$ 195.658.615	\$ 218.812.486	\$ 230.921.240	\$ 249.493.367	\$ 268.547.784
Más Depreciación	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600
Más Amortización de Diferidos	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996	\$ 1.243.996
Flujo Neto de Operación sin Financiamiento	\$ 199.487.211	\$ 222.641.082	\$ 234.749.836	\$ 253.321.963	\$ 272.376.381

Tabla 103 Flujo financiero neto del proyecto sin financiamiento

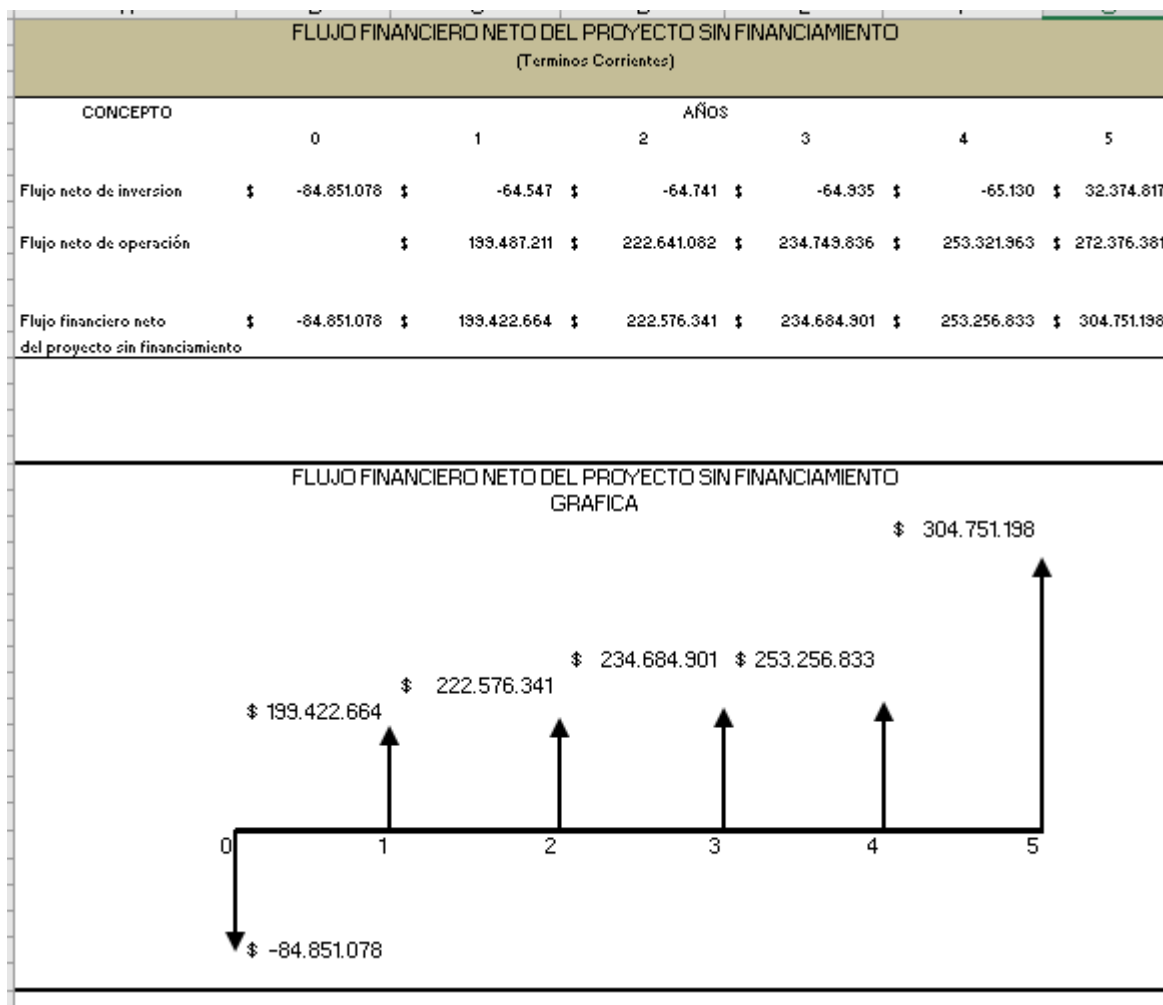


Tabla 104. . Programa de inversiones del proyecto con financiamiento

PROGRAMA DE INVERSIONES DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO (Terminos Corrientes) PULPA DE FRUTAS LA GARZONEÑA							
CONCEPTO	FUENTES	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles							
-Maquinaria y equipo	Cr	\$		-36.101.777			
-Mobiliario y decoracion	Cr	\$		-17.875.501			
-Muebles y equipo ofic.	Cr	\$		-3.138.002			\$ -
		\$		-57.115.280			
Activos Diferidos							
-Gastos preoperativos	Pr	\$		-6.219.981			
-Intereses durante la instalacion	Pr	\$		-43.784			
Capital de Trabajo	Cr	\$	-21.515.816	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130
TOTAL INVERSIONES		\$	-84.894.861	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130

Tabla 105. Flujo neto de inversiones para el proyecto con financiamiento

FLUJO NETO DE INVERSIONES PARA EL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO						
(Terminos Corrientes)						
PULPA DE FRUTAS LA GARZONEÑA						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversion fija	\$ -63.335.261				\$ -	
Intereses durante la implementación	\$ -43.784					
Capital de trabajo	\$ -21.515.816	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ 32.634.171
Valor residual						
Flujo Neto de Inversión	\$ -84.894.861	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ 32.634.171

Tabla 106. Programa de amortización del crédito

PROGRAMA DE AMORTIZACION DEL CREDITO				
(Terminos Corrientes)				
PERIODO	PAGO ANUAL	INTERESES	VALOR	SALDOS
	A	SOBRE SALDOS	DISPONIBLE PARA	A FINAL
		\$ 0,1704	AMORTIZAR	DEL AÑO
Inicial				\$ 56.651.964
1	\$ -17.723.640	\$ -9.653.495	\$ -8.070.145	\$ 48.581.819
2	\$ -17.723.640	\$ -8.278.342	\$ -9.445.298	\$ 39.136.521
3	\$ -17.723.640	\$ -6.668.863	\$ -11.054.777	\$ 28.081.744
4	\$ -17.723.640	\$ -4.785.129	\$ -12.938.511	\$ 15.143.233
5	\$ -17.723.640	\$ -2.580.407	\$ -15.143.233	\$ -
		\$ -31.966.236	\$ -56.651.964	

Tabla 107. Flujo neto de operación

FLUJO NETO DE OPERACIÓN						
CON FINANCIAMIENTO						
(Terminos Corrientes)						
PULPA DE FRUTAS LA GARZONENA						
CONCEPTO	AÑO					
	1	2	3	4	5	
Total Ingresos	\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657	
Menos Costos Operacionales	\$ 134.725.237	\$ 135.536.805	\$ 136.367.563	\$ 137.218.240	\$ 138.089.593	
Utilidad Operacional	\$ 318.144.089	\$ 355.792.659	\$ 375.481.691	\$ 405.680.272	\$ 436.663.064	
Menos Gastos Financieros	\$ 9.653.495	\$ 8.278.342	\$ 6.668.863	\$ 4.785.129	\$ 2.580.407	
Utilidad Gravable	\$ 308.490.595	\$ 347.514.318	\$ 368.812.828	\$ 400.895.142	\$ 434.082.657	
Menos Impuestos	\$ 101.801.896	\$ 114.679.725	\$ 121.708.233	\$ 132.295.397	\$ 143.247.277	
Utilidad Neta	\$ 206.688.698	\$ 232.834.593	\$ 247.104.595	\$ 268.599.745	\$ 290.835.380	
Más Depreciación	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	
Más Amortización de Diferidos	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	
Flujo Neto de Operación	\$ 210.526.052	\$ 236.671.946	\$ 250.941.948	\$ 272.437.099	\$ 294.672.733	

Tabla 108. Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO						
(Terminos Corrientes)						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión cf	\$ -84.834.861	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ 32.634.171
Flujo neto de operación cf		\$ 210.526.052	\$ 236.671.946	\$ 250.941.948	\$ 272.437.099	\$ 294.672.733
Flujo financiero neto del proyecto con financiamiento	\$ -84.834.861	\$ 210.461.504	\$ 236.607.205	\$ 250.877.012	\$ 272.371.968	\$ 327.306.905

Tabla 109. Flujo neto de inversiones para el inversionista

FLUJO NETO DE INVERSIONES PARA EL INVERSIONISTA (Terminos Corrientes)						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversion fija	\$ -63.335.261				\$ -	
Intereses durante la implementación	\$ -43.784					
Capital de trabajo	\$ -21.515.816	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ 32.634.171
Valor residual						
Credito	\$ 56.651.964					
Amortizacion Credito		\$ -8.070.145	\$ -9.445.298	\$ -11.054.777	\$ -12.938.511	\$ -15.143.233
Flujo Neto de Inversión	\$ -28.242.897	\$ -8.134.693	\$ -9.510.039	\$ -11.119.712	\$ -13.003.641	\$ 17.490.938

Tabla 110. Flujo neto de operación

FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON FINANCIAMIENTO (PARA INVERSIONISTA) (Terminos Corrientes)					
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total Ingresos	\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657
Menos Costos Operacionales	\$ 134.725.237	\$ 135.536.805	\$ 136.367.563	\$ 137.218.240	\$ 138.089.593
Utilidad Operacional	\$ 318.144.089	\$ 355.792.659	\$ 375.481.691	\$ 405.680.272	\$ 436.663.064
Menos Gastos Financieros	\$ 9.653.495	\$ 8.278.342	\$ 6.668.863	\$ 4.785.129	\$ 2.580.407
Utilidad Gravable	\$ 308.490.594	\$ 347.514.317	\$ 368.812.828	\$ 400.895.143	\$ 434.082.657
Menos Impuestos	\$ 101.801.896	\$ 114.679.725	\$ 121.708.233	\$ 132.295.397	\$ 143.247.277
Utilidad Neta	\$ 206.688.698	\$ 232.834.592	\$ 247.104.595	\$ 268.599.746	\$ 290.835.380
Más Depreciacion	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600
Más Amortización de Diferidos	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753
Flujo Neto de Operación	\$ 210.526.052	\$ 236.671.946	\$ 250.941.948	\$ 272.437.102	\$ 294.672.733

Tabla 111. Flujo financiero neto del proyecto para el inversionista

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO PARA EL INVERSIONISTA (Terminos Corrientes)							
CONCEPTO	AÑOS						
	0	1	2	3	4	5	
Flujo neto de inversion	\$ -28.242.897	\$ -8.134.633	\$ -9.510.039	\$ -11.119.712	\$ -13.003.641	\$ 17.490.938	
Flujo neto de operación c:f		\$ 210.526.052	\$ 238.671.946	\$ 250.941.948	\$ 272.437.099	\$ 294.672.733	
Flujo financiero neto del proyecto	\$ -28.242.897	\$ 202.391.359	\$ 227.161.907	\$ 239.822.236	\$ 259.433.458	\$ 312.163.672	

Tabla 111. Flujo de fondos para el inversionista

FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA (Terminos Corrientes) PULPA DE FRUTAS LA GARZONEÑA						
INVERSIONES	IMPLEMENTACION	OPERACIÓN (AÑOS)				
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles	\$ -57.115.280				\$ -	
Gastos preoperativos	\$ -6.219.981					
Intereses implementacion	\$ -43.784					
Capital de trabajo	\$ -21.515.816	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ -
Inversion total	\$ -84.894.861	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ -
* Creditos para inversion						
en activos fijos	\$ 56.651.964					
Inversion Meta	\$ -28.242.897	\$ -64.547	\$ -64.741	\$ -64.935	\$ -65.130	\$ -
Amortizacion creditos		\$ -8.070.145	\$ -9.445.298	\$ -11.054.777	\$ -12.938.511	\$ -15.143.233
Valor residual						\$ 10.859.001
Capital de trabajo						\$ 21.775.170
Activos fijos						
Flujo neto de inversion	\$ -28.242.897	\$ -8.134.633	\$ -9.510.039	\$ -11.119.712	\$ -13.003.641	\$ 17.430.938
OPERACIÓN						
Ingresos:						
* Ventas		\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657
Total ingresos		\$ 452.869.326	\$ 491.329.464	\$ 511.849.254	\$ 542.898.512	\$ 574.752.657
Costos						
* Costos de Produccion		\$ -70.779.602	\$ -70.385.747	\$ -71.192.511	\$ -71.399.896	\$ -71.607.902
* Gastos de administracion		\$ -63.945.635	\$ -64.551.057	\$ -65.175.052	\$ -65.818.345	\$ -66.481.691
* Gastos de Venta		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costos operacionales		\$ -134.725.237	\$ -135.536.805	\$ -136.367.563	\$ -137.218.240	\$ -138.089.593
Utilidad operacional		\$ 318.144.089	\$ 355.792.659	\$ 375.481.691	\$ 405.680.272	\$ 436.663.064
Gastos financieros		\$ -9.653.495	\$ -8.278.342	\$ -6.668.863	\$ -4.785.129	\$ -2.580.407
Utilidad Gravable		\$ 308.490.595	\$ 347.514.318	\$ 368.812.828	\$ 400.895.142	\$ 434.082.657
Impuestos		\$ -101.801.896	\$ -114.679.725	\$ -121.708.233	\$ -132.295.397	\$ -143.247.277
Utilidad neta		\$ 206.688.698	\$ 232.834.593	\$ 247.104.595	\$ 268.599.745	\$ 290.835.380
Depreciaciones		\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600	\$ 2.584.600
Amortizacion diferidos		\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753	\$ 1.252.753
Flujo neto de operación		\$ 210.526.052	\$ 236.671.946	\$ 250.341.948	\$ 272.437.099	\$ 294.672.733
FLUJO DE FONDOS PARA EL INVERSIONISTA	\$ -28.242.897	\$ 202.391.359	\$ 227.161.907	\$ 239.822.236	\$ 259.433.458	\$ 312.163.672

Tabla 112. Balance general inicial

PULPA LA GARZONEÑA		
BALANCE GENERAL INICIAL		
31 DE DICIEMBRE DE 2.017		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja		
Bancos	\$ 21.515.816	
Inventarios	\$ -	
Total Activo Corriente		\$ 21.515.816
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enseres	\$ 3.138.002	
Vehiculos	\$ -	
Maquinaria y Equipo	\$ 36.101.777	
Mobiliario y Decoracion	\$ 17.875.501	
Total Activos Fijos		\$ 57.115.280
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos	\$ 6.263.765	
TOTAL ACTIVO DIFERIDOS		\$ 6.263.765
TOTAL ACTIVOS		\$ 84.894.861
PASIVO		
Pasivo a Largo Plazo		
Prestamos por Pagar	\$ 56.651.964	
Total Pasivo a Largo Plazo		\$ 56.651.964
PATRIMONIO		
Capital	\$ 28.242.897	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 28.242.897
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 84.894.861

Tabla 113. Estado de resultados

PULPA LA GARZONEÑA		
ESTADO DE RESULTADOS		
1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2,017		
Ventas		\$ 452.869.326
Costo de Produccion		\$ 70.779.602
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 382.089.724
Gastos de Administracion	\$ 63.945.635	
Gastos de Ventas	\$ -	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 63.945.635
Utilidad Operacional		\$ 318.144.089
Gastos Financieros		\$ 9.653.495
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 308.490.595
Provision para Impuestos		\$ 101.801.896
UTILIDAD NETA		\$ 206.688.698

Tabla 114. V. P. N sin financiamiento

V.P.N. SIN FINANCIAMIENTO					
Concepto	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Flujo Financier	\$ 199.422.664	\$ 222.576.341	\$ 234.684.901	\$ 253.256.833	\$ 304.751.198
i =	0,14342	1,14342			
n =	# DE AÑOS				
Neto					
Potencia =	1,14342	1,307409296	1,494917938	1,709319068	1,954469609
	\$ 174.408.935	\$ 170.242.281	\$ 156.988.484	\$ 148.162.410	\$ 155.925.268

Tabla 115 V. P. N con financiamiento

V.P.N. CON FINANCIAMIENTO					
Concepto	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Flujo Financiero \$	210.461.504	\$ 236.607.205	\$ 250.877.012	\$ 272.371.968	\$ 327.306.905
i =	11,76%	1,117645466			
n =	# DE AÑOS				
con Financiamiento					
Potencia =	1,117645466	1,249131389	1,396086033	1,560329226	1,743894885
\$	188.307.930	\$ 189.417.388	\$ 179.700.252	\$ 174.560.576	\$ 187.687.290
Valor presente de egresos					
\$	-84.894.861				
\$	<u>919.673.436</u>				
V.P.N. =	\$ 834.778.575 LUEGO EL PROYECTO ES VIABLE PORQUE EL VALOR PRESENTE NETO ES POSITIVO				
FUENTE	VALOR FINANCIADO	COSTO ANTES IMPUESTOS	COSTO DESPUES IMPUESTOS	PARTICIPACION FUENTE	PONDERACION
Deuda	\$ 56.651.964	17,040%	10,48%	0,6673	6,99%
Aporte Inversionista	\$ 28.242.897	14,34%	14,34%	0,3327	4,77%
TOTAL	\$ 84.894.861	(1,14)(1,05)-1 io ii		1,0	11,76%
TASA MINIMA DE RENDIMIENTO CON FINANCIAMIENTO					11,76%

Tabla 116 V. P. N para inversionista

V.P.N. PARA INVERSIONISTA							
V.P.N. =	VALOR PRESENTE NETO						
F =	$P(1+i)^n$						
P =	$F / (1+i)^n$						
años	0	1	2	3	4	5	
F =	\$ -28.242.897	\$ 202.391.359	\$ 227.161.907	\$ 239.822.236	\$ 259.433.458	\$ 312.163.672	
i =	14,00%		1,14				
n =	# DE AÑOS						
Potencia =	1	1,14	1,2996	1,481544	1,68896016	1,925414582	
	\$ -28.242.897	\$ 177.536.280	\$ 174.793.711	\$ 161.873.178	\$ 153.605.434	\$ 162.128.029	
Valor presente de egresos							
	\$ 28.242.897						
	\$ 829.936.631						
V.P.N. =	\$ 801.693.734 EL VALOR PRESENTE NETO ES POSITIVO, LUEGO EL PROYECTO ES VIABLE PARA EL INVERSIONISTA						
V.P.N. PARA INVERSIONISTA							
CONCEPTO	0	1	2	AÑOS	3	4	5
Flujo de Fondos del Inversionista	\$ -28.242.897	\$ 202.391.359	\$ 227.161.907	\$ 239.822.236	\$ 259.433.458	\$ 312.163.672	
V.P.N. ANUAL	\$ -28.242.897	\$ 177.536.280	\$ 174.793.711	\$ 161.873.178	\$ 153.605.434	\$ 162.128.029	
V.P.N. Para el Inversionista	\$ 801.693.734						

Tabla 117. T I R Sin financiamiento

TIR = TASA DE INTERES REPRESENTATIVA					
NEGATIVO					
	1	2	3	4	5
F =	\$ 199.422.664	\$ 222.576.341	\$ 234.684.901	\$ 253.256.833	\$ 304.751.198
i =	60%	1,6			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,6	2,56	4,096	6,5536	10,48576
	124.639.164,95	86.943.883,19	57.296.118	38.643.926	29.063.339
Valor presente de egresos					
	\$ 84.851.078				
	\$ 336.586.432				
V.P.N. =	\$ 251.735.354				
POSITIVO					
años	1	2	3	4	5
F =	\$ 199.422.664	\$ 222.576.341	\$ 234.684.901	\$ 253.256.833	\$ 304.751.198
i =	59%	1,59			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,59	2,5281	4,019679	6,39128961	10,16215048
	\$ 125.423.059	\$ 88.040.956	\$ 58.383.991	\$ 39.625.310	\$ 29.988.849
Valor presente de egresos					
	\$ 84.851.078				
	\$ 341.462.165				
V.P.N. =	\$ 256.611.087				
DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL DE DIFERENCIA DE TASAS	AJUSTE AL 1%	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR	
60%	\$ 251.735.354	-5163,03%	51,6303	111,6303	
59%	\$ 256.611.087	5263,03%	52,6303	111,6303	
1%	\$ 4.875.734	100%	1,00		
60	\$ -251.735.354				
59	\$ 256.611.087				
	\$ 4.875.734				

Tabla 118 T I R con financiamiento

TIR CON FINANCIAMIENTO																									
TIR = TASA DE INTERES REPRESENTATIVA																									
NEGATIVO																									
años	1	2	3	4	5																				
F =	\$ 210.461.504	\$ 236.607.205	\$ 250.877.012	\$ 272.371.968	\$ 327.306.905																				
i =	63%	1,63																							
n =	# DE AÑOS																								
Potencia =	1,63	2,6569	4,330747	7,05911761	11,5063617																				
	\$ 129.117.487	\$ 89.053.862	\$ 57.929.270	\$ 38.584.421	\$ 28.445.734																				
Valor presente de egresos																									
	\$ -84.894.861																								
	\$ 343.130.774																								
V.P.N. =	\$ 258.235.913																								
POSITIVO																									
años	1	2	3	4	5																				
F =	\$ 210.461.504	\$ 236.607.205	\$ 250.877.012	\$ 272.371.968	\$ 327.306.905																				
i =	62%	1,62																							
n =	# DE AÑOS																								
Potencia =	1,62	2,6244	4,251528	6,88747536	11,15771008																				
	\$ 129.314.509	\$ 90.156.685	\$ 59.008.670	\$ 39.545.961	\$ 29.334.535																				
Valor presente de egresos																									
	\$ -84.894.861																								
	\$ 347.960.440																								
V.P.N. =	\$ 263.065.578																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th>DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS</th> <th>SUMA DEL VPN (en valores absolutos)</th> <th>% DEL TOTAL</th> <th>AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS</th> <th>TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>63%</td> <td>\$ 258.235.913</td> <td>-5347%</td> <td>53,47</td> <td>116,47</td> </tr> <tr> <td>62%</td> <td>\$ 263.065.578</td> <td>5447%</td> <td>54,47</td> <td>116,47</td> </tr> <tr> <td>1%</td> <td>\$ 4.829.665</td> <td>100%</td> <td>1,00</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR	63%	\$ 258.235.913	-5347%	53,47	116,47	62%	\$ 263.065.578	5447%	54,47	116,47	1%	\$ 4.829.665	100%	1,00	
DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR																					
63%	\$ 258.235.913	-5347%	53,47	116,47																					
62%	\$ 263.065.578	5447%	54,47	116,47																					
1%	\$ 4.829.665	100%	1,00																						
	63	\$ -258.235.913																							
	62	\$ 263.065.578																							
		\$ 4.829.665																							

Tabla 119. . Para inversionista

TIR PARA INVERSIONISTA					
TIR = TASA DE INTERES REPRESENTATIVA					
NEGATIVO					
años	1	2	3	4	5
F =	\$ 202.391.359	\$ 227.161.907	\$ 239.822.236	\$ 259.433.458	\$ 312.163.672
i =	83%	1,83			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,83	3,3489	6,128487	11,21513121	20,52369011
	\$ 110.596.371	\$ 67.831.798	\$ 39.132.372	\$ 23.132.450	\$ 15.209.919
Valor presente de egresos					
	\$ -28.242.897				
	\$ 255.902.910				
V.P.N. =	\$ 227.660.012				
POSITIVO					
años	1	2	3	4	5
F =	\$ 202.391.359	\$ 227.161.907	\$ 239.822.236	\$ 259.433.458	\$ 312.163.672
i =	82%	1,82			
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,82	3,3124	6,028568	10,97193376	19,96302864
	\$ 111.204.043	\$ 68.579.250	\$ 33.780.362	\$ 23.645.061	\$ 15.632.391
Valor presente de egresos					
	\$ -28.242.897				
	\$ 258.841.707				
V.P.N. =	\$ 230.598.810				
DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR	
83%	\$ 227.660.012	-7747%	77,47	160,4671	
82%	\$ 230.598.810	7847%	78,47	160,4671	
1%	\$ 2.938.797	100%	1,00		
83	\$ -227.660.012				
82	\$ 230.598.810				
	\$ 2.938.797				

POSITIVO

años	1	2	3	4	5
F =	\$ 194.607.076	\$ 210.023.952	\$ 213.201.094	\$ 221.764.807	\$ 256.575.783
i =	69%		1,69		
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,69	2,8561	4,826809	8,15730721	13,78584918
	\$ 115.152.116	\$ 73.535.224	\$ 44.170.195	\$ 27.186.031	\$ 18.611.533

Valor presente de egresos

	\$ -28.242.897
	\$ 278.655.098
V.P.N. =	\$ 250.412.201

TIR PARA INVERSIONISTA

La garzoneña

DIFERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL	AJUSTE AL 1% DE DIFERENCIA DE TASAS	TASAS UTILIZADAS AJUSTADAS TIR
70%	\$ 246.922.317	-7075%	70,75	140,7537
69%	\$ 250.412.201	7175%	71,75	140,7537
1%	\$ 3.489.884	100%	1,00	

70	\$ -246.922.317
69	\$ 250.412.201
	\$ 3.489.884

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Factor de Deflactaci	\$ 202.391.359 (1,05) ¹	\$ 227.161.907 (1,05) ²	\$ 239.822.236 (1,05) ³	\$ 259.433.458 (1,05) ⁴	\$ 312.163.672 (1,05) ⁵
Valor Deflactado	\$ 194.607.076	\$ 210.023.952	\$ 213.201.094	\$ 221.764.807	\$ 256.575.783
	1,04	1,0816	1,124864	1,16985856	1,216652902
años	1	2	3	4	5
F =	\$ 194.607.076	\$ 210.023.952	\$ 213.201.094	\$ 221.764.807	\$ 256.575.783
i =	70%		1,7		
n =	# DE AÑOS				
Potencia =	1,7	2,89	4,913	8,3521	14,19857
	\$ 114.474.750	\$ 72.672.648	\$ 43.395.297	\$ 26.551.982	\$ 18.070.537
Valor presente de egresos					
	\$ -28.242.897				
	\$ 275.165.214				
V.P.N. =	\$ 246.922.317				

Tabla 120. Resumen análisis de sensibilidad

RESUMEN ANALISIS DE SENSIBILIDAD		
VARIABLE	DATO ORIGINAL	INCREMENTO 10% EN MATERIA
Capacidad instalada	13.200	13.200
Capacidad utilizada	3.168	3.168
Unidades	88.380 CT	
Precio Unitario	\$ -	\$ -
Ingreso Total	\$ 452.869.326	\$ -
Costo Total	\$ 134.725.237	\$ -
Utilidad Operacional	\$ 318.144.089	\$ -
Utilidad Neta	\$ 206.688.698	\$ -
Unidades Punto de Equilibrio	23.543	84.754.827
Ingreso punto de Equilibrio	\$ 84.754.827	\$ 8.500
VPN sin financiamiento	\$ 720.876.301	\$ -
VPN Con financiamiento	\$ 834.778.575	\$ -
VPN para el inversionista	\$ 801.693.734	\$ -
TIR sin financiamiento	111,63	0,00
TIR con financiamiento	116,47	0,00
TIR para el inversionista	160,47	0,00
Datos Deflactados	140,75	0,00
Tasa de Interes Credito	17,04%	40,00%
Inflacion	0,30% Inflacion	
Monto credito	\$ 56.651.964	\$ -
Tasa de Interes oportunidad	15,00% Tasa de oportunidad	

8. Impacto del estudio

8.1 Impacto económico

Desde la perspectiva de rentabilidad TIR xx, superior en xx de la tasa de oportunidad xx.

Desde el punto de vista económico se determina que el proyecto tendrá las siguientes consideraciones: en primer lugar las ventas que se consideran para el mismo asciende a \$452.869.326, lo cual define que el mismo se puede consolidar en el mediano plazo. En cuanto a la cobertura del proyecto, se establece que cubrirá el sector urbano del municipio de Garzón, el cual llegara a todos los estratos sociales y sin ningún tipo de impedimento de tipo ingreso que afecte el consumo.

El proyecto es una oportunidad para los cultivadores de fruta del municipio, porque tendrán la manera de entregar su producto en una empresa cercana y sin un alto costo de transporte. En lo que respecta a la compra de maquinaria, se determina que su costo será de \$36.101.777, en cuanto a la compra de muebles y enseres es de \$3.138.002, en lo que respecta a la remodelación y adecuación del local se ha estipulado un valor de \$17.875.501. En lo concerniente al pago de la materia prima el mismo será de \$38.383.800 para el primer año de vida del proyecto.

8.2 Impacto regional

En el impacto regional, se determina que el mismo se desarrollara en primer lugar ofreciendo ayuda a los agricultores de fruta de Garzón, ellos son los primeros beneficiados con el proyecto. En segundo lugar, se establece que la población del municipio se verá favorecida porque tendrá un producto que le ayuda a refrescarse en momentos de altas temperaturas y es de origen natural porque lo tanto no es perjudicial para la salud.

De otro lado, ayuda a reactivar el comercio y la industria del municipio, porque lo que puede construir nuevas empresas alrededor de la que se propone. Con la nueva empresa, se requiere maquinaria y la adecuación del local para que pueda funcionar de la mejor manera. En lo que respecta a la maquinaria, se determina que su costo será de \$36.101.777.

8.3 Impacto social

Desde el punto de vista social, el proyecto define que ocupara cuatro personas las cuales se ocuparan en diferentes cargos de la empresa; administrador, secretaria y dos obreros para la parte operativa de la misma. El valor de la nómina para el primer año tiene un valor de \$58.241.733. Cuando se efectúe la adecuación del local, se ocuparan a tres personas más que tendrán dicha labor de ajustes a la planta física.

8.4 Impacto ambiental

EL proyecto no generara impacto ambiental negativo. Por el contrario, se determina que habrá reciclaje de los desechos que se produzcan en la elaboración de la pulpa. Por lo tanto, no se contaminara el medio ambiente bajo ningún punto de vista.

9. Conclusiones

- El hecho de crear una empresa es una opción que no siempre se puede concretar en el menor tiempo posible, requiere de análisis, informarse bien y tener claridad de todas las variables que se puedan detectar.
- Con el proyecto que se plantea se busca hacer partícipe no solo a las inversoras como tal, sino que se tiene en cuenta a los agricultores de fruta del municipio de Garzón. Es decir con el proyecto es de beneficio para la sociedad en general.
- Para el consumidor, el proyecto tiene la prioridad de ofrecer al mercado un producto natural, saludable y que le trae bienestar a todos sin importar el género, los ingresos o la clase social.
- En lo que respecta a la inversión se establece que se utilizará en: maquinaria, con la cual se determina que su costo será de \$36.101.777, en cuanto a la compra de muebles y enseres es de \$3.138.002, en lo que concierne a la remodelación y adecuación del local se ha estipulado un valor de \$17.875.501 y para el pago de la materia prima el mismo será de \$38.383.800 para el primer año de vida del proyecto. Por otro lado las ventas que se consideran para el mismo asciende a \$452.869.326, lo cual define que el mismo se puede consolidar en el mediano plazo. Obteniendo una ganancia en el primer año de 357,370,246.
- En cuanto a la cobertura del proyecto, se establece que cubrirá el sector urbano del municipio de Garzón, el cual llegará a todos los estratos sociales y sin ningún tipo de impedimento de tipo ingreso que afecte el consumo. Por lo tanto, los resultados arrojados por el estudio de mercado, operativo u organizacional y el estudio financiero ofrecen viabilidad y factibilidad para ser llevado a cabo

8. Referencias bibliográficas

- AKTIVA. (015) *Cadena productiva de las frutas en Colombia. Estudios sectoriales Anuario Estadístico Agropecuario*. Documento PDF.
- Ashofruicol (2015). *Producción de frutas por departamento: 2015*.
- Cadenas productivas (2010). *Acuerdo de competitividad en el Huila*. Documento en PDF.
- Colombia segundo país que más consume jugos naturales en el mundo. *Tendencia (2.015)*.
- DANE (2017). *Proyección de población Año 2017*.
- DANE. Encuesta nacional Agropecuaria. (2014) *El sector frutícola de Colombia*.
- Diario La Nación. (2014). *Huila: principal despensa agrícola del país*. Documento en PDF. Referenciado el 18 de abril del 2017.
espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/colombia/colombia-mapa.html
- Ficha técnica pulpa de guanábana.
- Ficha técnica pulpa de mango
- Ficha técnica pulpa de maracuyá.
- Ficha técnica pulpa de mora
- Food Engineering Magazine (2015). *Tecnología de procesos de frutas y verduras*
- Frutas exóticas de Colombia (2013). www.legiscom.com,
<http://docplayer.es/14824646-Evaluacion-de-la-planta-de-tratamiento-de-agua-potable-del-municipio-de-garzon-huila-yury-andrea-clavijo-angarita-cod-7300187.htm>
<http://envasandoideas.com/es/growth/nuevas-tendencias-muestran-gran-potencial-para-el-jugo-100-natural.htm>.
<http://www.lanacion.com.co/index.php/economica/item/230438-huila-principal-despensa-fruticola-del-pais>
<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>
<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>
<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>
<http://www.srafruta.com.co/maracuya.html>
<https://irp-cdn.multiscreensite.com/.../FICHA%20TECNICA%20PULPA%20DE%20M>
<https://irp-cdn.multiscreensite.com/.../FICHA%20TECNICA%20PULPA%20DE%20M>
<https://irp-cdn.multiscreensite.com/.../FICHA%20TECNICA%20PULPA%20DE%20M>

- <https://irp-cdn.multiscreensite.com/.../FICHA%20TECNICA%20PULPA%20DE%20M>
- Logisticamx. (2013). *El mercado de los refrescos y zumos de fruta*.
www.packaging.enfasis.com/articulos/67511-el-mercado-refrescos-y-zumos-fruta
- Mapa Republica de Colombia. (2017)
- Más allá del café (2010). www.vanguardia.com .
- Municipio de Garzón, (2017). *Croquis del municipio de Garzón*
- Nielsen, (2015). *Jugos un segmento en Movimiento*. Referenciado el 1 de abril del 2017.
- Oficina de planeación departamental (2.015). *Cifras del año 2015*. Documento preliminar
- Oficina de Planeación Departamental. Departamento del Huila (2.014).
- Pitalluga, J.P. (2016). *Nuevas tendencias muestran gran potencial para el jugo 100% natural*.
- Procolombia. (2016). *Exportaciones de fruta de Colombia*. Documento PDF
- Referenciado el 1 de junio del 2017.
- Referenciado el 16 de agosto del 2017.
- Referenciado el 18 de abril del 2017.
- Referenciado el 2 de agosto del 2017.
- Referenciado el 22 de agosto del 2017
- Referenciado el 22 de agosto del 2017
- Referenciado el 22 de agosto del 2017
- Referenciado el 22 de agosto del 2017.
- Referenciado el 25 de agosto del 2017
- Referenciado el 25 de agosto del 2017
- Referenciado el 4 e agosto del 2017.
- Referenciado el 7 de agosto del 2017.
- Referido el 24 de agosto del 2017.
- Ubicación del municipio de Garzón.(2017)
- www.ashofruicol. Referenciado 7 de junio del 2017.
- www.dane.gov.co. Referenciado el 23 de julio del 2017
- www.industriaalimenticia.com/.../87822-tecnologia-de-procesos-de-frutas-y-verduras
- www.municipiodegarzon.co. Referenciado el 26 de agosto del 2017
- www.portafolio.com. Referenciado el 1 de junio del 2017.

9. Anexos

9.1 Anexo 1.

Formato de la encuesta

ENCUESTA QUE SE APLICA A LOS CONSUMIDORES DE GARZON

Nombre del encuestado: _____

Dirección: _____

Fecha de recolección de la información: _____

1. Usted ha consumido pulpa de fruta?

SI NO

2. Qué opinión tiene de la consume en la actualidad?

EXCELENTE BUENA REGULAR MALA

3. Donde compra la pulpa de frutas?

a. Tiendas b. Supermercados c. En el centro d. Vendedores ambulantes e. Un familiar

4. puede indicar ¿cuál es su actividad u oficio?

a. Ama de casa b. Empleado c. Trabajador independiente d. Comerciante e. Pensionado

5. A que estrato socioeconómico corresponde usted?

a. Estrato 1 b. Estrato 2 c. Estrato 3 d. Estrato 4 e. Estrato 5

6. Cada cuanto compra pulpa de frutas?

a. Diariamente b. Cada tres días c. Cada cinco días d. Cada semana e. Cada quince días

7. Cuánto paga por la pulpa de frutas en bolsa plástica de ½ libra?

a. \$1.000 b. \$1.500 c. \$2.000 d. \$ 2.500 e. Otro? Cuál _____

8. indique cuales son los ingresos mensuales? ?

a. Menos del mínimo b. El mínimo (\$770.000) c. Más del mínimo d. Otro? Cual ¿ _____

9. Cuando compra la pulpa de fruta que factor tiene más en cuenta?

- a. El sabor de la pulpa d. El valor nutritivo de la pulpa c. El empaque de la pulpa
d. El tiempo de duración para su consumo

10 .Que sabor prefiere al consumir pulpa de frutas?

- a. Mango b. Maracuyá c. Fresa d. Guanábana e. Piña f. Mora g. Otra? Cuál?_____

11. En caso que una empresa nueva de Garzón, ofrezca pulpa de frutas con normas sanitarias, usted compraría este producto?

SI NO

12. Al comprar la pulpa de fruta en qué medida prefiere comprar la misma?

SI NO

13. Al comprar la pulpa de fruta en qué medida prefiere comprar la misma?:

250 gramos
400 gramos
750 gramos
TOTAL

14. En qué forma de presentación prefiere la pulpa de frutas?:

Frasco de vidrio
Bolsas plástica no contaminante
Envase tretapack

9.2 Anexo 2

FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA

Muestra: 199 encuestas

Universo: 11.052 familias de Garzón

Se consideran los hogares en el sector urbano del municipio

Forma de contacto: Encuesta personal

Selección de la muestra: Por muestreo aleatorio simple

Error: 3% con el 96% de nivel de confianza.

Trabajo de campo: Del 1 al 15 de junio del 2017

9.3 Anexo 3

Garzón, septiembre 17 de 2017

Señores

APROPIT

Misael Gómez

Representante legal

Palestina

Asunto: **intención de compra**

Nosotros despulpadora SAS, tenemos la intención de comprarle las siguientes frutas que requerimos para obtener nuestros productos, ellas son: maracuyá, mora, guanábana y mango. Por lo tanto solicitamos la cotización de las mismas, como también los costos de envío y detalles del embalaje.

Por su atención y colaboración le quedare agradecida

Atentamente,

GELMA BERMEO A.

Gerente general

9.4 Anexo 4

COTIZACION PARA EL PROYECTO

Nombre	Valor	empresa
Despulpadora de fruta	3.800.000	Mercado libre
Maquinas Despulpadoras De Frutas Industriales	2.000.000	Mercado libre
Maquina despulpadora de fruta	1.000.000	Mercado libre
Mesa en acero medidas 700x 850 ml	989.000	Mercado libre
Set de cuchillos homehero	143.777	Mercado libre
Maquina lavadora de fruta	1.000.000	Mercado libre
Bomba en acero inoxidable	4.800.000	Mercado libre
Marmita eléctrica en acero inoxidable	4.000.000	Mercado libre
Envasadora y selladora semielectrica	7.000.000	Mercado libre
Canastilla para embalaje de la pulpa	9000	Mercado libre
Computador	1.300.000	Mi PC Pitalito
Impresora	514000	Mi PC Pitalito
Sillas plásticas x 10 unidades	169000	Casa Hogar Pitalito

3 Escritorios	690.000	Mercado libre
Silla giratoria	185.000	Mercado libre
Archivador	200.000	Mercado libre

9.5 Anexo 5



Garzón, 19 de septiembre de 2017

Señores
DESPULPADORA S. A. S.
Att. Ángela María Moreno Vargas
Municipio de Garzón

Cordial saludo,

Comedidamente me permito presentar propuesta publicitaria a para su empresa DESPULPADORA S. A. S. en el municipio de Garzón, para que sean emitidos comerciales a través del programa NOTICIAS SABAMABU de la emisora SABAMBU STEREO 88.8 del municipio de Garzón.

Nuestra emisora cuenta con un gran cubrimiento y el noticiero goza de una gran credibilidad y excelente sintonía en el área centro del departamento del Huila.

PROPUESTA PUBLICITARIA

**EMISION DE DOS (2) COMERCIALES DIARIOS DE LUNES A VIERNES EN
NOTICIAS SABAMBU DE 6:30 A 8:00 AM**

**EMISION DE UN (1) MERCHANSING DIARIO DE LUNES A VIERNES EN NOTICIAS
SABAMBU DE 6:30 A 8:00 AM**

VALOR DE LA PROPUESTA MENSUAL..... \$360.000.00

Agradezco su atención,

JOAQUIN ENRIQUE PARRAMORERA
Ejecutivo de ventas
3112054808

Garzón Huila,
Septiembre 18 de 2017



Señora
Ángela María Moreno Vargas
Despulpadora SAS del Municipio de Garzón

La siguiente es la cotización para la prestación de cotización publicitaria en **TV SUR Noticias canal 4** con **2 impactos** diarios de **30 segundos** con repetición al día siguiente al medio día; Para tal fin **EL GRAN EQUIPO PUBLICIDAD** se permite cotizar por un valor de \$250. 000.00 mes.

Como valor agregado su publicidad se emitirá durante todo el día en la programación habitual desde las 10 de la am hasta las 9 y 30 pm.

Se recomienda por estrategia **costo beneficio** que su pauta tenga una duración de 3 meses como mínimo para que usted alcance a sentir el efecto de su inversión.

Sin otro particular y deseosos de poder servirle,

Atte,

Edward Olaya Polo
Director
322 818 61 18



Garzón,

DESPULPADORA S.A.S DEL MUNICIPIO DE GARZON
Vereda El Barzal / Garzón – Huila

Cordial Saludo.

De manera atenta me permito enviar cotización para su respectivo trámite:

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
1000 volantes full color 4x4 propalcote	\$420.000
Publicidad impresa en banner a full color	\$400.000
VALOR TOTAL	\$820.000

Cordialmente,

OSWALDO CALDERON TRUJILLO
Gerente

Contacto:
Nit: 12199273-2
Cel: 3133922518
Cll 7 No. 7-65 Telefax: 833 0967
berimpresores@gmail.com
Garzon / Huila

9.6 Anexo 6

Anexo 6. Presupuesto de adecuación
PRESUPUESTO PARA LA ADECUACION Y MANTENIMIENTO DE LA PLANTA
DE PRODUCCION DE LA DESPULPADORA S.A.S DEL MUNICIPIO DE GARZON

ITEM	DESCRIPCION	ND	C ANT	V/U NIT	V/TOTAL
1	MAMPOSTERIA				5.423
1.1	Muro ladrillo tolete común e=0.12m	2	11 0,79	48.952	5.423
2	PISOS				6.101
2.1	Enchape de piso de primera calidad color blanco trafico 5	2	13 0,61	46.715	6.101
3	ENCHAPE				1.284
3.1	Enchape de pared de primera calidad color blanco	2	26 ,90	47.742	1.284
4	APARATOS Y MUEBLES ESPACIALES				731
4.1	Lavamanos Acuacer	ND	2, 00	134.100	268
4.2	Sanitario Trevi	ND	2, 00	231.757	463
5	PINTURA GENERAL				3.018
5.1	Estuco y pintura vinilo muros	2	20 9,20	14.428	3.018
6	EXTERIORES				

					1.146
6.1	Placa de piso para exteriores en concreto 2500 P.S.I, barrido y dilatado e-0.08	2	31 ,60	36.285	1.146
7	EXTERIORES				159
7.1	Aseo final obra	2	13 5,40	1.180	159

COSTOS DIRECTOS

\$ 17.865.501

9.7 Anexo 7

Carta de intención de compra

Garzón, 19 de Septiembre de 2017

Despulpadora S.A.S Municipio Garzón

Presente:

Por medio de la presente expresamos a usted nuestra intención de adquirir como tal la pulpa de fruta como son mora, piña, guanábana y maracuyá, actualmente ustedes comercializan y distribuyen.

Actualmente contamos La juanita la tienda del Barrio los Guadales , en donde estamos interesados en el producto, sin embargo sabemos de su interés de ponerla a la venta y por tal motivo deseamos, de no existir inconveniente, nos consideren de manera prioritaria para su compra.

En espera de su amable y pronta respuesta, quedo a sus órdenes.

ATENTAMENTE,



Víctor Hugo Ospina

Propietario

