

**Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de
Santander Colombia.**

Preparada por:

Karen Vanessa Díaz Gamba

Yeison Ricardo Guzmán Alfonso

Andrea Estefanía Salgado Gómez

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

Facultad de Postgrados y Formación Continuada

Especialización en Gerencia

Bogotá, D.C, Colombia

2015

Resumen

Dada la alta competitividad en diversos mercados del mundo, además de las necesidades creadas a diario por el ser humano, es importante analizar y darle un asentido a los gustos y necesidades de cada persona, con la meta de crear e innovar productos o servicios que satisfagan de forma particular a cada persona. El éxito de las empresas está reflejado como el resultado de la continua evolución e invocación en la variedad de sus productos y también de la forma en como los comercializan en un mercado cambiante, es por ello que el presente proyecto pretende presentar un plan de negocios, que recoja las características de un producto tradicional al cual se le dará valor agregado con una amplia variedad de frutas y verduras libres de químicos y conservantes, que pueda afectar la salud, bienestar e integridad de personas que los consuman.

Abstrac

Given the high competitiveness in various markets around the world, plus daily needs created by humans, it is important to analyze and give it a assented to the tastes and needs of each person, with the aim of creating products or services that meet so particular individual. The success of companies is reflected as a result of the continuous evolution and invocation in the variety of its products and also the way in which the market in a changing market, which is why this project aims to present a business plan, to collect the caracterisiticas of a traditional product that will be innovated with a Aplya variety of fruits and vegetables free of chemicals and preservatives, which may affect the integrity and health of the people who can consume.

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del jurado

Bogotá, 29 de agosto 2015

Dedicatoria

A nuestros padres, hermanos, compañeros y en especial a Dios fuente de inspiración para el presente trabajo

Agradecimientos

En primer lugar agradecemos a Dios por ser nuestro guía en este largo camino, a Jesús por ser nuestra inspiración y darnos fuerzas y por ser el ejemplo más grande de amor en este mundo también a nuestros padres por dar el ejemplo de vida a seguir. De igual forma a nuestras familias que apoyaron constantemente e incondicionalmente en todas nuestras vidas y más aún en momentos duros y arduos, en estos años de carrera profesional en especial queremos expresar nuestros más grandes agradecimientos a nuestras madres que sin su ayuda hubiese sido imposible culminar nuestra profesión.

Tabla de Contenido

Resumen	2
Abstrac.....	3
Tabla de Contenido.....	7
Índice de tablas	10
Índice de graficas	11
Índice de ilustraciones.....	12
Índice de anexos	13
Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander Colombia.	14
Introducción.....	15
Definición del Problema	16
Antecedentes	16
Formulación	17
Descripción	17
Justificación	19
Personal, profesional, social e institucional	19
Delimitación	22
Objetivos generales y específicos	22
General	22
Específicos	22
Metodología.....	23
La metodología de mercado empleada se basa en la creación de “Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander Colombia”.	23
Desarrollando de una investigación Descriptiva empírico analítica mediante la búsqueda de información acerca de la historia del cacao, la industria, el desarrollo económico, etc. Esto permitirá conocer y analizar el entorno del cacao y dar respuesta a la industria mediante una nueva idea de negocio. Esto se llevara a cabo mediante el método cuantitativo con el planteamiento de la hipótesis.	23
Se utilizaran fuentes de información primarios (encuestas) y fuentes de información secundarios (libros, entrevistas, estadísticas, artículos, etc.) y se utilizaran instrumentos como formularios, formatos de encuesta y simuladores que permitan el desarrollo de la investigación de forma analítica, organizada y objetiva.	23
Marco referencial.....	24

Marco Teórico	24
Histórico	31
Diseño metodológico	32
Hipótesis	32
“La Creación de una empresa de chocolates con verduras aportara al crecimiento de la industria cacaotera en Colombia”	32
Variables e indicadores	33
Variables	33
Universo o población	35
Muestra	35
Instrumentos	35
Capítulo I. Construcción de la empresa Productora y Comercializadora de productos a base de Cacao. ..	45
Resultado	92
Capítulo II. Análisis Técnico de la Empresa.	94
Capítulo III. Análisis Financiero de la Empresa.	109
De acuerdo a la realización del análisis financiero para el plan de negocios se visualiza la viabilidad del mismo las graficas de Rentabilidad operacional – Rentabilidad neta – Rentabilidad del activo, se encuentra en orden ascendente por año, mostrando crecimiento anual.	128
La liquidez presenta estabilidad durante los siguientes años.	128
El nivel de endeudamiento tiende a disminuir notablemente por año.	128
Conclusiones	129
• Se presento un plan de negocios que está enmarcado en la eficiencia y aprovechamiento de los recursos Naturales producidos en la ciudad de Bucaramanga como lo es el cacao, diferentes verduras y frutas exóticas.	129
• Desarrollo un Estudio Sobre la formalización de empresa en Colombia para la producción de Productos Derivados del Cacao según la normativa y las leyes Colombianas que regulan las empresas.	129
• Se analizó técnicamente La Empresa de Productos derivados del Cacao según ubicación, estrategia, calidad y habilidades.....	129
• Se llevo a cabo un estudio financiero de la viabilidad de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Cacao.....	129
Recomendaciones	130
• Dar cumplimiento de la normatividad necesaria para que la empresa llegue adquirir certificaciones de alta calidad ante las entidades asignadas para otorgar registros.....	130

- Tomar en cuenta las medidas sanitarias aptas para la producción y manejo de las materias primas. 130
- El Dinamismo de la empresa debe ser igual de rápido y óptimo según la tecnología que se utiliza para la fabricación y comercialización del producto. 130
- Realizar alianzas estratégicas con empresas de distribución y publicidad para competir con las empresas ya existentes y posicionar el producto en el mercado. 130

Bibliografía..... 131

Glosario 135

Índice de tablas

Tabla No 1. Proyección de Variables e indicadores

Tabla No 2: Resultados edades.

Tabla No 3: Resultados análisis edades.

Tabla No 4: Resultados frecuencias.

Tabla No 5: Resultados análisis frecuencia.

Tabla No 6: Resultados percepción.

Tabla No 7: Resultados análisis percepción.

Tabla No 8: Resultados Disposición.

Tabla No 9: Resultados análisis disposición.

Tabla No 10: Resultados Frente al precio.

Tabla No 11: Resultado análisis frente al precio.

Tabla No 12: Resultados gustos.

Tabla No 13: Resultados análisis frente al gusto.

Índice de graficas

Grafica No 1: Resultados en barras edades.

Grafica No 2: Resultados torta edades.

Grafica No 3: Resultados en barras frecuencia.

Grafica No 4: Resultados torta frecuencia

Grafica No 5: Resultados barras en barras percepción.

Grafica No 6: Resultados torta percepción.

Grafica No 7: Resultados barras disposición.

Grafica No 8: Resultados torta disposición.

Grafica No 9: Resultados barras frente al precio.

Grafica No 10: Resultados torta frente al precio.

Grafica No 11: Resultados barras frente al gusto.

Grafica No 12: Resultados barras frente al gusto.

Índice de ilustraciones

Imagen No 1: Formato encuesta de percepción “prueba piloto”

Imagen No 2: Bandera y escudo de Bucaramanga.

Imagen No 3: Cuadro Población y características de la región.

Índice de anexos

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

**Plan de Negocios
para el
aprovechamiento del
Cacao producido en el
departamento de
Santander Colombia.**

Introducción

El **“Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander Colombia”**. Se materializara como propuesta en el mes de Abril del año 2015, como resultado de la investigación e indagación llevada a cabo por el grupo, en el marco de competitividad de los mercados actuales, ya que en la gestión empresarial se toman decisiones estratégicas y técnicas, en relación con el Plan de Negocios que elaboraran los investigadores de la presente propuesta.

El presente informe fue diseñado básicamente con el objetivo de contar con una base conceptual, no particularmente profunda en las explicaciones en él presentadas, la idea es comprender bien las metas y y estructuracion que comprenden este tipo de negocio.

De otro lado la presentación del plan de negocios busca conceptualizar la forma en como un empresario debe construir una idea de negocio así como también los mecanismos a utilizar para realizar la legalización de la idea y la materialización del documento escrito. En Colombia actualmente se cuentan con una gran variedad de oportunidades para acceder a estímulos e incentivos para los medianos y pequeños empresarios, es por ello que el presente se contextualiza como la idea central de crear empresa en un sector que día tras día está cambiando por el aumento de las necesidades a satisfacer como también cubrir la demanda de los consumidores que no están satisfechos.

Definición del Problema

Antecedentes

“La industria colombiana - es decir, en sentido técnico, el proceso mecanizado de transformación de materias primas que rebasa las meras necesidades domésticas y está destinado a un gran mercado - tuvo varios nacimientos y varias muertes antes de su consolidación decisiva.” (Mayor Mora, 2002)

La competitividad de las empresas Colombianas, en la actualidad radica en que los demandantes de un producto siempre están en continuo cambio, a fin de comprar o vender un producto con características únicas a la hora de realizar una transacción comercial. Es por ello que hoy día las necesidades han aumentado y también se han creado necesidades que cada ser humano puede llegar a tener.

En ese sentido se ha determinado que en el mercado Colombiano y más exactamente en el mercado de la capital de Santander Bucaramanga, existe la presencia de una serie de productos derivados del Cacao, entre ellos, el chocolate, las escencias y bebidas preparadas a partir de esta materia prima.

Formulación

Teniendo en cuenta que la actualidad no se ha evidenciado la existencia de un producto creado de forma natural, mediante el aprovechamiento de recursos naturales y materias primas producidas en la ciudad de Bucaramanga Colombia, y que como principio nacional según los Instrumentos Internacionales de derechos humanos, la Constitución Política y la jurisprudencia de la Corte Constitucional señalan que:¹ en Colombia la alimentación se le debe dar a todos los habitantes de la nación, teniendo en cuenta el principio de la nutrición. A partir de ello se genera la pregunta a la investigación que orienta el presente proyecto.

¿De qué forma se pueden aprovechar los recursos naturales existentes en la Ciudad de Bucaramanga, mediante la producción de alimentos libres de químicos y aditivos artificiales?

Descripción

Según la observación realizada por los investigadores en la actualidad, no existe un producto con las características y las particularidades requeridas o necesarios por los colombianos y colombianas que buscan un producto natural, que satisfaga las necesidades de alimentación con base en productos libres de químicos y que además no afaten la integridad de sí mismos así como también la salud y su nutrición.

¹ Instrumentos Internacionales de derechos humanos, la Constitución Política y la jurisprudencia de la Corte Constitucional

En Colombia no es evidente la existencia de un proyecto que tenga por objeto el desarrollo o implementación de un plan negocio que revolucione el mercado de los alimentos naturales con base en el aprovechamiento de los recursos naturales que se dan en el departamento de Santander y específicamente en su capital la ciudad de Bucaramanga. El producto que se pretende sacar al mercado tiene como características la producción de chocolates hechos con materias primas libres de químicos, conservantes, endulzante y saborizantes artificiales, que de uno u otro modo puedan llegar a afectar la salud del consumidor final.

Los investigadores del proyecto han evidenciado que se pueden perder algunas oportunidad de negocios, tan importantes como el desarrollo de un producto que beneficie en primer lugar la salud de las y los consumidores del mismo, así como también supla la necesidad de alimentar sanamente a la población al cual está dirigido el desarrollo de la idea de negocio, que tiene por características generales la producción de Chocolates, libres de químicos.

El presente proyecto de investigación pretende crear una estrategia de negocio que se base en el aprovechamiento de las materias y recursos orgánicos y naturales que se dan en el Departamento de Santander y en su ciudad capital Bucaramanga, eso a fin de dar a conocer las potencialidades que esta región posee, no solo en recursos también en mano de obra calificada en el desarrollo de la idea de negocio inicial.

Justificación

Personal, profesional, social e institucional.

En la actualidad La región de Bucaramanga Colombia, posee una alta capacidad agropecuaria, donde uno de sus mayores productos agrícolas es el cacao, semilla fermentada y secada, de la cual se extrae manteca como sólidos; Los microempresarios Bumangueses con gran capacidad administrativa, conocen muy bien el producto dentro de la región; han logrado dar a conocer el Cacao no solo en Bucaramanga, Santander si no en más regiones cercanas del país.

La dificultad que se presenta en este momento por parte de los microempresarios y agropecuarios santandereanos, es la falta de conocimiento para aprovechamiento de la naturaleza en las materias primas que se producen en esta región, dado a que un gran porcentaje de los agricultores de colombianos no cuentan con las bases educativas y empresariales para desarrollar una idea de negocio que incorpore una cadena de valor para el aprovechamiento y transformación del cacao producido en la misma región.

De otro lado es preciso señalar que gran parte de los empresarios que viven del cacao no conocen adecuadamente como es un proceso de comercialización de dichos productos en Colombia, al implementar un proyecto como el “Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander Colombia”, además se busca aportar una base teórica contextualizada en la realidad de la región a fin de que los agricultores se informen,

conozcan y ejecuten un plan de negocio que beneficiaría al sector agropecuario de la región, fortaleciendo sus conocimientos y generando estrategias que les permita dar a conocer este producto no solo en Colombiana sino que también a nivel internacional. Al construir el presente plan, los microempresarios bumangueses podrán conocer todos los mecanismos y acciones tendientes al aprovechamiento eficiente del cacao como materia prima para producir una línea de chocolates que incorporen frutas y verduras libres de químicos y conservantes artificiales.

Personal: Colombia es un país que está ubicado estratégicamente entre dos océanos que anualmente mueven miles de millones de dólares por todo el mundo como resultado del comercio entre países y continentes, es por ello que partir de las diversas necesidades de ser competitivos a nivel mundial, los microempresarios Colombianos requieren de una herramienta que no sea compleja para iniciar sus negocios en el mercado internacional, en lo personal es un reto para el equipo diseñar un plan eficiente de negocios para el desarrollo de este proyecto que en marque el aprovechamiento de recursos naturales así como la producción de chocolates libres de químicos.

Profesional: El mercado es un conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre personas o empresas que además de ser un factor que día tras día se exige mejorar los resultados a macro y micro por así decir nacional e internacional, es por ello que los profesionales en formación deben asumir retos como los de enfrentarse a los movimientos, las necesidades y demandas que requieren las personas alrededor del mundo; es por esto que el presente proyecto pretende ser una oportunidad para los nuevos empresarios que no conocen las materias primas producidas en la región de la ciudad de Bucaramanga Colombia,

así como también una oportunidad para que el mercado conozca un producto innovador en cuando a la mezcla de chocolates elaborados de forma natural y que a su vez estén combinados con frutas y verduras producidas de igual modo. Este proyecto enriquece los conocimientos profesionales de las personas que lo crearon y de igual forma a sus lectores y/o consultores del mismo.

Institucional: El presente proyecto corresponde a la consulta y el análisis de las principales dificultades que los agricultores de la ciudad de Bucaramanga poseen para la comercialización de materias primas como el Cacao que se da en esta región, así como también en los métodos para dichos productos en chocolates con frutas y verduras.

Social: Teniendo en cuenta que la competitividad es un término que hoy día rige las economías del mundo; es prioritario renovar el mercado por medio de novedosos productos que creen necesidades y posibilidades de adquisición de los mismos por parte de los diferentes consumidores alrededor del mundo, es allí donde se da la oportunidad de negocio de producir un producto compuesto por cacao mezclado con frutas y verduras naturales que den por resultado un chocolate con diferentes líneas de producto dirigidos a diferentes públicos. Que no solo cumplan con la necesidad de alimentación si no también la de nutrición sana como principal objeto social.

Delimitación

El plan de negocio basado para la producción y comercialización de productos naturales transformados en Bucaramanga Colombia esta delimitado por factores geograficos dado a que se desarrollara con productos extraidos en esta región del departamento de Santander y a su vez comercializados en esta misma ciudad.

Objetivos generales y específicos

General

Presentar un plan de negocios que este enmarcado en la eficiencia y aprovechamiento de los recursos Naturales producidos en la ciudad de Bucaramanga.

Específicos

- Desarrollar un Estudio de mercado, basado a la población en la ciudad de Bucaramanga donde se evidencie el aprovechamiento del cacao como recurso natural. (Cap. I).
- Verificar las alternativas para la producción y comercialización de chocolates combinados con verduras en la ciudad de Bucaramanga. (Cap. 2).
- Presentar un plan de negocio para la comercialización y producción de chocolates. (Cap. 3)

Metodología

La metodología de mercado empleada se basa en la creación de “Plan de Negocios para el aprovechamiento del Cacao producido en el departamento de Santander Colombia”.

Desarrollando de una investigación Descriptiva empírico analítica mediante la búsqueda de información acerca de la historia del cacao, la industria, el desarrollo económico, etc. Esto permitirá conocer y analizar el entorno del cacao y dar respuesta a la industria mediante una nueva idea de negocio. Esto se llevara a cabo mediante el método cuantitativo con el planteamiento de la hipótesis.

Se utilizaran fuentes de información primarios (encuestas) y fuentes de información secundarios (libros, entrevistas, estadísticas, artículos, etc.) y se utilizaran instrumentos como formularios, formatos de encuesta y simuladores que permitan el desarrollo de la investigación de forma analítica, organizada y objetiva.

Marco referencial

Marco Teórico

En la actualidad en nuestro entorno económico nacional e internacional se puede observar avances en países desarrollados y crecimiento en los subdesarrollados gracias a su dinamismo a la especialización en las fortalezas de cada país de la mano con la innovación e investigación se pueden ver de manera asombrosa los avances tecnológicos que permiten la conexión entre países de manera más rápida y creación de herramientas que facilitan el trabajo antes realizado en largas jornadas permitiendo el aprovechamiento del tiempo con un mayor número de producción en menor tiempo.

En la actualidad tenemos un entorno económico más dinámico y globalizado del cual se puede hacer partícipe mediante estrategias bien definidas, objetivos claros teniendo en cuenta que la economía después de mitad del siglo XX ha evolucionado de forma considerable; encontramos la teoría expuesta por Michael Porter para él, la competitividad está determinada por la calidad en su productividad definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo².(Venzor & de México, 2006)

La competitividad entre las naciones.

²(Venzor & de México, 2006)

La comparación resultante de un mercado donde no intervienen, son donde se determinan los grados de intercambio comercial y economía de los países. De acuerdo con determinadas teorías³(Mankiw, 2012), cada país se especializa en producción de bienes que pueden ser producidos a un menor costo con relación a los costos de producción en otros países.

Se introduce en su análisis elementos como el costo absoluto o el costo relativo para explicar que un país tiene más ventajas en el comercio internacional de productos según (Montalbán, n.d.) destaca la importancia del libre comercio para aumentar la riqueza de todas las naciones que comercian en los siguientes términos:

A esto, él le llamó “ventaja absoluta” debido a que cada país podía producir un bien a un costo absolutamente menor que el otro. En contraste con la propuesta de Smith, David Ricardo señala que solo es posible obtener una ventaja comparativa si ésta se basa en el requerimiento de trabajo para la producción de un bien. La ventaja comparativa, en oposición a la ventaja absoluta, es un término relativo. Esencialmente se utiliza la misma desigualdad para determinar la ventaja competitiva de cada país. Señala que cuando cada país se especializa en la producción de aquel bien, en el cual tiene una ventaja aun cuando no sea absoluta, el producto total mundial de cada bien aumentará⁴ (Chalcholiades 1982:23, citando a David Ricardo, 1821).

La competitividad de las cadenas agro productivas en Colombia.

³ (Mankiw, 2012)

⁴ El pensamiento clásico está representado, principalmente por Robert Torrens (1808, 1815), David Ricardo (1821), Adam Smith (1837) y J. Stuart Mill (1902) (Chalcholiades, 1982).

Colombia al igual que muchos países latinoamericanos se han pronunciado desde la época de los ochentas con sus cuerpos productivos a nivel internacional si bien es cierto que el fomento de la integración es el resorte para el crecimiento económico razón por la cual se ven avances acuerdos comerciales de diferentes índoles⁵ (bilaterales, multilaterales).

Sin embargo la mayor apertura dejó entrever la baja competitividad del aparato productivo frente a los productos transados internacionalmente; esto sucede en los productos agrícolas sino también en los agroindustriales que se encuentran encadenados con los productos primarios.

Siendo razones convincentes Krugman (Mankiw, 2012) olvida aspectos importantes tales como en primer lugar aun cuando una empresa venda la mayoría de sus bienes en un mercado interno siempre existe la amenaza competitiva de la importación que obligan a industrias que no realizan importación a lograr esforzarse por la competencia comercial internacional por otra parte si una parte de lo exportado es mínimo hacer parte de un tamaño significativo para el sector, donde se propicia un entorno a la competitividad.

Por otra parte la competitividad sigue teniendo como marco de referencia las ventajas comparativas basadas en los recursos naturales a las de ventajas competitivas basadas en reducción de costos y en la diferenciación del producto es decir en la capacidad de innovar.

⁵ Bilaterales, multilaterales

Es importante resaltar que las decisiones tomadas en un lugar del mundo tienen efectos directos sobre el comportamiento de la economía y social en otros territorios correspondiente al estado creación de un estado favorable y políticas macroeconómicas estables. (dinámica)

Desde finales del siglo XX el proceso de globalización se ha caracterizado por la expansión de los mercados y el surgimiento de espacios, actores y factores de competencia en el escenario internacional, tanto para los países como para las instituciones y las empresas. Lo anterior ha contribuido a reconfigurar definiciones para el concepto de competitividad a partir de diferentes enfoques, evidenciando su constante cambio y evolución.

El concepto de competitividad incluye diversos aspectos dependiendo del enfoque, los niveles y los factores que se contemplen en su valoración. Con frecuencia, para su interpretación se parte de la definición de nación competitiva; tal es el caso de instituciones internacionales.

Productividad y competitividad Santander.

Las economías regionales colombianas, Santander está creciendo a un ritmo más acelerado, participando en el total del PIB nacional con incrementó en más de un porcentaje al pasar al 6,39%. Hoy en día ocupa el puesto cuatro entre los departamentos, por el tamaño de su economía y rendimiento, superando a Cundinamarca y al Atlántico. Teniendo en cuenta, el movimiento económico de Santander no se excusa en el sector de hidrocarburos, En agricultura es el principal productor nacional de caña panelera, cacao y yuca. Y es uno de los departamento con mayor población de ganado bovino. En la industria, además de la refinación de petróleos, se destacan el sector de alimentos y la fabricación de muebles de madera. Además, como se puede

apreciar en la tabla 2, son importantes en su estructura productiva los sectores de servicios financieros, inmobiliarios, hoteles y restaurantes.

La diversidad de la estructura productiva de Santander es un reflejo no sólo de una geografía y una naturaleza variada, sino también del surgimiento y la coexistencia a lo largo de su historia de varios epicentros de desarrollo económico y social. La economía colonial del actual territorio de Santander se estableció alrededor de las poblaciones de Vélez, Girón, San Gil y Socorro, sustentada sobre todo en la producción agrícola y artesanal. Más tarde, durante la época republicana, la actual capital del departamento empezó a consolidarse como centro comercial del nororiente del país y como incipiente polo industrial. Hoy en día Bucaramanga es una de las ciudades más importantes en Colombia; donde municipios vecinos de Floridablanca, Girón y Piedecuesta conforma un área metropolitana que se acerca al millón de habitantes. La ciudad cuenta con una muy buena infraestructura de servicios públicos y el prestigio académico de sus universidades es reconocido en todo el país. Entre tanto, en el Magdalena Medio santandereano se conformó desde mediados del siglo pasado el primer enclave petrolero del país, alrededor del puerto fluvial y la refinería de Barrancabermeja. Santander está conformado en la actualidad por 87 municipios, agrupados en ocho provincias, cada una con diferentes características físicas y demográficas y con sus propias vocaciones productivas. (SANTANDER, 2007).

Cacao Santander.

Productores, comisionistas y exportadores, siempre y cuando el precio internacional sea favorable. De acuerdo con Corpoica en Colombia el 75% de la producción de cacao de las cuales aproximadamente el 90% es absorbido por la Compañía Nacional de Chocolates y Casa Luker,

siendo utilizado este producto como un colonizador de nuevas áreas. Si bien en Santander existen varios municipios dedicados a esta actividad, en los municipios de San Vicente y Carmen de Chucurí, cacaoteros por calidad, contando con características especiales que favorecen la producción. Según comentarios recogidos en la zona de San Vicente, “se vienen adelantando desde hace varios años, programas encaminados al apoyo técnico gratuito a más de tres mil productores de cacao, los cuales son atendidos en grupos rotativos para lograr un 100% de cobertura”. (Vega, Noviembre, 2006)

Productividad.

Otra definición la entiende como la relación entre la producción económica y los recursos invertidos para generarla que depende de la capacidad para innovar productos y servicios de un valor agregado crecientes, mientras la eficiencia en el uso de insumos de producción se optimiza al máximo.

Desde la dirección se adopta una visión más amplia del significado de productividad Katznel (1975) nos informa que diez directivos que fueron encuestados ocho incluyeron deficiencia, efectividad y calidad en sus definiciones sobre productividad el presidente de una compañía aportó todavía una definición más amplia al señalar la productividad como “ hacer lo que hay que hacer” Porter (1981)

La innovación.

La innovación se puede decir que es transformación de una idea de producto o de un servicio mejorado. Este proceso es extensible a cualquier área, puede entenderse como la invención tecnológica que concibe el futuro pero sin dejar de considerar los nuevos productos y servicios que responden a cambios de nuestros estilos de vida, este es uno de los campos donde el diseño aparece como un instrumento de innovación a modo de procedimiento que transforma la tecnología cruda en productos o procesos que las personas puedan de hecho utilizar. (Beatriz García Prósper, 2004)

Administración.

Según American Management Association: La administración es la actividad por la cual se obtienen determinados resultados a través del esfuerzo y la cooperación de otros. (Cruz, 2013)

Plan de Negocio

Plan de negocios se define como un instrumento fundamental para el éxito, así como una guía que facilita la creación de empresa. (Fleitman, 2000) Un plan es una herramienta que sirve como punto de partida. Se realiza de forma escrita donde una persona plasma sus ideas, e indica los objetivos de alcanzar y las estrategias a utilizar con método y orden cada pensamiento que tiene en la cabeza. (Velasco, 2007)

Dirección Estratégica proceso a través del cual formula objetivos, dirigida a la obtención de los mismos. Modo (maña) de mezclar el análisis interno y la sabiduría de los líderes para crear habilidades de control. Diseñando una estrategia exitosa donde hay dos reglas claves: hacer lo que se hace bien para poder derrotar a los competidores y tomar un acción con análisis para tener la dirección estratégica. (Hatten, 1987)

Una estrategia es para ser única y viable una visión del gerente o líder basándose en competencia interna y externa viendo los cambios en el entorno y los movimientos de oponentes inteligentes. (Quinn., 1991)

Histórico

Según el ensayo sobre economía regional del 2006 Amila Mojica cuenta que⁶ *“El árbol del cacao tuvo origen en la cuenca del Amazonas, desde donde se propagó hacia el norte y oeste de México, atribuyéndose a la comunidad Maya su cultivo comercial, antes de la conquista. Esta cultura lo utilizaba como moneda o instrumento de intercambio, antes del descubrimiento de América”*. Bebida de Dioses según los aztecas, mientras en Suramérica la Nueva Granada en 1634 como exportadora de este producto a España. Existen evidencias que el cultivo se inició en la parte oriental del país a ambos lados de la cordillera oriental, extendiéndose luego hacia el occidente.

Legal

Los antecedentes legales implementados en la construcción del presente plan de negocios son:

LEY 905 DEL 2 DE AGOSTO DE 2004 promoción y formación de mercados.

⁶ Ensayo sobre economía regional 2006 características del cultivo del cacao en Santander (link [http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/2006_noviembre.pdf?_utma=1.2038582242.1438374788.1438374788.1438374788.1&_utmb=1.2.10.1438374788&_utmc=1&_utmz=1.1438374788.1.1.utmcsr=google|utmccn=\(organic\)|utmcmd=organic|utmctr=\(not%20provided\)&_utmv=-&_utmk=216419606](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/2006_noviembre.pdf?_utma=1.2038582242.1438374788.1438374788.1438374788.1&_utmb=1.2.10.1438374788&_utmc=1&_utmz=1.1438374788.1.1.utmcsr=google|utmccn=(organic)|utmcmd=organic|utmctr=(not%20provided)&_utmv=-&_utmk=216419606))

LEY 29 DE 1990 – LEY DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA. Tecnología y conocimiento científico.

CAPITULO I Disposiciones Generales Artículo 12 negocios descripción de objetivos de empresa, competencia empresarial, formación de emprendimiento y capacidad creativa para la producción y alcance de objetivos.

Diseño metodológico

Hipótesis

“La Creación de una empresa de chocolates con verduras aportara al crecimiento de la industria cacaotera en Colombia”

Colombia es uno de los países de América Latina que se destaca por su producción de cacao, generando así la posibilidad de abarcar nuevos mercados y reconocer un nuevo producto autóctono a parte del café. Sin embargo se presenta poco interés en esta industria en la actualidad por el poco reconocimiento a la calidad del producto, muchos vendedores y pocos compradores lo que ha hecho que el precio del cacao no lo determine la oferta y la demanda sino la industria.

El cacao es producido en zonas violentas del país es decir ocho municipios de Santander y en el Tumaco que es una zona Crítica en temas de seguridad en el país. Se presentan problemas en aspectos como cambios climáticos y control de plagas lo que ha generado grandes retos para el crecimiento de la industria.

El gobierno nacional ha concentrado su atención en otras industrias lo que ha llevado a desaprovechar recursos importantes que se dan en Colombia y ha desviado los ojos de grandes empresas de chocolates a invertir en otros países productores de Cacao. Santander tiene en la actualidad la capital cacaotera de Colombia en San Vicente de Chucuri donde se encuentra el laboratorio de investigación de cacao del país produciendo así 7.000 toneladas de cacao. *“Se está seleccionando árboles resistentes a plagas y enfermedades, eso les da resistencia y es una forma de combatir enfermedades como la monilia, que le quita al agricultor el 60% o más de su cosecha. Todo el paquete tecnológico se le está transfiriendo al agricultor para que produzca por encima de 1.000 kilos y se vuelva rentable y competitivo”*. (ALIMENTOS, 2011).

Esta idea en negocio planteada generaría un producto 100% Colombiano aprovechando una de las mayores riquezas que posee este país como lo es el Cacao, aportando en la generación de empleo en la región de Santander y abarcando nuevos nichos de mercado.

Variables e indicadores

Variables.

- La producción de nuevas empresas de chocolates en Colombia aporta en la generación de empleo, crecimiento de la economía e inclusión en nuevos mercados. (P)
- La industria cacaotera necesita de impulso y apoyo por parte de las grandes empresas y del gobierno para su desarrollo. (IA)

- El cacao es un producto que solamente se da en pocos países por lo cual Colombia tiene la posibilidad de especializarse en su producción. (E)

VARIABLE	INDICADORES
P	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de producción de empresas que fabrican chocolates • Inclusión de nuevas empresas en el sector por año. • Nivel de Exportaciones e importaciones de chocolates. • Crecimiento de la industria cacaotera al año.
IA	<ul style="list-style-type: none"> • Aporte del gobierno (subsidios) a las regiones productoras de cacao. • Implementación tecnológica en el proceso de producción de cacao. • Niveles de compra de cacao a la industria Colombiana.
E	<ul style="list-style-type: none"> • Impulso de cacao por parte del gobierno colombiano en el mundo. • Publicidad y reconocimiento como producto autóctono en las marcas de chocolates de la industria nacional.

*Tabla No 1. Proyección de Variables e indicadores***Universo o población**

Las encuestas estarán enfocadas a personas de estratos socioeconómicos 2 al 6, se entrevistara a hombres y mujeres comprendidos en un rango de edad de 14 a 65 años aproximadamente.

Muestra

La encuesta será realizada a Veintiséis personas que tengan las características establecidas en la población, que muestren un interés por comer sanamente y que pudiesen tener problemas de salud como hipoglicemia, problemas de tensión, etc.

Instrumentos

La encuesta se realizara indirectamente teniendo encuesta que se realizara por medio de un cuestionario electronico que se diseñara por medio de encuesta facil.com , las preguntas seran cerradas para obtener resultados concretos sobre lo que se desea conocer.

1.- ENCUESTA DE PERCEPCIÓN FRENTE A LA COMBINACIÓN DE CHOCOLATES CON VERDURAS

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para la construcción de un plan de negocios creado a partir de las necesidades de los consumidores. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo. Esta encuesta dura aproximadamente 3 minutos.

1. ¿EDAD?
 - 14-18
 - 18-24
 - 24-30
 - 30-O MAS
2. ¿Con que frecuencia consume verduras en sus comidas?
 - Todos los días
 - Dos veces a la semana
 - Una vez al mes
 - Cada tres meses
 - Nunca
3. ¿Cómo cree que sería esta verdura combinada con el chocolate?
 - Desconcertante
 - Consumible
 - Una forma innovadora
 - Desagradable
4. ¿Si encontrara en el mercado la combinación de estos dos productos estaría dispuesto a comprarlo?
 - SI
 - NO
5. ¿Cuál cree que sería el precio justo de una chocolatina combinada con verduras?
 - \$1000 a \$1500
 - \$1600 a \$2000
 - \$2100 a \$2500
 - Un Mayor valor
6. ¿Cual de las siguientes verduras le gustaría a usted combinada con chocolate?
 - Lechuga
 - Tomate
 - Zanahoria
 - Pepino
 - Auyama

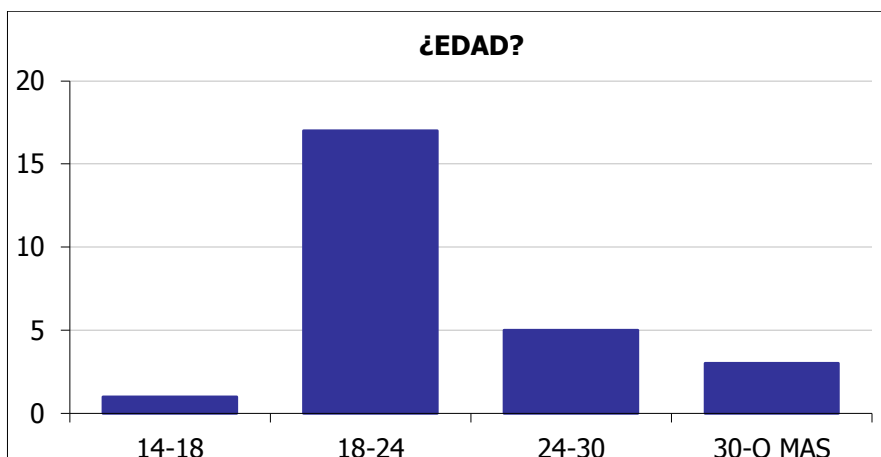
Imagen No 1: Formato encuesta de percepción “prueba piloto”

Resultados y discusión
Resultados de la Encuesta

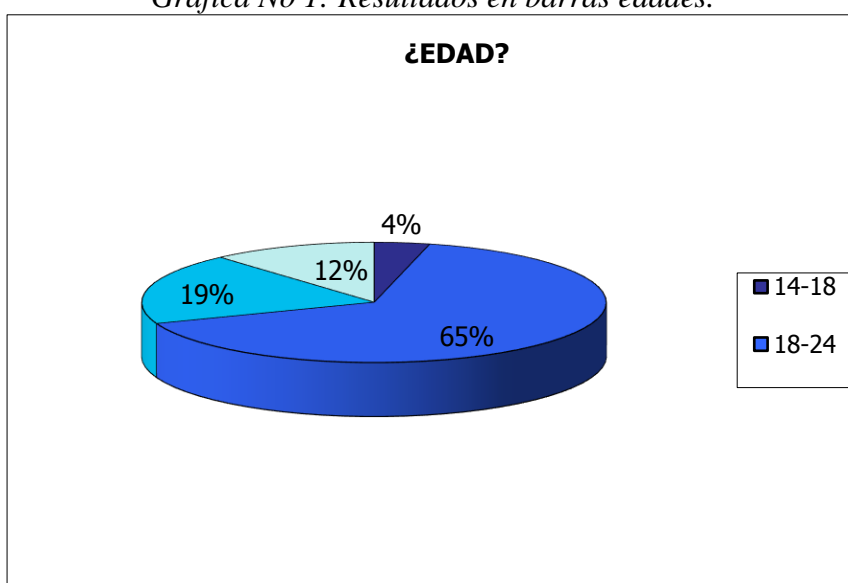
1. ¿Edad?

EDADES	No ENCUESTADOS	PORCENTAJE
14-18	1	4%
18-24	17	65%
24-30	5	19%
30-O MAS	3	12%
Respuestas recogidas	26	

Tabla No 2: Resultados edades.



Grafica No 1: Resultados en barras edades.



Grafica No 2: Resultados torta edades.

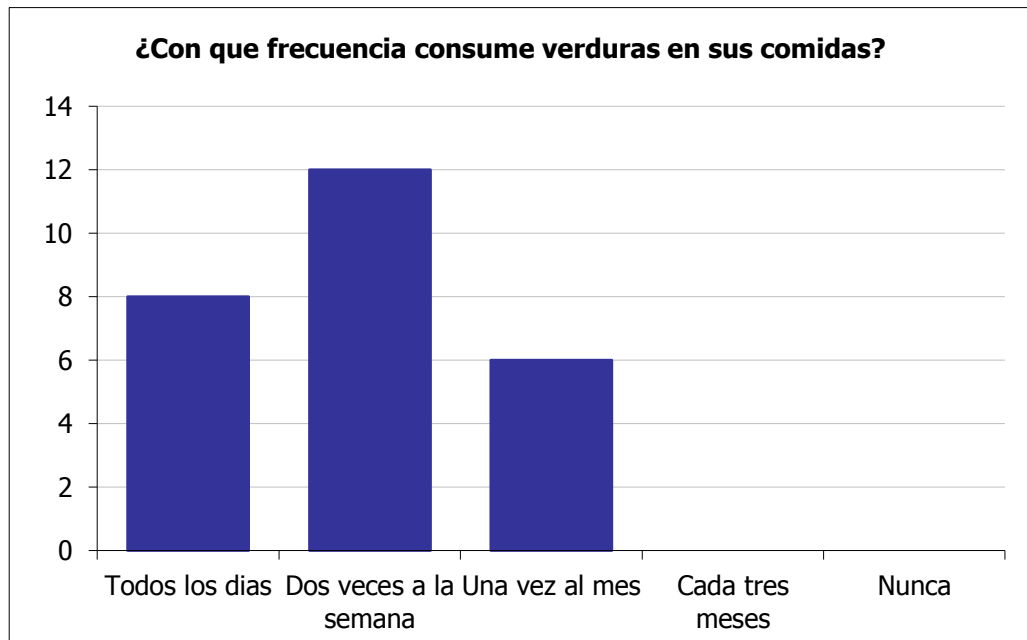
Análisis		Conclusiones
Media	2,385	El "84,62%" eligieron:
• Intervalo de confianza (95.0%)	(2,095 - 2,674)	18-24
• Tamaño de la muestra	26	24-30
• Desviación	0,752	La opción menos elegida representa el "3,85%":
• Error estándar	0,148	14-18

Tabla No 3: Resultados análisis edades.

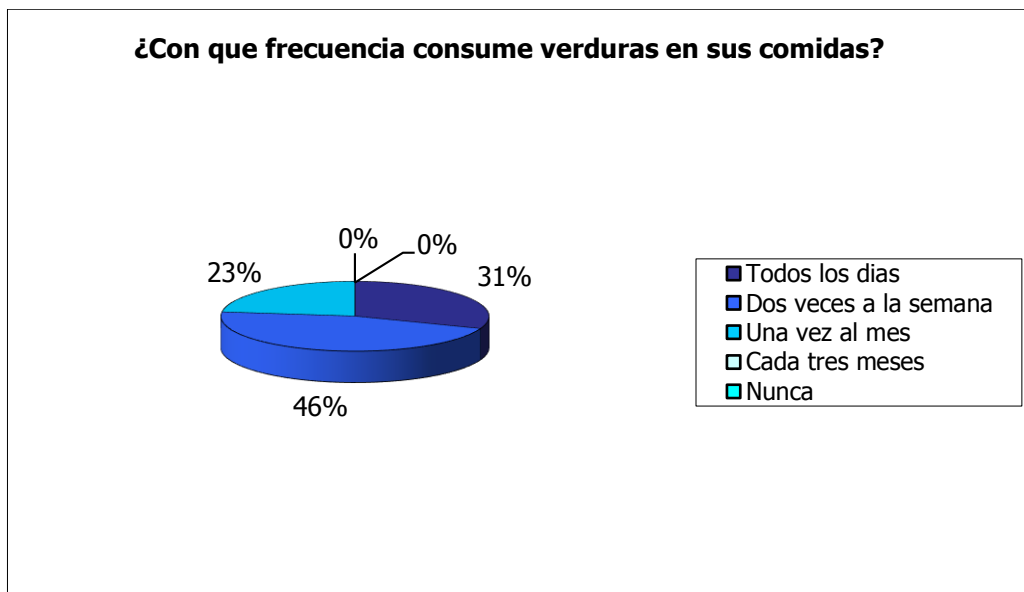
2. ¿Con que frecuencia consume verduras en sus comidas?

RESPUESTAS RECOGIDAS	No DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
• Todos los días	8	31%
• Dos veces a la semana	12	46%
• Una vez al mes	6	23%
• Cada tres meses	0	0%
• Nunca	0	0%
• Respuestas recogidas	26	

Tabla No 4: Resultados frecuencias.



Grafica No 3: Resultados en barras frecuencia.



Grafica No 4: Resultados torta frecuencia

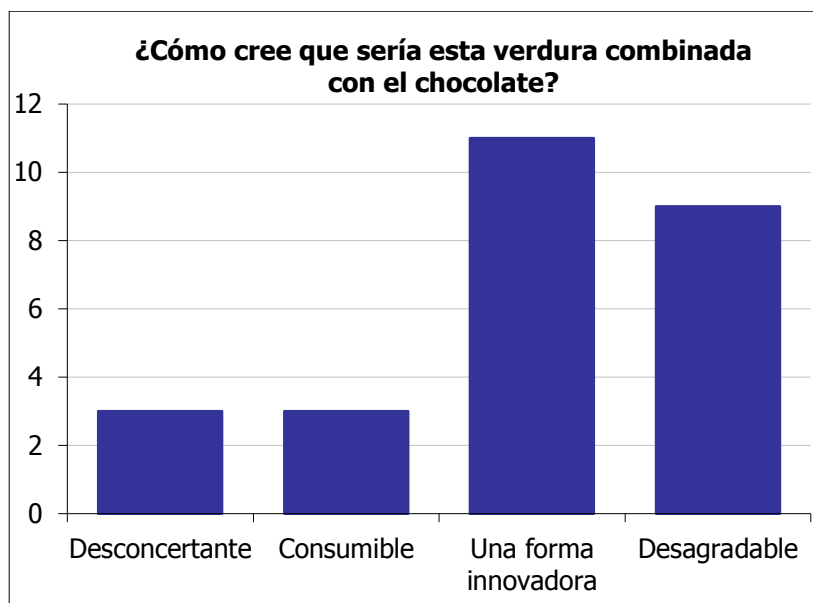
Análisis técnico		Conclusiones destacadas
Media	1,923	• El "76,92%" eligieron:
• Intervalo de confianza (95.0%)	(1,637 - 2,209)	Dos veces a la semana
• Tamaño de la muestra	26	Todos los días
• Desviación típica	0,744	2 opciones quedaron sin elegir.
Error estándar	0,146	

Tabla No 5: Resultados análisis frecuencia.

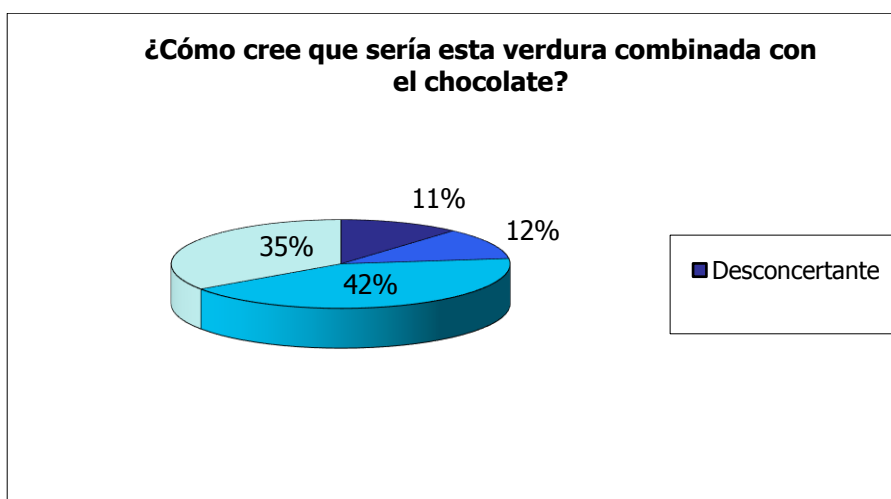
3. ¿Cómo cree que sería esta verdura combinada con el chocolate?

RESPUESTAS RECOGIDAS	No DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Desconcertante	3	12%
Consumible	3	12%
Una forma innovadora	11	42%
Desagradable	9	35%
Respuestas recogidas	26	

Tabla No 6: Resultados percepción.



Grafica No 5: Resultados barras en barras percepción.



Grafica No 6: Resultados torta percepción.

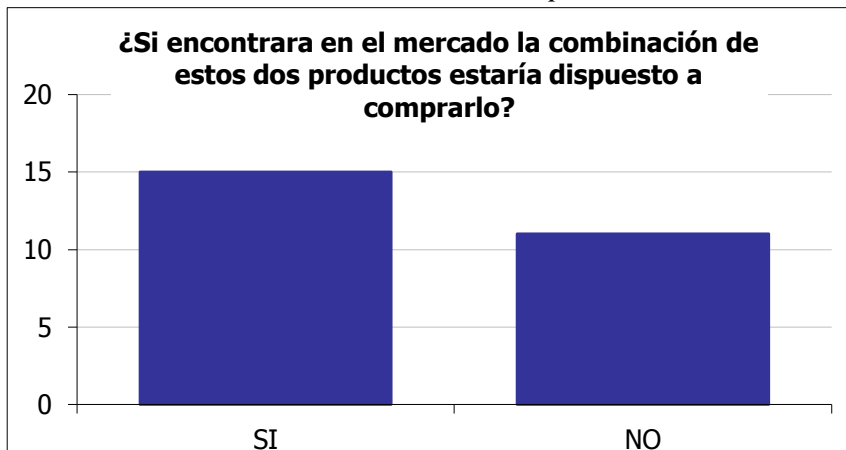
Análisis		Conclusiones principales
• Media	3	Un "76,92%" eligieron:
• Intervalo de confianza (95.0%)	[2,623 - 3,377]	Una forma innovadora
• Tamaño de la muestra	26	Desagradable
• Desviación típica	0,980	Opción menos elegida es del "11,54%":
• Error estándar	0,192	Desconcertante

Tabla No 7: Resultados análisis percepción.

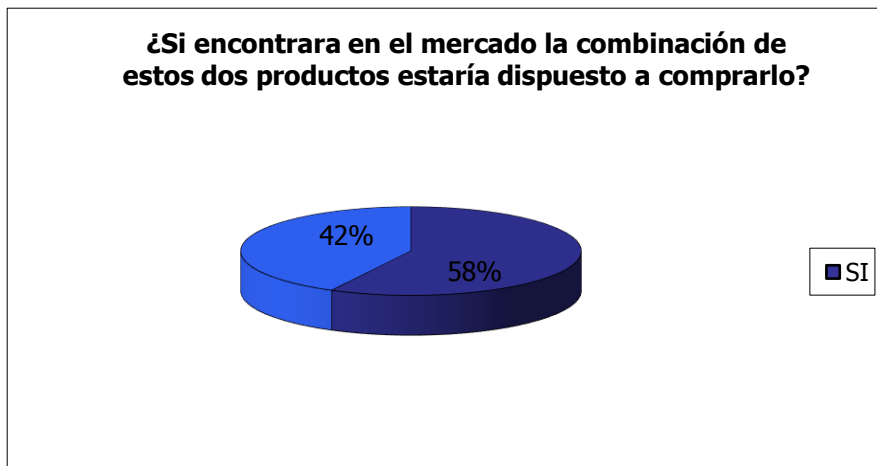
4. ¿Si encontrara en el mercado la combinación de estos dos productos estaría dispuesto a comprarlo?

RESPUESTAS RECOGIDAS	No ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	15	58%
NO	11	42%
Respuestas recogidas	26	

Tabla No 8: Resultados Disposición.



Grafica No 7: Resultados barras disposición.



Grafica No 8: Resultados torta disposición.

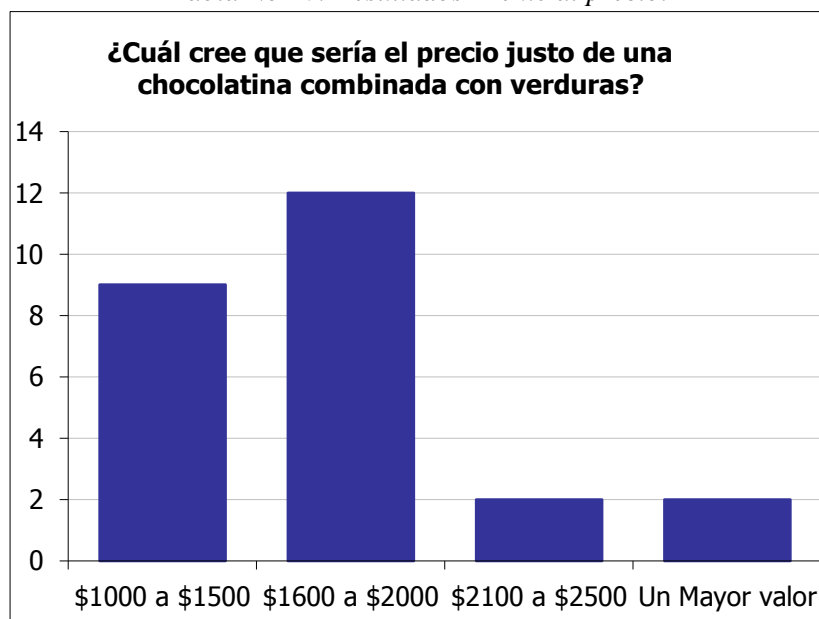
Análisis técnico		Conclusiones principales
• Media	1,423	• Opción más elegida fue "SI".
• Intervalo de confianza (95%)	[1,229 - 1,617]	
• Tamaño de la muestra	26	
• Desviación típica	0,504	• La opción menos elegida fue "NO".
• Error estándar	0,099	

Tabla No 9: Resultados análisis disposición.

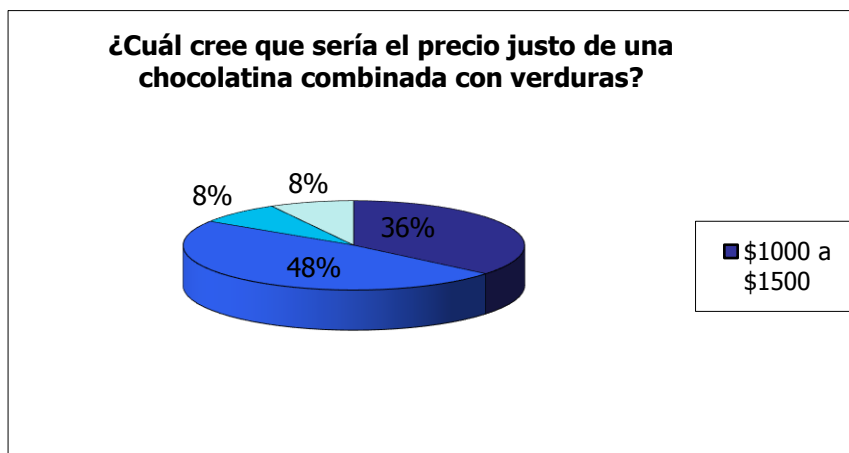
5. ¿Cuál cree que sería el precio justo de una chocolatina combinada con verduras?

RESPUESTAS RECOGIDAS	No ENCUESTADOS	PORCENTAJE
\$1000 a \$1500	9	36%
\$1600 a \$2000	12	48%
\$2100 a \$2500	2	8%
Un Mayor valor	2	8%
Respuestas recogidas	25	

Tabla No 10: Resultados Frente al precio.



Grafica No 9: Resultados barras frente al precio.



Grafica No 10: Resultados torta frente al precio.

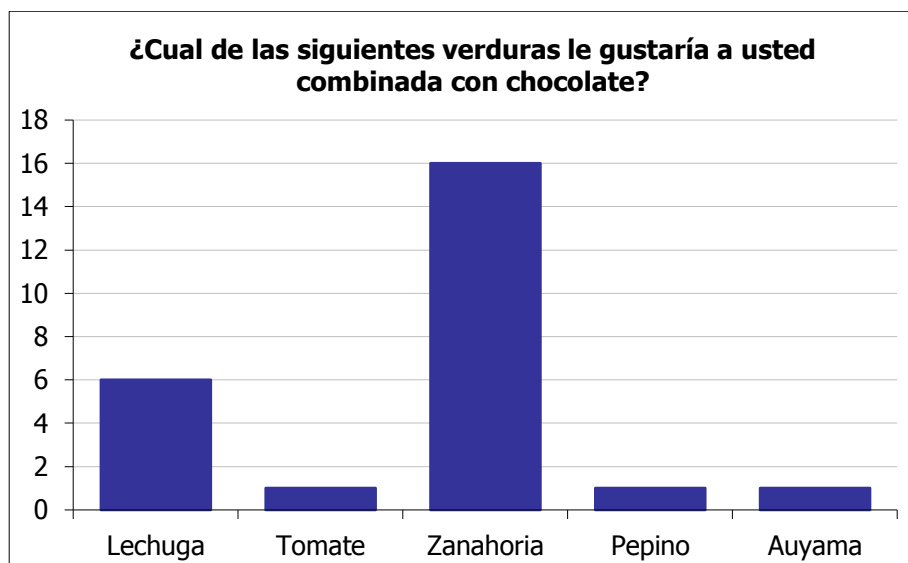
Análisis técnico		Conclusiones
• Media	1,880	El "84%" eligieron:
• Intervalo de confianza (95.0%)	[1,535 - 2,225]	\$1600 a \$2000
• Tamaño de la muestra	25	\$1000 a \$1500
• Desviación típica	0,881	Opción menos elegida del "8,00%":
• Error estándar	0,18	\$2100 a \$2500

Tabla No 11: Resultado análisis frente al precio.

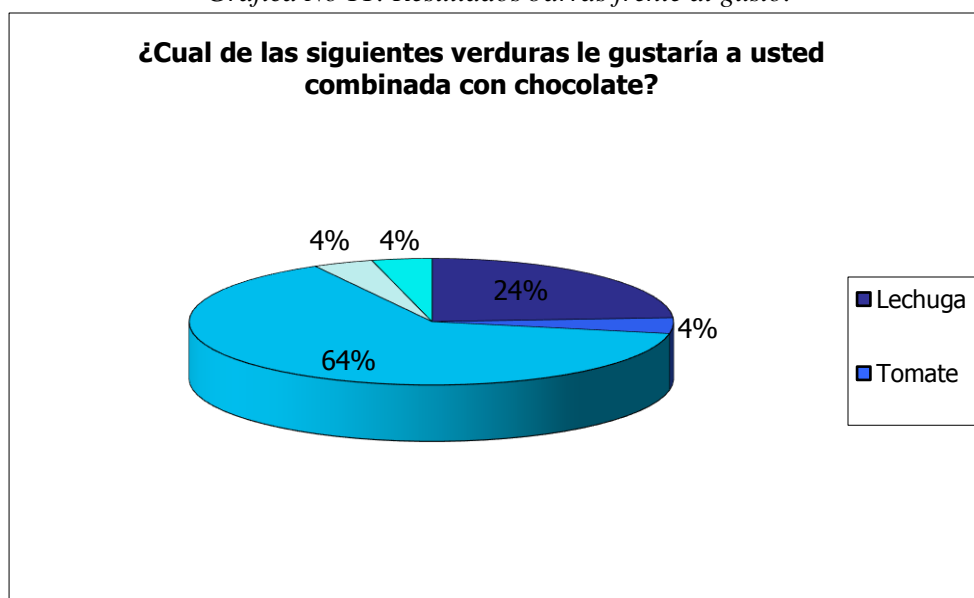
6. ¿Cuál de las siguientes verduras le gustaría a usted combinada con chocolate?

RESPUESTAS RECOGIDAS	No ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Lechuga	6	24%
Tomate	1	4%
Zanahoria	16	64%
Pepino	1	4%
Auyama	1	4%
Respuestas recogidas	25	

Tabla No 12: Resultados gustos.



Grafica No 11: Resultados barras frente al gusto.



Grafica No 12: Resultados barras frente al gusto.

Análisis		Conclusiones
• Media	2,600	El "88,00%" seleccionaron:
• Intervalo de confianza (95%)	[2,192 - 3,008]	Zanahoria
• Tamaño de la muestra	25	Lechuga
• Desviación típica	1,041	Opción menos escogida representa "4,00%":
• Error estándar	0,208	Tomate

Tabla No 13: Resultados análisis frente al gusto.

Capítulo I. Construcción de la empresa Productora y Comercializadora de productos a base de Cacao.

El cacao es un cultivo que necesita de mano de obra intensiva y drástica porque en una manera esta es una explotación de economía campesina, con un lento pero progresivo desarrollo en el caso de Colombia, por factores primordiales de orden social, cultural y económico. Este país se constituye e identifica por ser productor además consumidor, donde las propiedades con un valor agregado son de importante prestigio para cualquier tipo de chocolate donde es representado en empresas que dinamizan y cambian el producto con tecnología de punta. La competencia es grande ya que hay muchos países en el mundo donde es producido este producto, concentrado en zonas tropicales, Oceanía y unas partes del África. En Colombia el primer productor para representar ha sido el departamento base escogida en esta investigación de emprendimiento empresarial que es el departamento de Santander, característico no solo por la cantidad, sino también por la calidad en diferentes partes rurales de Santander. Y según economistas que dicen que *“También se suman otras regiones que se identifican con el cultivo en el Occidente y Cuenca del Atrato, Hoya del Río Magdalena, Valle del Cauca y Norte de Santander”* (Republica, 2006). Donde se puede notar que es regionalizado es sectores principales donde el mayor aporte es del departamento de Santander.

El presente plan de negocios pretende tener un alcance, industrial y comercial en el ámbito de la fabricación, producción, exportación y comercialización de Chocolates para el consumo saludable de azúcares, siendo esta indispensable dentro de la pirámide nutricional para la alimentación del hombre. Es recomendable que dicho consumo este dentro de las recomendaciones dadas por profesionales de la nutrición, lo anterior dado a que excepcionalmente se deben consumir una vez a la semana.

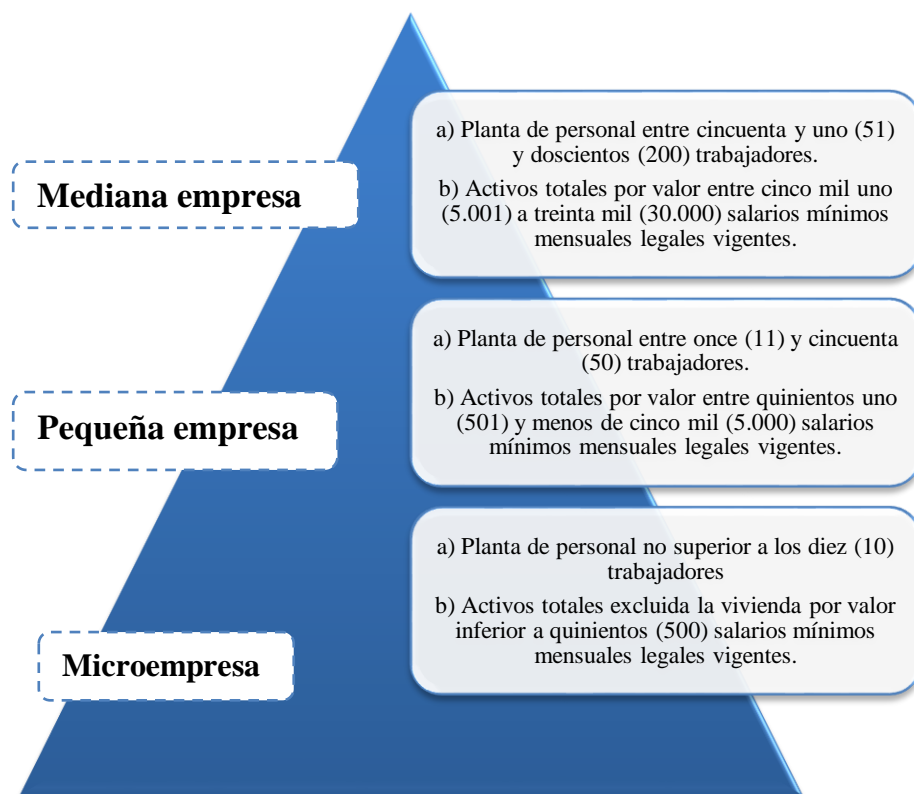
El plan de negocios tiene como fin la construcción de una empresa que incentive y promueva el consumo de chocolates combinados con verduras, que a su vez disminuya el temor al consumo de los alimentos saludables que por lo general son discriminados por sus sabores y aspecto visual, la idea central del plan tiene como objeto que la innovación en los chocolates sea una alternativa agradable y que brinde la nutrición necesaria al público objetivo.

Pasos para constituir empresa en Colombia de acuerdo a la Cámara de Comercio de Bogotá:

<p>1. DOCUMENTACION REQUERIDA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Original del documento de identidad. ✓ Formulario del Registro Único Tributario (RUT) ✓ Formularios disponibles en las sedes de la CCB o a través de este portal. ✓ Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES). ✓ Carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de comercio o Proponente). ✓ Formulario registro con otras entidades.
<p>2. DOCUMENTACION DE LA EMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Minuta de constitución de la empresa: Por documento privado, si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes o una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. ✓ Escritura Pública: En cualquier notaría, sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el artículo 110 del Código de Comercio.
<p>3. FORMULARIOS REQUERIDOS PARA FORMALIZACIÓN DE EMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES). ✓ Carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de Comercio o Proponente). ✓ Formulario adicional de registros en otras entidades. Con este formulario, la CCB envía la información a la Secretaría Distrital de Hacienda con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT) siempre y cuando las actividades que va a realizar, se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA).
<p>4. FORMALIZACION</p> <p>Presentar todos los documentos en una de las sedes de la cámara de comercio de Bogotá y pagar los derechos de Matrícula correspondientes</p>

Al ser constituida la empresa se debe de tener en cuenta el tamaño de la empresa que para el caso de la productora y comercializadora de productos a base de cacao será una pequeña empresa. Esto debido a que es un proyecto que se encuentra en proceso de incursión en el mercado y el capital inicial que se tiene.

Clasificación de las empresas de acuerdo a su tamaño en Colombia:



Razón social de la empresa

La empresa será constituida como una sociedad por acciones simplificada S.A.S de acuerdo a la ley 1258 de 2008. Contara con tres socios mediante un documento privado y después del registro en la cámara de comercio de Bogotá y la realización de la escritura pública.

El término de duración será a término indefinido. En los estatutos se deberán fijar los órganos necesarios y sus funciones y se determinara el representante legal.

Nombre de la empresa:

Nombre seleccionado a partir del producto base que son los chocolates Feel en español sentir ya que la innovación de los productos con un ingrediente nuevo en este mundo de combinaciones es despertar este sentido y S.A.S. Teniendo en cuenta el tipo de empresa que se va a conformar.

Se realizo la validación del nombre ante la página de la cámara de comercio de Bogotá www.camaradecomerciodebogota.com.co donde no aparecen empresas inscritas que tengan como razón social CHOCOFELL S.A.S

Servicios en Línea

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 Chat | Llamada virtual | Ayuda

Registro Mercantil - Homonomía nacional

Por identificación

Clase: Cédula de Ciudadanía No. -

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre ChocoFell SAS

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Buscar

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
1					

Justificación de la empresa

ChocoFeel.ltda será una empresa, industrial y comercial de Chocolates para el consumo, saludable del chocolate dulce preferido por la mayoría de personas, dado a que la innovación de Choco Feel es presentar al mercado una nueva forma de comer Chocolates combinados con Verduras.

Nos enfocamos principalmente en personas que desean prevenir y cuidar su cuerpo y la de sus amigos y familiares en consumo de chocolates para la salud; niños entre edades de 2 a 8 años a los cuales no les agrada las verdura y al encontrarse en etapas de desarrollo se desea esta sea optima; y personas hipoglucemias y diabéticas, ya que por sus enfermedades y edades no es muy aceptable este producto y ¿Por qué no combinar estos dos productos? Para ser aceptado cada uno de ellos sin que les afecte, sino al contrario que sea más aceptado para su organismo satisfaciendo un gusto como el chocolate y una necesidad como son las verduras a continuación encontraran el desarrollo de esta idea y la forma en que se ejecutó.

Descripción proyectada de la empresa

Teniendo en cuenta que el producto ChocoFeel no posee competencia directa frente a su ingrediente estrella las “verduras” combinadas con chocolate, se pretende llegar al mercado local, regional y nacional logrando conquistar diferentes segmentos para así lograr un desarrollo de mercados a nivel internacional.

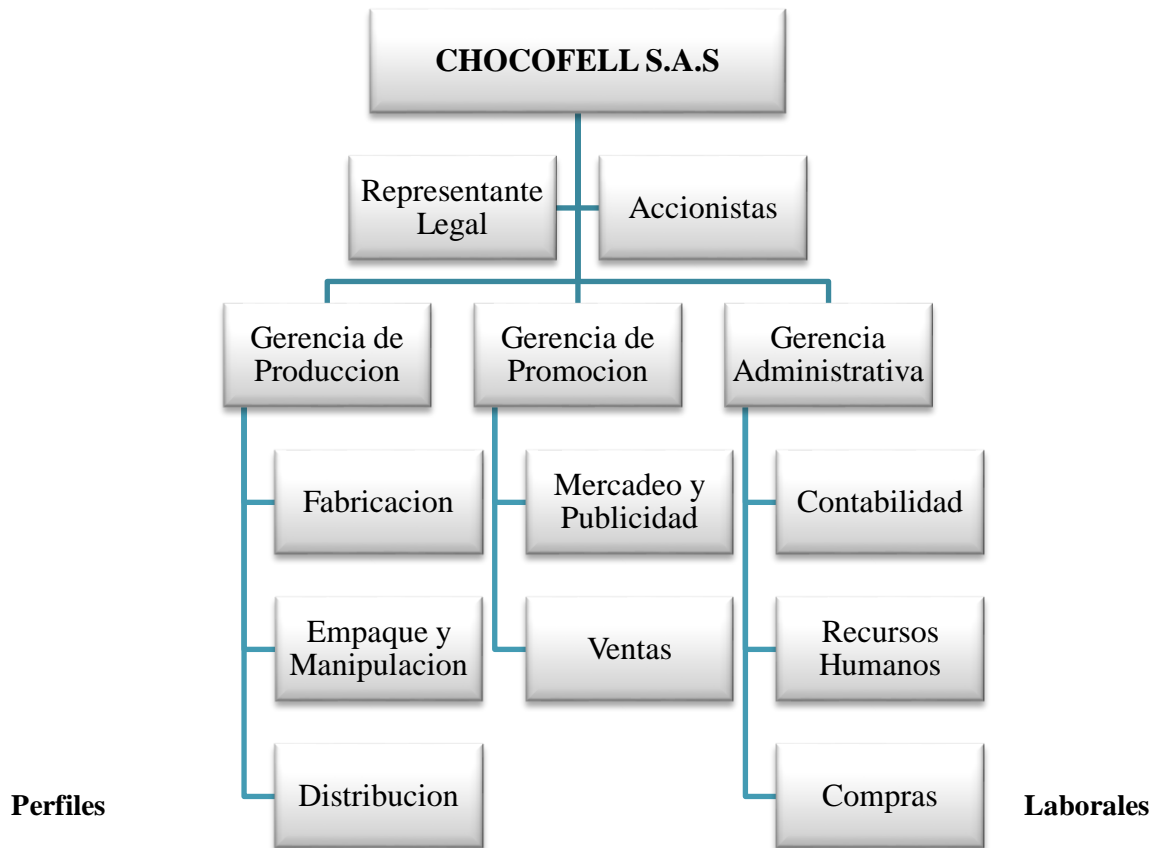
Tipo de empresa.

Industrial: La acción primordial de este tipo de empresas de consumo de chocolates es la producción de productos saludables donde la actividad primordial y de ejecución es por medio de la extracción de materia prima con en estas características para la transformación producción y presentación de los mismos.

Ubicación de la empresa.

La empresa dado a que se encuentra en la etapa de la idea, hoy día no posee una sede física, en ese sentido se tiene proyectada la apertura de las primeras instalaciones, posterior a la aprobación del proyecto y la viabilidad del mismo en la Ciudad de Bucaramanga Colombia.


Organigrama



MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
CARGO	JEFE DE GESTION HUMANA
JEFE INMEDIATO	Gerente General- Subgerente
PERSONAL A CARGO	Coordinador de Gestión Humana
OBJETIVO DEL CARGO	Planificar, organizar, dirigir y controlar los distintos sistemas de Gestión del talento humano que presta sus servicios para CHOCO FEEL , generando una cultura de trabajo saludable y productiva; implementando programas de selección, bienestar, retención de talento, de formación y desarrollo adecuados a las necesidades reales y a las personas, para cumplimiento de la planificación estratégica de la compañía.
EDUCACION	
Requisito mínimo: Profesional en administración de empresas , sicología, derecho, Ingeniería Industrial y/o carreras afines.	
FORMACION	

<p>Conocimientos generales de Salud Ocupacional y SGC, elaboración y definición de planes de capacitación y desarrollo organizacional, conocimientos legislación laboral y en esquemas de remuneración.</p>
<p>HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES</p>
<p>Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.</p>
<p>Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.</p>
<p>Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.</p>
<p>Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.</p>

<p>HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS</p>
<p>Sentido de Urgencia: Cumplir con los compromisos y tareas constante y eficazmente ajustandose a los tiempos límite de entrega</p>
<p>Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.</p>
<p>Atención al Detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz de cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.</p>
<p>Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.</p>
<p>Comunicación escrita: Transmitir información efectiva y clara, ya sea por medio de documentos informales, formales e investigaciones</p>
<p>Liderazgo: Dirige a su equipo de trabajo hacia el logro de los objetivos de su área, realizando seguimiento y retroalimentación con respecto a los resultados. Genera compromiso, motivación y reconocimiento en su equipo de trabajo con el fin de lograr los objetivos del área de trabajo.</p>

<p>MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS</p>	
<p>EXPERIENCIA</p>	
<p>Mínimo 4 años de experiencia en cargos de jefatura del área de gestión humana y/o equivalentes.</p>	
<p>FUNCIONES</p>	

1. Liderar y asegurar el cumplimiento del proceso de selección y contratación del personal de conformidad con la normatividad vigente y las políticas de la compañía.
2. Acompañar y participar activamente en las entrevistas para cubrir vacantes y/o cargos que se vayan creando de acuerdo a las necesidades de la Compañía.
3. Establecer y actualizar los perfiles de cargos, definiendo las competencias para garantizar efectividad en los procesos de selección.
4. Coordinar y supervisar las labores de contratación e inducción del nuevo Empleado y su adaptación al medio ambiente y normas de la Empresa.
5. Planificar, organizar, dirigir y controlar las políticas, programas y actividades de: desarrollo, capacitación, remuneración y bienestar, de acuerdo con la normatividad vigente y políticas de la empresa.
6. Planifica, coordina y supervisa las actividades inherentes a la evaluación del desempeño del personal.
7. Monitorear las actividades de Higiene y Seguridad Industrial.
8. Asesorar, coordinar y asegurar el adecuado direccionamiento y manejo de los procesos disciplinarios.
9. Construir y Plantear desarrollo de carrera para los empleados de acuerdo a las competencias y exigencias según el cargo para ser promovidos.
10. Desarrollar y promover actividades de bienestar, retención de talento y mejora de las conduiciones laborales de los trabajadores.
11. Supervisar y asistir a las reuniones del COPASO y demás reuniones y comités programados por la empresa.
12. Garantizar el pago de salarios y prestaciones sociales legales, derivados de la contratación laboral de todos los empleados de la empresa.
13. Dar cumplimiento a las políticas de calidad, ambientales y de salud ocupacional implementadas por la compañía y por la normatividad legal vigente.
14. Realizar las otras funciones que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o Gerencia General.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



CARGO	ASISTENTE DE GERENCIA
JEFE INMEDIATO	Gerente general, Subgerente
PERSONAL A CARGO	Auxiliar de mensajería y oficios varios
OBJETIVO DEL CARGO	Asistir las labores de carácter administrativo suministrando de manera oportuna los insumos y/o servicios solicitados para el buen funcionamiento de la compañía

EDUCACION
Requisito mínimo: Técnico o tecnólogo o estudiante de ultimos semestres en carreras administrativas y/o afines

FORMACION

Atención al cliente y las requeridas por el cargo

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.

Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS

Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.

Comunicación escrita: Transmitir información efectiva y clara, ya sea por medio de documentos informales, formales e investigaciones

Atención al detalle: Maneja minucioso y eficaz de información concreta

Retroalimentación: Buscar, recibir, asesorar y brindar retroalimentación teniendo en cuenta las habilidades, fortalezas y debilidades de sí mismo y de otros en el trabajo.

Trabajo en equipo: Construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Habilidad social: establecer relaciones interpersonales con los demás, conocer y entender las necesidades y sentimientos de otros observando diferencias positivamente para construir un buen clima de trabajo y de amistad basados en un marco de honestidad y sinceridad

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA

Mínimo 1 año en cargos equivalentes, afines y/o similares

FUNCIONES

1. Coordinar la entrada y salida de la correspondencia interna y externa de la compañía.

2. Coordinar las funciones y actividades de mensajería, tales como: entrega y distribución documentos, ir a bancos, empresas, etc
3. Brindar atención telefónica y/o vía correo electrónico a los clientes que se comunican con la compañía, transmitiendo la llamada y/o información pertinente a la persona requerida de conformidad con las normas de cortesía establecidas.
4. Realizar la compra y distribución de papelería e insumos para la oficina principal y puntos de operación.
5. Administrar, actualizar la página web de la compañía y asignar los correos corporativos a los integrantes de la empresa.
6. Brindar atención a los clientes, proveedores, funcionarios, visitantes; entre otros, prestando un servicio efectivo.
7. Consolidar y hacer seguimiento a las peticiones, quejas, sugerencias y felicitaciones recibidas por los diferentes medios de la compañía de conformidad con las normas de cortesía establecidas.
8. Coordinar y supervisar las actividades de mantenimiento, pago de recibos, aseo y cafetería de la oficina principal.
9. Elaborar cartas, escritos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general.
10. Verificar que el cierre de las instalaciones de la compañía se efectue de acuerdo con las normas de seguridad establecidas.
11. Asegurar que la documentación de la compañía se encuentre vigente y disponible para los diferentes trámites (cámara de comercio, RUT, fotocopia de la cédula del representante legal; entre otros.)
12. Usar de manera adecuada los elementos de protección personal según los parametros de las políticas de seguridad industrial de la compañía
13. Cumplir y hacer cumplir las políticas, los objetivos y metas del sistema de gestión integral de calidad, participando en la evaluación y divulgación de los mismos.
14. Reportar cualquier situación de riesgo, condición insegura o daño en equipos y herramientas a su jefe inmediato o al area de Gestión Humana, que puedan afectar la integridad física o la de los demás.
15. Promover prácticas seguras en el sitio de trabajo, dando cumplimiento a las políticas de Salud ocupacional indicadas tanto por la compañía como por la normatividad legal vigente.
16. Otras que en el ámbito de sus responsabilidades le sean asignadas por su jefe inmediato y/o Gerencia General.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



CARGO	COORDINADOR SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN.
JEFE INMEDIATO	Gerente general, Subgerente
PERSONAL A CARGO	No tiene
OBJETIVO DEL CARGO	Dirigir, planificar, organizar y controlar los procesos, procedimientos y actividades relacionados con la gestión de los Sistemas Integrados de gestión con el fin de garantizar el cumplimiento de sus estándares y normas, así mismo, promover la mejora continua.

EDUCACION

Requisito: Profesional en Ingeniería de Alimentos, Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Microbióloga y/o carreras afines.

FORMACION

Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 y HACCP. Auditor Líder en cualquier sistema.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.

Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS

Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.

Liderazgo: Dirige a su equipo de trabajo hacia el logro de los objetivos de su área, realizando seguimiento y retroalimentación con respecto a los resultados. Genera compromiso, motivación y reconocimiento en su equipo de trabajo con el fin de lograr los objetivos del área de trabajo.

Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.

Atención al detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.

Comunicación escrita: Transmitir información efectiva y clara, ya sea por medio de documentos informales, formales e investigaciones.

Retroalimentación: Buscar, recibir, asesorar y brindar retroalimentación teniendo en cuenta las habilidades, fortalezas y debilidades de sí mismo y de otros en el trabajo.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA
Mínimo 2 años liderando sistemas de calidad, preferiblemente en el sector de alimentos

FUNCIONES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Liderar la planeación de la implementación, sostenimiento y mejora del Sistema Integrado de Gestión de la Calidad. 2. Establecer necesidades de desarrollo del personal y los procesos para mejorar la competencia Organizacional hacia la cultura y autogestión de calidad. 3 Capacitar a todo el personal de la compañía en Buenas Prácticas de Manufactura y Sistema Integrado de Gestión 4. Facilitar la generación, control y divulgación de los documentos en los diferentes procesos de la organización. 5. Liderar procesos de auditorías externas y procesos de desarrollo de la cultura de calidad y gestión del autocuidado en el trabajo. 6. Informar a la Gerencia General sobre el estado y el desempeño de los Sistemas de Gestión de la Calidad y de cualquier modificación o intervención que demande para mejorar su eficacia. 7. Programar y atender las auditorías externas y/o visitas de inspección llevadas a cabo por entidades de control 8. Hacer seguimiento al cumplimiento de los objetivos del Sistema Integrado de Gestión, sus parámetros y lineamientos buscando mecanismos de mejoras permanente 9. Coordinar y hacer seguimiento a los comités de calidad y de dirección de la compañía 10. Programar y coordinar la ejecución de las encuestas de satisfacción al cliente y sus respectivas acciones 11. Identificar y favorecer la generación de acciones para la mejora continua de los sistemas de Gestión de la Calidad que deriven de las actividades de verificación, seguimiento y análisis de información. 12.Liderar las políticas, planes, proyectos, programas y actividades relacionados con HACCP en búsqueda de mantener los parámetros de seguridad alimentaria en los procesos de la compañía. 13. Dar cumplimiento a las políticas de calidad, ambientales y de salud ocupacional implementadas por la compañía y por la normatividad legal vigente. 14. Realizar las otras funciones que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o Gerencia General.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS	
--	---

CARGO	AUXILIAR DE MENSAJERIA Y OFICIOS VARIOS
JEFE INMEDIATO	Asistente de Gerencia
PERSONAL A CARGO	No Tiene
OBJETIVO DEL CARGO	Resguardar y mantener las condiciones y normas de orden, higiene y limpieza; distribuir correctamente la documentación que se le encomiende, permitiendo contar con un ambiente de trabajo ordenado y grato, que contribuya a la imagen corporativa de la Institución, como también para el bienestar de los trabajadores y los procesos de comunicación de la compañía.

EDUCACION

Requisito mínimo: No requiere formación académica.

FORMACION

Orden, aseo, cafetería y servicio al cliente.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.

Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS

Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.

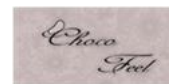
Atención al detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.

Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.

Compromiso Laboral: Proyecta metas y objetivos de manera ambiciosa, con altos estándares de ejecución que van más allá de las expectativas.

Sentido de Urgencia: Cumplir con los compromisos y tareas constante y eficazmente ajustándose a los tiempos límite de entrega.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS

**EXPERIENCIA**

Mínimo un año de experiencia como auxiliar de servicios generales y/o su equivalente en empresas.

FUNCIONES

1. Realizar las labores de mensajería interna y externa, de acuerdo con las normas, reglamentos y necesidades organizacionales.
2. Realizar consignaciones en los bancos asignados.
3. Realizar actividades periódicas destinadas a mantener el aseo, higiene y orden, de las instalaciones tanto en oficinas, baños, pasillos, y bodegas; así como también, en las áreas exteriores a esta.
4. Avisar oportunamente sobre cualquier desperfecto en la infraestructura e instalaciones que requieran mantenimiento y reparación.
5. Responder por el uso adecuado, la conservación física y el buen estado de los bienes y elementos suministrados para el normal desarrollo de sus funciones.
6. Preparar y distribuir las bebidas y alimentos que se requieran para atender funcionarios y visitantes, o con ocasión de juntas, reuniones o eventos especiales.
7. Mantener la debida reserva de los asuntos que conoce en razón de su cargo.
8. Cumplir y hacer cumplir las políticas, los objetivos y metas del sistema de gestión integral de calidad, participando en la evaluación y divulgación de los mismos.
9. Reportar cualquier situación de riesgo, condición insegura o daño en equipos y herramientas a su jefe inmediato o al area de Gestión Humana, que puedan afectar la integridad física o la de los demás.
10. Promover prácticas seguras en el sitio de trabajo, dando cumplimiento a las policas de Salud ocupacional indicadas tanto por la compañía como por la normatividad legal vigente.
11. Realizar las otras funciones que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o Gerencia General.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



CARGO	COORDINADOR SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN.
JEFE INMEDIATO	Gerente general, Subgerente
PERSONAL A CARGO	No tiene
OBJETIVO DEL CARGO	Dirigir, planificar, organizar y controlar los procesos, procedimientos y actividades relacionados con la gestión de los Sistenas Integrados de gestión con el fin de garantizar el cumplimiento de sus estándares y normas, así mismo, promover la mejora continua.

EDUCACION
Requisito: Profesional en Ingenieria de Alimentos, Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Microbióloga y/o carreras afines.

FORMACION
Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 y HACCP. Auditor Líder en cualquier sistema.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.

Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS

Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.

Liderazgo: Dirige a su equipo de trabajo hacia el logro de los objetivos de su área, realizando seguimiento y retroalimentación con respecto a los resultados. Genera compromiso, motivación y reconocimiento en su equipo de trabajo con el fin de lograr los objetivos del área de trabajo.

Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.

Atención al detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.

Comunicación escrita: Transmitir información efectiva y clara, ya sea por medio de documentos informales, formales e investigaciones.

Retroalimentación: Buscar, recibir, asesorar y brindar retroalimentación teniendo en cuenta las habilidades, fortalezas y debilidades de sí mismo y de otros en el trabajo.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA

Mínimo 2 años liderando sistemas de calidad, preferiblemente en el sector de alimentos

FUNCIONES

1. Liderar la planeación de la implementación, sostenimiento y mejora del Sistema Integrado de Gestión de la Calidad.
2. Establecer necesidades de desarrollo del personal y los procesos para mejorar la competencia Organizacional hacia la cultura y autogestión de calidad.

- 3 Capacitar a todo el personal de la compañía en Buenas Prácticas de Manufactura y Sistema Integrado de Gestión
4. Facilitar la generación, control y divulgación de los documentos en los diferentes procesos de la organización.
5. Liderar procesos de auditorías externas y procesos de desarrollo de la cultura de calidad y gestión del autocuidado en el trabajo.
6. Informar a la Gerencia General sobre el estado y el desempeño de los Sistemas de Gestión de la Calidad y de cualquier modificación o intervención que demande para mejorar su eficacia.
7. Programar y atender las auditorías externas y/o visitas de inspección llevadas a cabo por entidades de control
8. Hacer seguimiento al cumplimiento de los objetivos del Sistema Integrado de Gestión, sus parámetros y lineamientos buscando mecanismos de mejoras permanente
9. Coordinar y hacer seguimiento a los comités de calidad y de dirección de la compañía
10. Programar y coordinar la ejecución de las encuestas de satisfacción al cliente y sus respectivas acciones
11. Identificar y favorecer la generación de acciones para la mejora continua de los sistemas de Gestión de la Calidad que deriven de las actividades de verificación, seguimiento y análisis de información.
12. Liderar las políticas, planes, proyectos, programas y actividades relacionados con HACCP en búsqueda de mantener los parámetros de seguridad alimentaria en los procesos de la compañía.
13. Dar cumplimiento a las políticas de calidad, ambientales y de salud ocupacional implementadas por la compañía y por la normatividad legal vigente.
14. Realizar las otras funciones que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o Gerencia General.

CARGO	AUXILIAR DE MENSAJERIA Y OFICIOS VARIOS
JEFE INMEDIATO	Asistente de Gerencia
PERSONAL A CARGO	No Tiene
OBJETIVO DEL CARGO	Resguardar y mantener las condiciones y normas de orden, higiene y limpieza; distribuir correctamente la documentación que se le encomiende, permitiendo contar con un ambiente de trabajo ordenado y grato, que contribuya a la imagen corporativa de la Institución, como también para el bienestar de los trabajadores y los procesos de comunicación de la compañía.

EDUCACION
Requisito mínimo: No requiere formación académica.

FORMACION
Orden, aseo, cafetería y servicio al cliente.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES
Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.

Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS

Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.

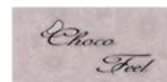
Atención al detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.

Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.

Compromiso Laboral: Proyecta metas y objetivos de manera ambiciosa, con altos estándares de ejecución que van más allá de las expectativas.

Sentido de Urgencia: Cumplir con los compromisos y tareas constante y eficazmente ajustándose a los tiempos límite de entrega.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA

Mínimo un año de experiencia como auxiliar de servicios generales y/o su equivalente en empresas.

FUNCIONES

1. Realizar las labores de mensajería interna y externa, de acuerdo con las normas, reglamentos y necesidades organizacionales.
2. Realizar consignaciones en los bancos asignados.
3. Realizar actividades periódicas destinadas a mantener el aseo, higiene y orden, de las instalaciones tanto en oficinas, baños, pasillos, y bodegas; así como también, en las áreas exteriores a esta.
4. Avisar oportunamente sobre cualquier desperfecto en la infraestructura e instalaciones que requieran mantenimiento y reparación.
5. Responder por el uso adecuado, la conservación física y el buen estado de los bienes y elementos suministrados para el normal desarrollo de sus funciones.
6. Preparar y distribuir las bebidas y alimentos que se requieran para atender funcionarios y visitantes, o con ocasión de juntas, reuniones o eventos especiales.
7. Mantener la debida reserva de los asuntos que conoce en razón de su cargo.

- 8. Cumplir y hacer cumplir las políticas, los objetivos y metas del sistema de gestión integral de calidad, participando en la evaluación y divulgación de los mismos.
- 9. Reportar cualquier situación de riesgo, condición insegura o daño en equipos y herramientas a su jefe inmediato o al area de Gestión Humana, que puedan afectar la integridad física o la de los demás.
- 10. Promover prácticas seguras en el sitio de trabajo, dando cumplimiento a las políticas de Salud ocupacional indicadas tanto por la compañía como por la normatividad legal vigente.
- 11. Realizar las otras funciones que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o Gerencia General.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



CARGO	COORDINADOR DE PRODUCCION
JEFE INMEDIATO	Subgerente
PERSONAL A CARGO	No tiene
OBJETIVO DEL CARGO	Diseñar, implementar y ejecutar estrategias, metodologías y acciones para unificar los estándares gastronómicos de Choco Feel. generando diferenciación en el sector de alimentos y cumpliendo con las políticas de calidad y servicio establecidas por la compañía.

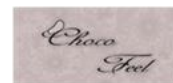
EDUCACION
Requisito mínimo: Profesional en cocina, gastronomía y/o carreras afines.

FORMACION
Servicio al cliente, manejo de eventos, estandarización de recetas y manipulación de alimentos.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES
Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.
Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.
Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes
Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS
Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.
Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.
Liderazgo: Direccionar a su equipo de trabajo hacia el logro de los objetivos de su área, realizando seguimiento y retroalimentación con respecto a los resultados. Genera compromiso, motivación y reconocimiento en su equipo de trabajo con el fin de lograr los objetivos del área de trabajo.
Habilidad social: establecer relaciones interpersonales con los demás, conocer y entender las necesidades y sentimientos de otros observando diferencias positivamente para construir un buen clima de trabajo y de amistad basados en un marco de honestidad y sinceridad
Comunicación escrita: Transmitir información efectiva y clara, ya sea por medio de documentos informales, formales e investigaciones.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA

Mínimo tres años de experiencia en el área de gastronomía, preferiblemente como chef cargos equivalentes y/o similares. En caso de que no tenga la educación deberá tener cinco años de experiencia en el área de gastronomía, preferiblemente como chef cargos equivalentes y/o similares.

FUNCIONES

1. Planear los menús para la prestación del servicio cumpliendo con los estándares establecidos por la compañía, requisitos contractuales de los clientes y demás partes interesadas.
2. Analizar los costos de materias primas e insumos para la realización de la producción.
3. Coordinar y verificar las actividades referentes a producción dentro de cada proceso misional según corresponda.
4. Brindar capacitación y soporte al área de producción según lo requiera la operación.
5. Realizar seguimiento y control a la gestión operativa de producción, buscando que se cumplan las buenas prácticas de manufactura y se lleve a cabo los procedimientos según el sistema de gestión de calidad.
6. Identificar oportunidades de mejora en el área de gastronomía y presentar planes de trabajo orientados a fortalecerlas.

7. Capacitar a los colaboradores de CANELA S.A.S. en los temas y áreas detectados como oportunidad de mejora y/o los temas que indique la alta gerencia de la compañía; orientándose al cubrimiento del 100% del personal de cocina.
8. Estandarizar las recetas de la compañía para eventos especiales y/o menús diarios; presentando las sugerencias que generen la mejora continua de los mismos.
9. Analizar los menús de la compañía con el fin de que cumplan con las normas de calidad establecidas y con los costos financieros proyectados.
10. Asistir y/o asesorar a los eventos especiales con el fin de asegurar los altos estándares gastronómicos.
11. Orientar sus acciones al logro de los objetivos, actuando de forma coordinada con todas las áreas de la compañía.
12. Cumplir y hacer cumplir las políticas, los objetivos y metas del sistema de gestión integral de calidad, participando en la evaluación y divulgación de los mismos.
13. Reportar cualquier situación de riesgo, condición insegura o daño en equipos y herramientas a su jefe inmediato o al área de Gestión Humana, que puedan afectar la integridad física o la de los demás.
14. Promover prácticas seguras en el sitio de trabajo, dando cumplimiento a las políticas de Salud ocupacional indicadas tanto por la compañía como por la normatividad legal vigente.
15. Otras que en el ámbito de sus responsabilidades le sean asignadas por su jefe inmediato y/o Gerencia General.

CARGO	JEFE DE CONTABILIDAD
JEFE INMEDIATO	Gerente general, Subgerente
PERSONAL A CARGO	Coordinador de Contabilidad, Auxiliares de contabilidad
OBJETIVO DEL CARGO	Velar por el cumplimiento de las actividades o procesos que garanticen el control de los ingresos y egresos de la compañía y su adecuada y correcta distribución; coordinando y supervisando la ejecución de la información contable de la compañía, a fin de garantizar eficazmente el buen manejo de los recursos financieros y el cumplimiento de las obligaciones legales.

EDUCACION
Requisito mínimo: Profesional en Contaduría.

FORMACION
Impuestos, seguridad social, desarrollo de procedimientos contables, indicadores de gestión, manejo de personal y normatividad legal vigente.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES
Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.

Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.

Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.

Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS

Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.

Liderazgo: Dirige a su equipo de trabajo hacia el logro de los objetivos de su área, realizando seguimiento y retroalimentación con respecto a los resultados. Genera compromiso, motivación y reconocimiento en su equipo de trabajo con el fin de lograr los objetivos del área de trabajo.

Atención al detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.

Sentido de Urgencia: Cumplir con los compromisos y tareas constante y eficazmente ajustándose a los tiempos límites de entrega.

Comunicación Escrita: Transmitir información efectiva y clara, ya sea por medio de documentos informales, formales e investigaciones.

Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA

Mínimo 3 años de experiencia como Coordinador de área contable y/o financiera o 6 años como contador en empresas o instituciones.

FUNCIONES

1. Planificar y coordinar todas las funciones relacionadas con el área contable y de impuestos con el fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
2. Establecer y coordinar la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad, la normatividad vigente y las políticas específicas de la compañía.
3. Elaborar los cierres contable y los Estados Financieros de la compañía.

4. Preparar, analizar y presentar informes los diferentes análisis financieros.
5. Coordinar la elaboración y presentación de la información Tributaria a la DIAN y Tesorería Distrital (Medios Magnéticos).
6. Revisar las diferentes declaraciones tributarias (IVA, Retencion en la Fuente, Industria y Comercio).
7. Planear, proyectar y elaborar el presupuesto anual de la compañía.
8. Realizar análisis de flujo de caja de la compañía.
9. Revisar y aprobar la programación de pagos de la compañía.
10. Planear y coordinar las auditorías periódicas en los puntos de operación.
11. Controlar los recursos de la compañía.
12. Asesorar en materia contable, fiscal y financiera a la gerencia general y alta dirección de la compañía.
13. Atender los requerimientos de las autoridades competentes en temas contables, dando aviso previo a la Gerencia.
14. Mantener y generar información y documentación de naturaleza contable, financiera, administrativa y/o operativa que el gerente general y/o la asamblea de accionistas le asigne.
15. Proveer la información solicitada por parte de la Revisoría Fiscal.
16. Cumplir y hacer cumplir las políticas, los objetivos y metas del sistema de gestión integral de calidad, participando en la evaluación y divulgación de los mismos.
17. Reportar cualquier situación de riesgo, condición insegura o daño en equipos y herramientas a su jefe inmediato o al área de Gestión Humana, que puedan afectar la integridad física o la de los demás.
18. Promover prácticas seguras en el sitio de trabajo, dando cumplimiento a las políticas de Salud ocupacional indicadas tanto por la compañía como por la normatividad legal vigente.
19. Realizar las otras funciones que le sean asignadas por el Jefe Inmediato y/o Gerencia General.

CARGO	AUXILIAR DE PRODUCCIÓN
JEFE INMEDIATO	Coordinador de puntos, Administrador, Chef ,Jefe de Cocina, Cocinero
PERSONAL A CARGO	No tiene
OBJETIVO DEL CARGO	Ejecutar las actividades que se le designen en el proceso de elaboración y entrega final de los alimentos ,con altos estándares de productividad , acatando las normas higiénico sanitarias y los estándares establecidos por Choco Feel, brindando un excelente servicio al cliente.

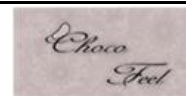
EDUCACION
Requisito mínimo: Basica primaria.

FORMACION
Curso de manipulación de alimentos, Buenas practicas de manufactura y las requeridas por el cargo.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES
Trabajo en equipo: construir equipos de trabajo efectivos para la consecución de objetivos y metas comunes para el área de trabajo y la compañía, fomentando la colaboración entre los miembros del grupo.
Orientación al resultado: Incrementar y mantener altos niveles de ejecución en el trabajo, buscar perseguir “agresivamente” las metas y proyectos de alto estándar para realizarlos exitosamente.
Orientación al cliente: Implementar en su área de trabajo los procesos y lineamientos establecidos por la compañía orientados al cumplimiento de las necesidades de los clientes internos y externos logrando su satisfacción, ejecutar las acciones necesarias frente a la ocurrencia de situaciones de insatisfacción de los clientes. General planeación o ideas enfocadas a superar las expectativas de los clientes.
Comunicación Abierta: Crear un ambiente en donde la comunicación fluya adecuadamente entre sí mismo y los demás; ser abierto a las opiniones e ideas de otros.

HABILIDADES Y COMPETENCIAS ESPECIFICAS
Planeación: Establecer metas y prioridades eficazmente, determinando los recursos necesarios para lograrlos. Tiene la claridad de los objetivos del área, realiza una adecuada planeación, determinando tiempos de cumplimiento, prioridades y responsabilidades.
Atención al detalle: Maneja de forma minuciosa y eficaz cualquier tipo de información aportando análisis rigurosos, profundos y detallados de la misma.
Análisis numérico: Discriminar, analizar, sistematizar, estructurar datos numéricos, estadísticos o financieros.
Compromiso Laboral: Proyecta metas y objetivos de manera ambiciosa, con altos estándares de ejecución que van más allá de las expectativas.
Sentido de Urgencia: Cumplir con los compromisos y tareas constante y eficazmente ajustándose a los tiempos límite de entrega.

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS



EXPERIENCIA
Mínimo 6 meses de experiencia en el área de producción y/o almacén en servicios de alimentación, cafeterías industriales, colegios, hospitales, restaurantes y/o afines. En caso de no tener la educación deberá tener mínimo un año de experiencia en el área de producción y/o almacén en servicios de alimentación, cafeterías industriales, colegios, hospitales, restaurantes y/o afines

FUNCIONES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asistir al chef, jefe de cocina o quien haga sus veces en las labores relacionadas con el alistamiento de la materia prima y la preparación de los alimentos tanto en cocina fría como en cocina caliente y panadería. 2. Asegurar la limpieza, higiene, sanidad y uso racional de la materia prima que se emplee para la elaboración de los alimentos. 3. Mantener en perfecta limpieza, desinfección y orden la cocina, equipos, elementos e instalaciones.

4. Distribuir los alimentos en los platos de manera tal que se presenten de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos.
5. Realizar la logística del servicio en las líneas de servicio, cafeterías y otros; según los horarios establecidos y los requisitos del cliente.
6. Garantizar mediante la ejecución de las BPM la inocuidad del alimento.
7. Brindar al cliente la atención requerida con oportunidad y calidad; prestando un excelente servicio.
8. Registrar directamente en la caja la venta de productos y los movimientos de entrada y salida de dinero.
9. Efectuar actividades de recepción, entrega, almacenamiento y custodia de materia prima.
10. Cumplir y hacer cumplir las políticas, los objetivos y metas del sistema de gestión integral de calidad, participando en la evaluación y divulgación de los mismos.
11. Reportar cualquier situación de riesgo, condición insegura o daño en equipos y herramientas a su jefe inmediato o al área de Gestión Humana, que puedan afectar la integridad física o la de los demás.
12. Promover prácticas seguras en el sitio de trabajo, dando cumplimiento a las políticas de Salud ocupacional indicadas tanto por la compañía como por la normatividad legal vigente.
13. Otras que en el ámbito de sus responsabilidades le sean asignadas por su jefe inmediato y/o Gerencia General.

Horarios Laborales

El horario laboral de acuerdo a la normatividad de Colombia será de lunes a viernes de 7:00 Am a 5:00 Pm Para la distribución de los productos el horario será de lunes a viernes de 7:00 Am a 5:00 Pm y los sábados de 7:00 Am a 1:00Pm

Normatividad Sanitaria:

Norma o Regulación	Descripción
RESOLUCIÓN 599 DE 1998 INVIMA	Por la cual se adopta el formulario único para solicitud, modificación y renovación del Registro Sanitario para los productos alimenticios y se establece la nomenclatura para la expedición de Registro Sanitario de los alimentos de fabricación nacional y de los importados.

<p>RESOLUCIÓN 7992 DE 1991 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Por la cual se reglamenta parcialmente lo relacionado con la elaboración, conservación y comercialización de jugos, concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos de frutas.</p>
<p>RESOLUCIÓN 4125 DE 1991 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Regula lo referente a los conservantes que se pueden utilizar en alimentos.</p>
<p>RESOLUCIÓN 4124 DE 1991 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Regula lo concerniente a los antioxidantes que se pueden utilizar en los alimentos.</p>
<p>RESOLUCIÓN 16078 DE 1985 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Reglamenta Laboratorios de control de calidad de alimentos.</p>
<p>RESOLUCIÓN 17855 DE 1984 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Recomendaciones diarias de consumo de calorías y nutrientes.</p>
<p>RESOLUCIÓN 11488 DE 1984 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Norma con respecto al procesamiento, composición, requisitos y comercialización de los alimentos infantiles, de los alimentos o bebidas enriquecidos y de los alimentos o bebidas de uso dietético.</p>
<p>RESOLUCIÓN 2649 DE 1998 MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Régimen sanitario:- por la cual se establece el Régimen Sanitario para la utilización de incentivos en contacto con alimentos</p>

<p>DECRETO 3075 DE 1997 DEL MINISTERIO DE SALUD</p>	<p>Regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional</p>
<p>NORMA TÉCNICA COLOMBIANA 512-2 DE 2004</p>	<p>Alimentos dietéticos. Publicidad. Rótulos. En la norma, basada principalmente en el Codex Alimentarium y en la norma de rotulado de la FDA, se dan parámetros a la industria para hacer declaraciones nutricionales y de salud de sus productos.</p>

Legal:

<p>Norma o Regulación</p>	<p>Descripción</p>
<p>Ley 1014 de 2006</p>	<p>Fomento a la cultura del emprendimiento Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley</p>
<p>Ley 1258 de 2008</p>	<p>La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las</p>

	obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
Código de Comercio	Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.
Ley 590 de 2000	Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos
Ley 905 de 2004	Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes

Análisis De La Oportunidad De Mercado

Características del segmento atractivo.

Bucaramanga es la capital del departamento de Santander de acuerdo al último censo, Bucaramanga posee una población de 509.918 habitantes de estrato tres y cuatro la mayoría. Donde las principales actividades de trabajo son prestaciones de servicio y comercio, encontrando la agricultura y la ganadería, actividades principales no olvidando la potencial que es el calzado. Así como la prestación de servicios que poco a poco cogen mayor nivel en el creciente número de lugares donde la investigación de todo tipo se puede realizar.

Potencial de crecimiento.

Es un segmento que potencialmente puede crecer rápidamente porque es una de las ciudades de Colombia que se ha venido desarrollando a nivel industrial, esta región es donde se concentra una de las regiones con mayor producción de cacao.

Barreras de entrada.

En el momento no se encuentra un gran desarrollo tecnológico en la industria cacaotera para la realización de chocolates en un tiempo reducido y que permita una reducción de costos para alcanzar esto es necesario presentar una propuesta a empresas que ya se encuentran consolidadas en el mercado como la nacional de chocolates, donde se genere un mutuo beneficio y se apoye a las regiones productoras de cacao.

Segmentación demográfica.

- Ingresos: Desde un salario mínimo \$644.350
- Edad para consumir el producto: Aproximadamente desde los 4 años.
- Género: Masculino y Femenino.
- Clase Social: Clase media y alta
- Ocupación: Este producto va dirigido a todas las personas que les gusta comer saludable, que les gusta comer nutritivamente. Pueden tener diferentes ocupaciones como estudiantes, amas de casa, profesionales, etc.
- Aspectos Culturales: Va dirigido a familias y/o personas sin distinción alguna que cuidan de su salud.
- Estrato: 2,3, 4 y 5

- Personalidad: Hombres y mujeres que buscan tener un cuerpo sano y sentirse bien teniendo una buena alimentación.
- *Estilos de vida*: Se preocupan por una mejor calidad de vida y por su salud.

Macrosegmentación

Dentro de los grupos homogéneos que establecidos en los clientes de chocolates se ha destacado cada una de las necesidades de los mismos desde sabores y tamaños, es por ello que se han tenido en cuenta estas mismas necesidades para darle plena satisfacción al consumidos con las especificaciones que cada uno pueda tener; desde el tamaño hasta la presentación, sabor y niveles de calidad.

La macro segmentación que se tendrá el plan de negocio, será la preocupación por penetrar en mercados con donde prevalece la salud, así como el sector de la economía que es de producción y comercialización de los mismos productos, la ubicación del mismo será de vital importancia ya que las necesidades no son las mismas en toda la extensión geográfica de los lugares donde se distribuye este producto.

Se diferencia de su competencia con sus características únicas, por su innovación en la combinación de productos, y los implementos que más adquieren dirigido en su presentación dependiendo para la ocasión que necesiten.

Cadena de valor

Los chocolates a base de verduras se ha desarrollado a partir de la idea de satisfacer la necesidad del consumidor los cuales desean también cuidar su salud por ejemplo de enfermedades como la hipo glicemia enfermedad común de azúcar en niños, jóvenes y adultos.

Nace inicialmente y como producto principal la zanahoria donde tiene un sabor agradable al sentido del gusto, se arriesgó también en la preparación y combinación de estos dos productos, recibiendo aceptación del mismo, incluso lo probaron niños donde describieron el producto bueno y agradable a la hora de consumirlo, esto incentivo a continuar y ampliar mas esta idea buscando más verduras hortalizas y frutas que permitan crear una mezcla de sensaciones gustativas que ayuden a cumplir antojos y brinden beneficios al cuidado personal frente a nuestra Salud.

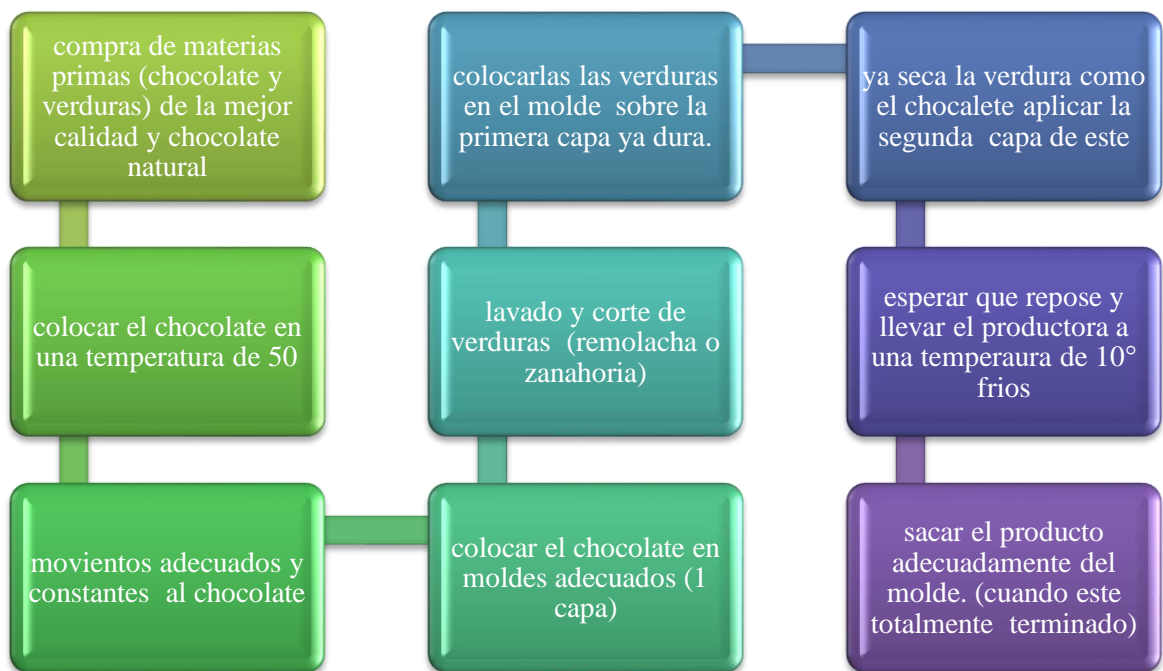
Lo cual ha permitido una demanda en sectores como: elaboración o producción de materias primas, precio adecuado para la satisfacción del cliente y comercialización o distribución del mismo.

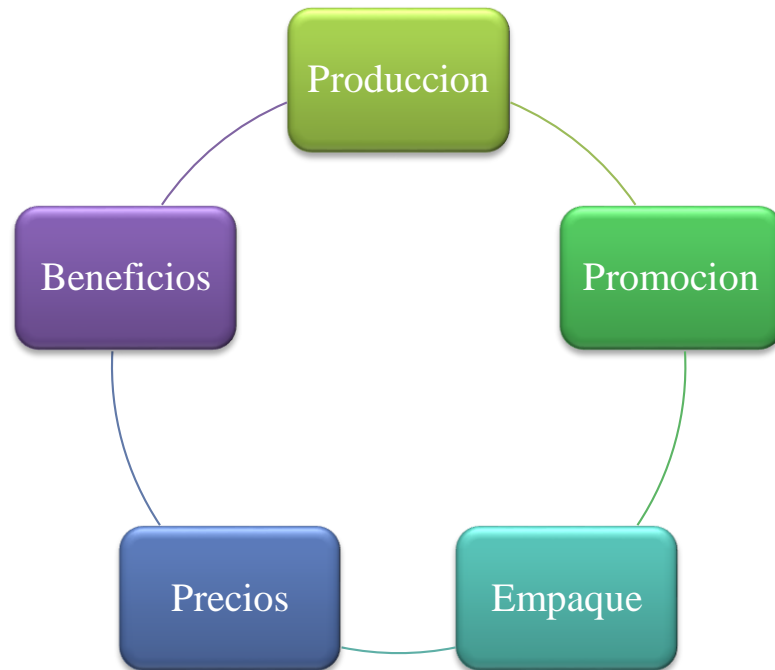
Cadena de valor en la práctica

Se Inició en la compra de las materias primas, los ingredientes principales para la realización de los chocolates con verduras investigando en el sector de compra el manejo que se debe dar a estos elementos. Según las preparaciones iniciales de prueba, de encuestas y aceptación, nos encontramos con “problemas” como el cuidado a la hora de derretir el chocolate ya que deben estar a grados específicos y movimientos adecuados y constantes de este en la preparación disolución del mismo. Se realizó gran cantidad de chocolate, donde solo basto

con una pila de chocolate y el elemento utilizado para derretir el chocolate además de mantenerlo a temperatura, después de este se realizó el adecuado manejo para las verduras (lavado, corte, sabor y forma).

En diferentes moldes se colocó la primera capa de chocolate blanco o negro, la aplicación de las verduras (zanahoria o remolacha), y por último la última capa de chocolates y se llevó el producto a temperatura fría para que tuviera más consistencia y sabor.





Actividades primarias:

- **Logística interna:** Compra de materias primas (chocolate y verduras)
- **Operación (producción):** Proceso de las materias primas para la fabricación del producto final
- **Logística:** Almacén del producto final, transporte y conocimiento del producto final
- **Mercadotecnia y ventas:** Reconocimiento del producto por medio de actividades y comercio

Objeto de compra

Dentro del consumo de azúcares se encuentran diferentes productos clasificados según gustos y sabores. Dentro de ellos están las Gomas, Caramelos, Bombones, Dulces caseros, y Chocolates siendo el dulce más apetecido en diferentes países del mundo. Ya que el consumo de dulces es una necesidad y los chocolates están clasificados como líderes de ventas sobre las golosinas ya sean en ocasiones especiales o para satisfacer una necesidad personal.

Ocasión de compra

Los chocolates tienen diferentes tendencias de consumo. Son apetecidos en diferentes lugares ya sea ofrecidos en restaurantes como postre, en una reunión familiar como pasabocas, en una ocasión especial como detalle (Días especiales para cada familia, cultura, ciudad y religión).

En general la venta de este producto tiene aceptación en cualquier época del año, su demanda aumenta para fechas especiales, el clima en ocasiones contribuye en la compra del mismo si está haciendo mucho frío el número de calorías permite una temperatura cálida.

Objetivos de compra

Dentro del consumo de chocolates se encuentra una necesidad fisiológica ya que para nadie es un secreto que los beneficios de consumir chocolate pueden ayudar al organismo con muchas propiedades, teniendo en cuenta que sus ventajas podrían llegar a alargar la vida de quien lo come moderadamente a diario.

De vital consumo el chocolate es primordial en la alimentación con 50 gramos diarios sugeridos para consumir. Con propiedades de relajación y produciendo sensación de bienestar y seguridad. Favorece la reproducción de serotonina para los cambios de ánimo y adicionando vitamina al organismo. Los flavonoides para evitar congestión arterial son más resistentes para prevenir ataques de corazón y derrames. Alivia el cansancio, pone actitudes de alerta tomando como una recarga energética para cualquier actividad, un trozo de chocolate cambia y sube los ánimos negativos, más que todo en las mujeres en su etapa de periodo menstrual cuando se necesita más magnesio porque el chocolate suple la falta de este mineral.

El chocolate representa zonas sentimentales como el amor y tentaciones como deseo donde las afecciones juegan un rol vital que tiene todo ser humano. Cada uno de estos beneficios y el conocimiento de los mismos dan respuesta al por que compramos y consumimos chocolate.

Organización de compra

- Decisión de clase de necesidad:

Satisfacción de la necesidad fisiológica de azúcares para el ser humano dentro de su alimentación ya que para nadie es un secreto Los beneficios que el consumo de chocolate puede aportar al organismo son muchos.

- Decisión de clase genérica

Chocolate que permita el cuidado y salud para el organismo.

- Decisión de clase de producto

Existen diferentes alternativas a la escogencia de productos que suplan esta necesidad Golosinas clasificadas en diferentes productos, caramelos, bombones, dulces caseros; y los chocolates que además de satisfacer esta necesidad brindan diferentes beneficios saludables aun más si estos se encuentran combinados con verduras.

- Decisión de forma de producto

Encontramos distintas presentaciones de chocolates rellenos con diferentes aderezos en este caso su beneficio se centra en una combinación saludable del chocolate con verduras dos productos indispensables en la dieta diaria del ser humano.

- Decisión de marca

Encontramos las que se encuentran combinados con cereales como maní, nuez que son muy saludables pero en este caso ninguno con verduras lo que hace de este producto algo innovador.

- Decisión de vendedor

En el momento por medio de distribuidores de productos alimenticios clasificados en postres, bizcochería.

- Decisión de cantidad

Es necesario el consumo de mínimo 50 gramos al día. Sin exceder su consumo por que puede llegar a afectar otros órganos.

- Decisión de mejor momento y forma de pago.

Al estar empacado en distintas presentaciones se acomoda a la necesidad del cliente.

Proceso de compra: principales etapas

- Despertar la necesidad
- Búsqueda de información
- Conducta de evaluación
- Decisión de compra y compra
- Sentimientos y conducta posteriores de compra

Oposición / competencia

Dentro de las competencias para chocolates rellenos de verduras no se ha detectado ninguna competencia directa.

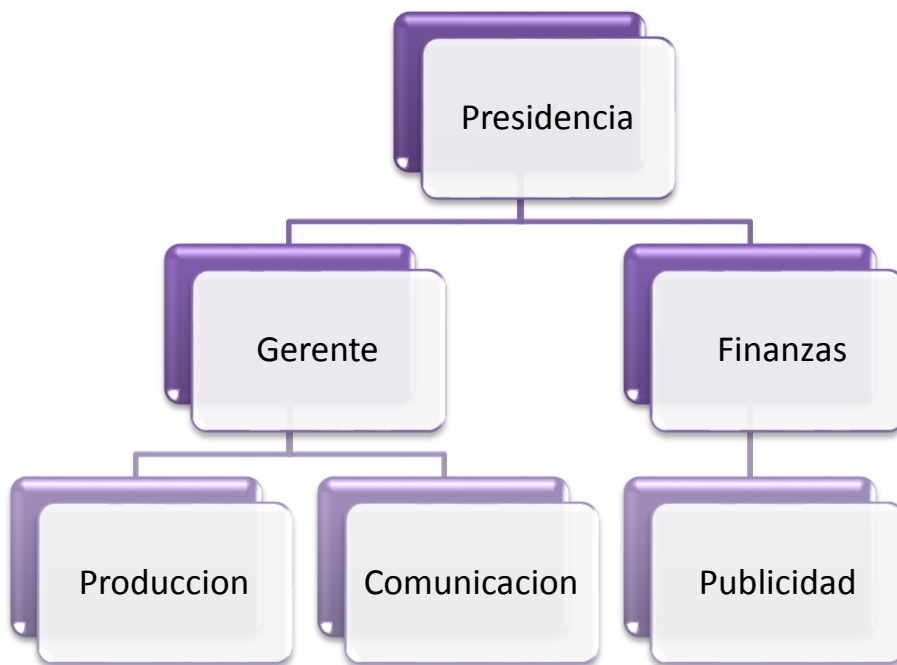
Frente a chocolates rellenos de frutos secos encontramos varias productoras y distribuidoras como jumbo con sus chocolatinas rellenas de maní; empresa ya posicionada en la venta de chocolates con ventas grandes de chocolates.

En la tendencia genérica encontramos variedad de empresa y productos con esta materia prima.

LAS “7 S”**Estrategia:**

La empresa Choco Feel principalmente ofrecerá el producto a la empresa Posicionada en el mercado como lo es la nacional de chocolates, donde esta será una de las principales Alianzas estratégicas para el posicionamiento del productos.

En Colombia se ofrecerá los chocolates principalmente a consumidores con un nivel socioeconómico 3, 4, 5, 6; donde exterior y interior llegara clientes los cuales tengan algún problema de salud, pero que a la vez tienen la necesidad de consumir algún dulce por ejemplo personas con hipoglucemia y altos niveles de azúcar.

Estructura:**Habilidades:**

Nuestra empresa ofrece al mercado un chocolate completamente light sin alguna clase de caloría, junto un valor agregado que son las VERDURAS como lo son la zanahoria y la remolacha, donde el consumidor podrá satisfacer la necesidad de comer algo dulce, pero a la vez comer algo saludable, a la vez cuidara su salud física y mental; estos chocolates no se han dado a conocer en este mercado, ya que esta maneja y ofrece al cliente un chocolate con frutas.

Valores compartidos:

Los principales valores de nuestra organización son:

- Confianza hacia los empleados y los consumidores.
- Responsabilidad hacia los clientes.
- Respeto hacia el talento humano, consumidores, y terceros.
- Colaboración hacia toda la organización.
- Personas innovadoras en la organización.
- Cumplimiento.

Sistemas:

Sistemas de información: El producto se dará a conocer a los consumidores por medios publicitarios como Televisión, Radio y Prensa, Vallas publicitarias, Boca a Boca, Internet (pagina web, sitios oficiales, redes sociales, etc)

Procesos de Producción:

La organización Choco Feel, ofrece al consumidor un producto el cual será accesible al consumidor, para esto no solo se ofrecerá el producto si no también la empresa, donde esta será adecuada y que ofrezca confianza al cliente.

Desde cómo se realizan los chocolates, como se distribuyen y como se ofrecen.

Producto:

1. Derretir el chocolate en baño de maría.

2. Pelar y cortar la verdura según la forma de chocolate a preparar.
3. Arreglar moldes
4. Agregar una primera capa de chocolate y sus rellenos y una segunda capa del mismo con gran delicadeza para obtener un producto uniforme y de aceptación visual.
5. Dejarlos secar y llevarlos a la nevera por un periodo de tiempo de 4 horas.
6. Empacar cuidadosamente el chocolate
7. A la hora de que el producto este en nuestro proveedor final se le dirán los debidos cuidados los cuales tendrá el chocolate.

Distribución:

Se distribuirá el producto, ya empacado y realizado su embalaje por medio de camiones hasta el aeropuerto don se llevara a cabo su distribución física internacional mediante contenedores refrigerados a su vez estos en aviones los cuales llevaran los chocolates Choco Feel al debido comprador del producto, sean mayoristas o minoristas.

Estilo:

La organización ofrece un estilo nuevo a los consumidores innovación, el cuidado de la salud, la confianza y ofrecer productos no vistos; a nuestros clientes, ya que permite a nuestro consumidor la habilidad de adquirir los chocolates de una forma donde se sienten agradables y confiados a la hora de conocer choco feel como empresa.



Azúcar

Tanto el SAFP como el FEPA hacen que los precios pagados por el azúcar sean poco competitivos para desarrollar ventas internas y externas

- ❖ Adicionalmente, existen otras situaciones (e.g., restricciones de entrada en puerto y dificultad para negociar descuentos por volumen) que afectan la competitividad tanto en ventas domésticas como exportaciones

Cacao

En cacao se tiene una baja productividad por la gran fragmentación productiva y la baja adopción tecnológica

Glucosa

La producción de glucosa está concentrada en una empresa y su importación es compleja y está sujeta a aranceles

Goma base

A pesar de la inexistencia de producción local de goma base, existen aranceles y éstos son mayores que en países competidores La producción de la principal materia prima para empaques está concentrada en pocas empresas y su importación está gravada

Leche

La baja productividad del sector lechero, se refleja en precios poco competitivos de sus productos

Empaques

La producción de la principal materia prima para empaques está concentrada en pocas empresas y su importación está gravada

Imagen Publicitaria



ChocoFeel Ltda.

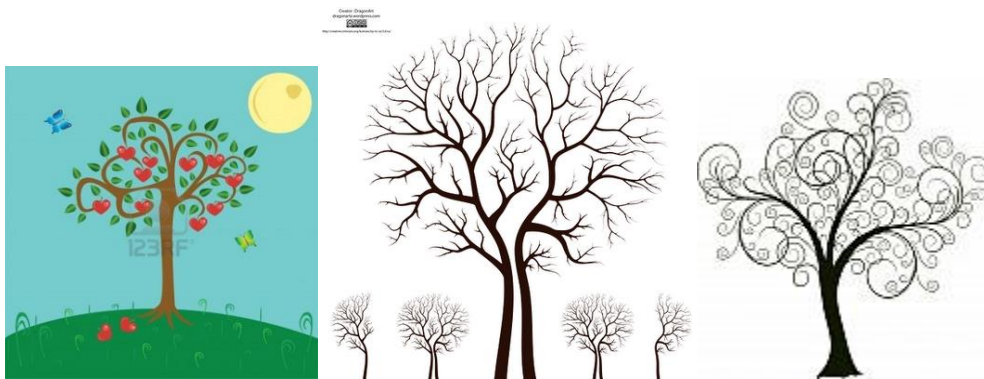
Modificación del logo inicial que aparece en la parte superior con el tipo de letra EduarduanScrip
 Con el mismo Sombrerito; pero con un Fondo que se note un poco mas.



Y el diseño es de un árbol con ramas y en las puntas de las ramas corazones rojos. Las etiquetas.



Mas o menos así un árbol vectorial pero con un fondo verde y mas bonito y en las puntas como frutos corazones rojos











Resultado



Capítulo II. Análisis Técnico de la Empresa.

Estudio Técnico

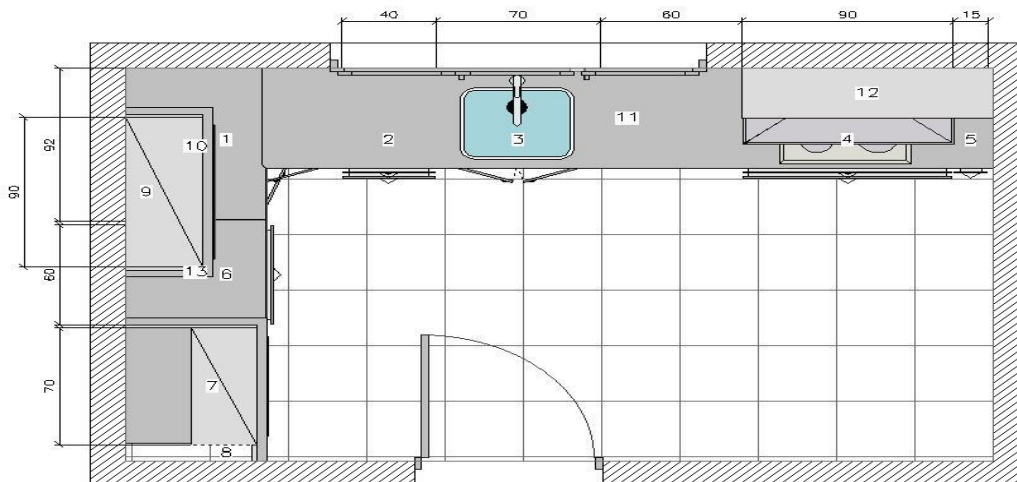
Comprende todo lo que tiene que ver con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto.

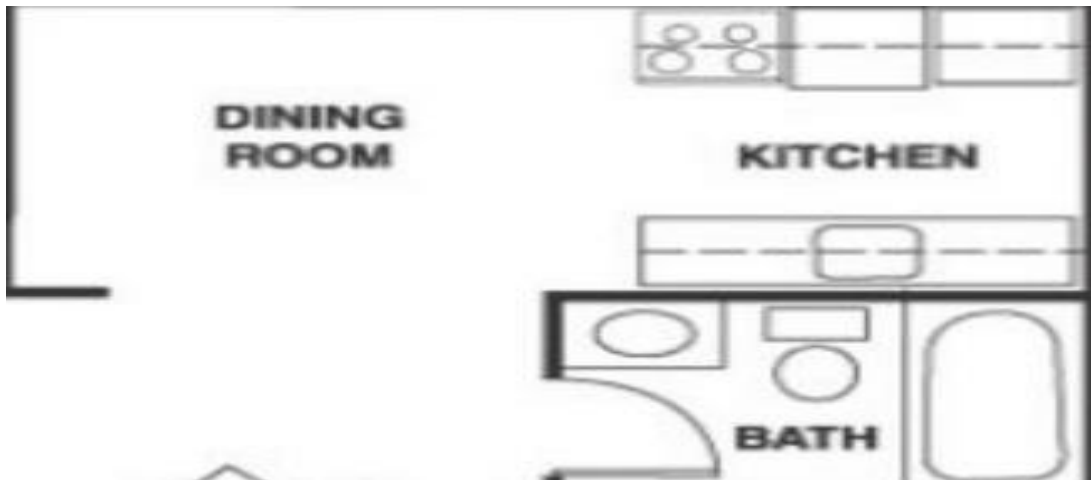
Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área.

Tamaño Óptimo del proyecto:

El tamaño es definido como la capacidad de producción de bienes y servicios medidos en un periodo de tiempo definido y ofrecidos en el mercado.

En este caso que somos una empresa fabricante y distribuidora de Chocolate de la marca Chocofeell s.a. el tamaño de la empresa es de una cocina de (7mts*6mts*2.5mts) en el cual se pueda tener un lugar de refrigeración, de almacenamiento de materias primas y almacenamiento del producto además el servidor de datos de clientes y pedidos, donde la capacidad de fabricación son de **10.000 chocolates por mes.**





Plano de fábrica 1

Se debe tener un Auxiliar de producción el cual es el que crea el producto un gerente de dirección y operadores en la parte de comunicaciones, calidad y venta, ya que es determinada aun como microempresa en este año se contaría con 7 empleados por máximo donde se determinan:

- Auxiliar producción
- Administrador.
- Ingeniero de alimentos certificado en calidad.
- Empacador.
- Operador de almacenaje de materias primas y obtención de estas.
- Gerente.
- Auxiliar de aseo y mensajería.

- Capacidad de Diseño: cantidad máxima de producción en un mes es de máxima 10.000 chocolates si se tienen las condiciones ideales que son gran calidad de la materia prima y gran actitud de trabajo de los empleados siendo el mayor dinamismo en la empresa.
- Capacidad instalada: en un año lo máximo de producción es de 10000 con unas preventas realizadas y aseguradas que serán de venta para algún importante patrocinador o fiel cliente de este producto en cercanía a la empresa
- Capacidad Utilizada: es la cual se fracciona la capacidad donde el objetivo son los 250 chocolates por mes teniendo en cuenta que el objetivo debe ser cumplido con la capacidad instalada que se está empleando a nivel de venta y calidad.

Se llevara registro de estas capacidades de la empresa las cuales el gerente tiene que estudiarlas y adecuarlas al dinamismo evolutivo de la empresa de micro a macro y de sus respectivos registros de calidad.

Los factores principales para determinar el tamaño de la empresa fueron la demanda actual y esperada del mercado donde el chocolate sigue aumentando su necesidad y a los clientes y más deseada para consumir de todo tipo, tamaño, color y sabor. El cubrimiento de crecimiento futuro está identificado en el plan de negocios realizado en la tabla de Excel donde el modulo identifica la demanda y el crecimiento que se puede obtener hasta el año 2018 en este producto.

Tecnología y los equipos:

Nuestra escala de producción da como objetivo en una micro empresa una gran producción lo cual permite tener menos costos de producción por unidad como se desea empezar en Colombia donde la economía es fluctuante y convence a los clientes de compra de productos

nuevos como lo es el Chocofeell donde las utilidades se verán beneficiadas por este motivo, así obteniendo nueva tecnología logrando tener una escala de producción mínima la cual servirá como referencia de producción determinada.

Tipos de tecnología:

Calidad la cual está determinada como almacenamiento y refrigeración del producto según su fabricación y calidad, la productividad será más seguida por software que identifiquen errores en la fabricación del producto, por otra parte del mantenimiento se identifica a un referente el cual se tendrá que hacer cargo ante toda complejidad teniendo en cuenta las posibilidades de mejoramiento continuo de los elementos de la fábrica, en la mano de obra se identifica más que todo al chocolatero que es el que realiza la preparación de este y para terminar en la tecnología dura esta lo más importante la tecnología para el medio ambiente en la cual nuestra empresa no representa mayor aporte de afectación pero igual se adquiere un ventilador o turbina de viento para equilibrar los aromas de las materias primas en la fabricación.

En las tecnologías blandas se identifica al recurso humano donde en la empresa todos son principales y cada quien debe tener su habilidad en su ámbito al cual se asignó y determino dentro de la empresa reconociendo que tiene determinada historia y perfil que se mira al poder entrar a la empresa y ya para el mejoramiento dinamismo de la persona se le atribuye a la capacitación laboral antes de tomar un puesto como operador base de la empresa.

Para las economías de escala se determina que la materia prima es mejor comprarla de volúmenes altos, donde los gastos fijos tienen una distribución equitativa para cada trabajador y máquina y para aumentar la escala se debe tener la persona especializada en su actividad y la

integración de procesos será exitosa para que el factor del producto no altere negativamente, donde la productividad será de forma drástica que se incrementara la producción.

Suministros e insumos

- La capacidad del proyecto puede verse limitada por la cantidad y calidad de los suministros e insumos.
- Listado de todos los proveedores de materias primas e insumos para analizar capacidad de abastecimiento, políticas de comercialización, calidad y precio.
- Cotizaciones y el compromiso escrito (contrato) para abastecer el proyecto.
- Buscar proveedores en el extranjero en caso de no existir proveedores en el país.

Según la federación nacional de cacaoteros base de donde se identificó este cuadro se puede concluir que el cacao en este año ha aumentado su nivel de compra a nivel nacional e internacional donde se puede comprar en la casa luker o en la Nacional de Chocolates con precio determinado y en el caso de nuestra empresa que es de alta calidad el chocolate sacado de la zona rural del departamento de Santander se identifica que:

Según Bolsa New York (USD/Ton): 3.082 (2015-08-11 Hs 13:30)				
PRECIO NACIONAL (Precio al 11 de Agosto/2015)	Bogotá (\$/Kg)	Bucaramanga (\$/Kg)	Neiva (\$/Kg)	San Vicente (\$/Kg)
Nacional de Chocolates	7780	7730	7730	
Casa Luker	7150	7100	7100	
Promedio				7100

Valor total de la inversión 1

<http://www.fedecacao.com.co/site/index.php/14-cat-precios/30-art-nov-precio-del-cacao>

En este caso lo mejor es contratar el transporte que nos lleve los kg de cacao mensualmente desde Santander al punto de fábrica y de ahí hacer la extracción del producto donde el cacao de alta calidad que se solicito sea el más referenciado y si se puede hacer un contrato de fidelidad con el productor cacaotero sería más económico en formación de manejo y estrategia.

Hay que tener en cuenta el financiamiento de la empresa ya que según el tamaño de la empresa también depende el costo financiero e identificando determinadas etapas como fabricación, venta y distribución se facilita las limitaciones financieras.

- **Proximidad y disponibilidad del mercado:**
 - Concentrado: Factor influyente ya que en Santander se encuentra el cacao de mayor calidad para el consumo de este producto
 - Disperso: No afecta ya que como se dijo en las partes rurales de Santander se puede encontrar este producto fácilmente
- Proximidad y disponibilidad de materias primas básicamente es lo primordial de esta localización.
- **Transporte: insumos y productos**
 - Marítimo o fluvial: es algo pensado a largo plazo pero si se ha pensado exportar el producto a otros países por medio del caribe.
 - Ferroviario igual mente pero a menor tiempo para hacer llegar el producto a limistes de Colombia como Venezuela y lugares de la guajira, magdalena, Valledupar y más de la costa caribe
 - Carretera: este será el más usado para transitar el producto hasta traerlo al punto de fábrica en sí que es Bogotá donde se podrá concebir y empezar el auge del chocolate Chocofeet con verdura teniendo en cuenta que el transporte de la materia prima en este caso el cacao será de un promedio de 2mil pesos el kilo.
 - Aéreo: este es otro a visión de largo plazo donde se determina el transporte de calidad para otros países en menor cantidad donde será más económico este medio dándolo a conocer en lugares Europeos o asiáticos los cuales pueden ser lugares donde el producto puede acoplarse muy bien según el tipo de cultura que ingiera este tipo de producto.

En el lugar de producción se determina que hay disponibilidad de servicios y el clima en el cual se fabricara da las perfectas condiciones para una mejor calidad y sabor para los clientes en su percepción del producto teniendo en cuenta que el chocolate es uno de los primordiales elementos en la casta familiar y no es de mayor alteración por precipitaciones y vientos de alteración.

La mano de obra tanto en Santander a nivel rural campesino se encuentra trabajadores como a nivel urbano en la capital ciudad de progreso económico para toda personas, como se dijo antes para entrar a la empresa se necesita conocimiento en su área y una inducción capacitada de sus funciones principales, ya para los otros factores de educación, salud, recreación, hospedaje y comercio se puede lograr con un buen manejo de patrocinio y comunicación comercial del producto para que logre mantener un acuerdo de venta y bienes en la negociación con empresas de salud recreación, instituciones y comercio.

Los terrenos abundantes de cacao facilitan la calidad y la obtención de este en el departamento de Santander a demás para el transporte hay menos restricciones mayores facilidades de tiempo y comodidad del producto. Se conoce la nueva ruta del sol la cual permite hacer un trayecto de 12 horas de Bogotá a la costa caribeña, el transporte se manifiesta que puede ser por avión facilitando transporte.

Ingeniería del proyecto.

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una “función de producción” que optimice la utilización de los recursos disponibles para la elaboración del producto.



Gráfico de proceso de producción 1

La clasificación de este producto es con una producción en serie la cual permite tener un dinamismo de la empresa estable de materias primas, insumos, consumos y ventas, teniendo en cuenta que a nivel tecnológico los intensivos en capital no son altos pero se obtienen a ganancia de las ventas que se realicen previamente, en intensivos de mano de obra se obtiene los elementos de facilidad de fabricación y control de calidad con aspecto armónico para el convenio del cliente reconociendo que se obtienen mejores capacidades de control con el sistema, almacenamiento y manejo del recurso humano en esta parte se identifica los objetos que se necesitan para el manejo y fabricación del producto y claro está de la empresa también.

– **Las inversiones del proyecto:**

– **Maquinaria y Equipos**

- Refrigerador (1) (1.100.000\$)



Imagen 1

- Moldes (65) (100.000\$)

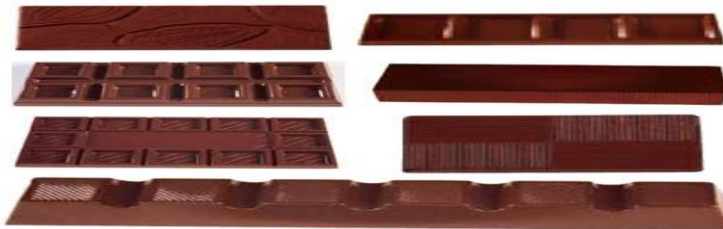


Imagen 2



- Co *Imagen 3*

- Sistema de almacenaje (2) (Unidad: 632.000\$)



Imagen 4

- Empaquetado: (Unidad 12.000\$ que contiene 22 empaques)



Imagen 5

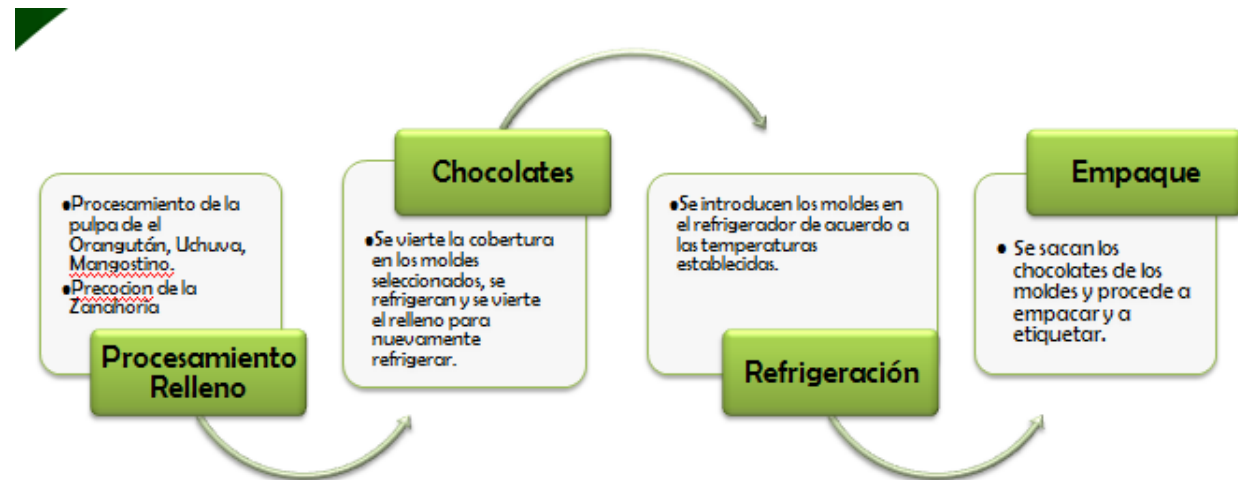
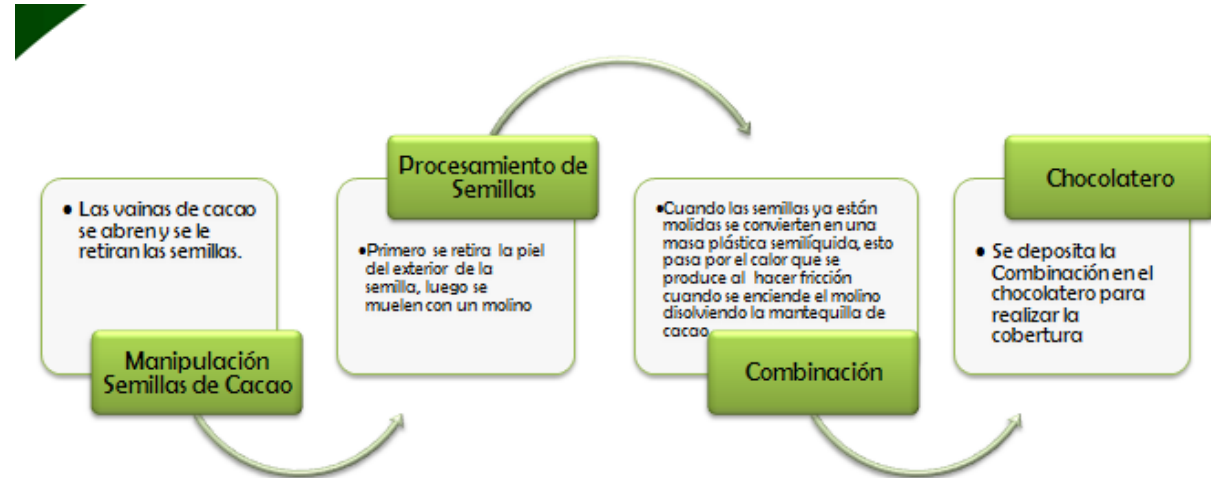
- Requerimientos locativos.
- Obras civiles.

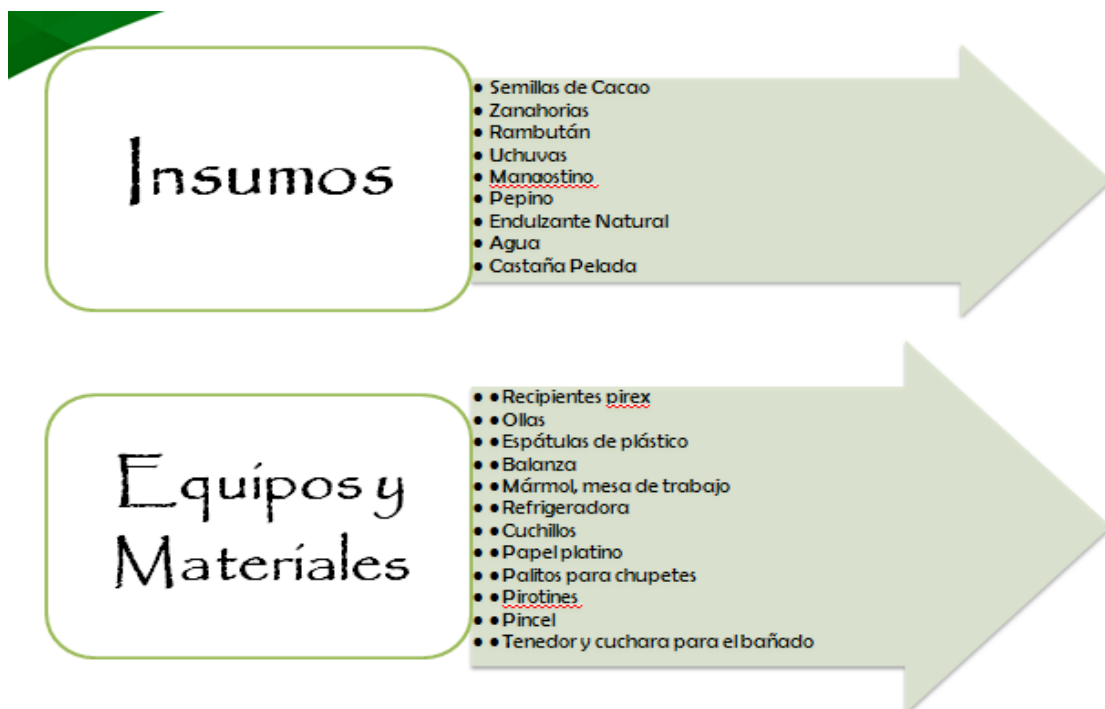
- Ampliaciones futuras donde estas están para un promedio de un año y medio donde se realizaran remodelaciones o si es el caso un cambio de lugar para facilitar el manejo y transporte del producto por toda Colombia.

ya para terminar este diseño técnico se determinó el producto el cual es los chocolates con verduras con dimensiones de 8cm*2.5cm*0.6cm, donde es realizada con cacao extraído de la zona rural del departamento del Santander Bucaramanga seleccionando la mayor calidad para los costos más apetecidos y escogiendo el mejor plan estratégico de venta, se seleccionó el proceso de producción que es en serie con adaptaciones técnicas del proceso con tecnología y mano de obra que con conocimiento e inducción a la empresa se manejara dinámicamente, donde en el plan de negocios con ayuda del simulador se identificó el balance general de materiales e insumo, también haciendo el diseño de transporte de los recursos el cual se utiliza que la empresa se hace responsable por el transporte de envió de materia prima a la fábrica desde el punto de salida hasta el punto de fabricación.

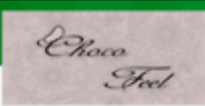
Se selección cuidadosamente los elementos que se necesitan de equipo y maquinaria como los son Dos computadores de almacenaje de datos, refrigerador, dispositivo de derretido de chocolate, almacenamiento fácil siendo los más importantes del producto teniendo en cuenta que los servicios adicionales son de entrega servicio de pedido vía Internet y como no se obtienen terrenos no se necesita distribución en edificaciones pero se distribuirá a todo tipo de entidad que desee ofrecer nuestro producto como algo agradable, saludable a razón social.

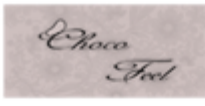
Proceso de Producción:

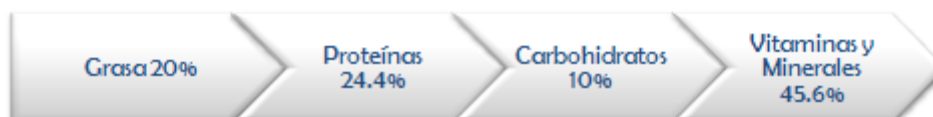




Ficha técnica del producto:

	FICHA TECNICA DE PRODUCTO	CODIGO:
		VIGENCIA DESDE
		VERSION:
<u>NOMBRE DEL PRODUCTO (SIBOL)</u>	Chocolates Combinados con Verduras	
Nombre Comercial del Producto	Chocofell.	
Calidad	Cumplir con la Normatividad Sanitaria Y Legal de Colombia para la producción de Alimentos.	
Generalidades	Producto elaborado con granos de Cacao Combinado con cinco verduras (Zanahoria, Rambutan, Mangostino, Pepino y Uchuva). Siendo Fabricado mediante procedimientos de trituración o molienda en los que se separa las semillas de Cacao hasta darle un grado adecuado de finura. La adición de vitaminas y minerales debe cumplir con lo estipulado en la legislación vigente.	
Requisitos Generales	Exenta de sabores y olores extraños y de insectos vivos. Los procedimientos de fabricación deben de cumplir con estándares altos de Higiene y Calidad.	
<u>Requisitos Específicos</u>	Producto de color blanco o café dependiendo de la cobertura sin rastros de materiales extraños, consistencia alta y una adecuada refrigeración y manipulación.	

	FICHA TECNICA DE PRODUCTO	CODIGO:
		VIGENCIA DESDE
		VERSION:
Empaque y Rotulado	El producto debe estar empacado en materiales atóxicos que aseguren la buena conservación e higiene del producto. Producto empacado y sellado mediante máquina automática de solapa. Cumplir con la Resolución No. 5109 de 2005, por medio de la cual se establecen los parámetros para el rotulado o etiquetado de productos terminados y materias primas.	
<u>Presentación</u>	Se requieren las siguientes presentaciones: Bolsas de polietileno en presentaciones de 500 y 1000 gramos.	



Capítulo III. Análisis Financiero de la Empresa.

La parte del análisis financiero pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Costo total de operación. Funciones de producción, administración y ventas.

Evaluación económica. Indicadores base para la parte final del proyecto.

Todo proceso administrativo está orientado por una serie de funciones básicas, al estructurar dichas funciones en la aplicación de una administración, se desarrollaron una serie de labores que nos llevan al denominado “enfoque presupuestal”; es de vital importancia el desarrollo del análisis financiero dentro de un plan de negocios ya que permiten observar la viabilidad del mismo: En la actualidad los presupuestos constituyen una herramienta indispensable para la

administración de las empresas, las decisiones de tipo gerencial no se toman únicamente sobre una base de resultados históricos, sino que también sobre proyecciones efectivas que nos permita anticiparnos a corregir hechos negativos que perjudique la economía de una empresa, siendo esta una de las principales herramientas con las que se cuenta para el manejo eficaz de los negocios en la búsqueda de estabilizar los esfuerzos colectivos y alcanzar mejores logros mediante la planeación, el control y optima coordinación por parte del proceso administrativo.

Para el presente plan de negocio se proyecta 5 productos:

1. Chocolates combinados con zanahoria.
2. Chocolates combinados con pepino.
3. Chocolates combinados con mangostino.
4. Chocolates combinados con rambután.
5. Chocolates combinados con uchuva.

PROYECCIÓN DE VENTAS DEL PLAN DE NEGOCIO:		PLAN PARA EL APROVECHAMIENTO DEL CACAO EN LA REGION DE SANTANDER BUCARAMANGA
DIGITE EL NOMBRE DE CADA UNO DE SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS:	PRODUCTO 1:	CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORIA
	PRODUCTO 2:	CHOCOLATES COMBINADOS CON PEPINO
	PRODUCTO 3:	CHOCOLATES COMBINADOS CON MANGOSTINO
	PRODUCTO 4:	CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMBUTAN
	PRODUCTO 5:	CHOCOLATES COMBINADOS CON UCHUA

Producto N° 1 Chocolate combinado con zanahoria.

La proyección de venta para los productos se divide en dos semestres puesto que en el segundo semestre la proyección de venta es mayor de acuerdo a las festividades en Colombia; día del amor y amistad, Halloween, navidad.

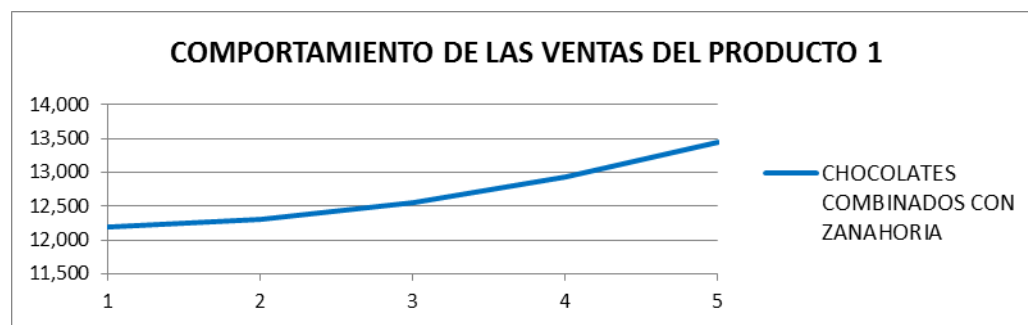
Para el primer semestre se estiman la venta de 4.095 unidades.

Para el segundo semestre se estiman la venta de 8.095 unidades.

Para un Total de 12.190 chocolates cada uno con un peso de 175 gramos. 100 correspondientes a cacao y 75 a zanahoria.

Con un precio de venta de \$ 3.000 (tres mil pesos moneda corriente nacional).

PRODUCTO 1:	CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORIA				
IVA:	0%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	1%	2%	3%	4%
PERIODOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ajuste de precios por medio de la Inflación		4.53%	3.84%	3.68%	3.53%
Cantidades a vender en el semestre 1	4,095	4,136.0	4,218.7	4,345.2	4,519.0
Cantidades a vender en el semestre 2	8,095	8,176	8,339	8,590	8,933
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	12,190	12,312	12,558	12,935	13,452
Precio de venta	\$ 3,000	\$ 3,136	\$ 3,256	\$ 3,376	\$ 3,495



Producto N° 2 Chocolate combinado con Pepino.

Para el primer semestre se estiman la venta de 4.095 unidades.

Para el segundo semestre se estiman la venta de 8.095 unidades.

Para un Total de 12.190 chocolates cada uno con un peso de 175 gramos. 100 correspondientes a cacao y 75 a pepino.

Con un precio de venta de \$ 3.200 (tres mil pesos moneda corriente nacional).

PRODUCTO 2:	CHOCOLATES COMBINADOS CON PEPINO				
IVA:	0%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	1%	2%	3%	4%
PERIODOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ajuste de precios por medio de la Inflación	0%	4.53%	3.84%	3.68%	3.53%
Cantidades a vender en el semestre 1	4,095	4,136.0	4,218.7	4,345.2	4,519.0
Cantidades a vender en el semestre 2	8,095	8,176	8,339	8,590	8,933
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	12,190	12,312	12,558	12,935	13,452
Precio de venta	\$ 3,200	\$ 3,345	\$ 3,473	\$ 3,601	\$ 3,728



Producto N° 3 Chocolate combinado con Mangostino.

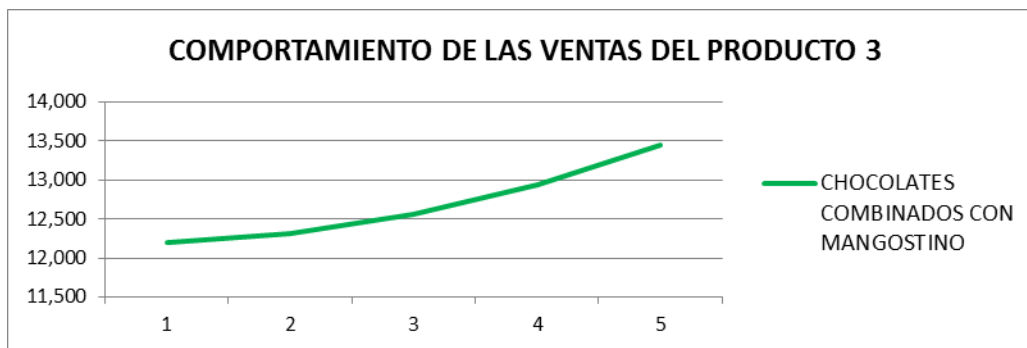
Para el primer semestre se estiman la venta de 4.095 unidades.

Para el segundo semestre se estiman la venta de 8.095 unidades.

Para un Total de 12.190 chocolates cada uno con un peso de 175 gramos. 100 correspondientes a cacao y 75 a Mangostino.

Con un precio de venta de \$ 5.000 (tres mil pesos moneda corriente nacional).

PRODUCTO 3:	CHOCOLATES COMBINADOS CON MANGOSTINO				
IVA:	0%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	1%	2%	3%	4%
PERIODOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ajuste de precios por medio de la Inflación		4.53%	3.84%	3.68%	3.53%
Cantidades a vender en el semestre 1	4,095	4,136.0	4,218.7	4,345.2	4,519.0
Cantidades a vender en el semestre 2	8,095	8,176	8,339	8,590	8,933
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	12,190	12,312	12,558	12,935	13,452
Precio de venta	\$ 5,000	\$ 5,227	\$ 5,428	\$ 5,628	\$ 5,827



Producto N° 4 Chocolate combinado con Rambután.

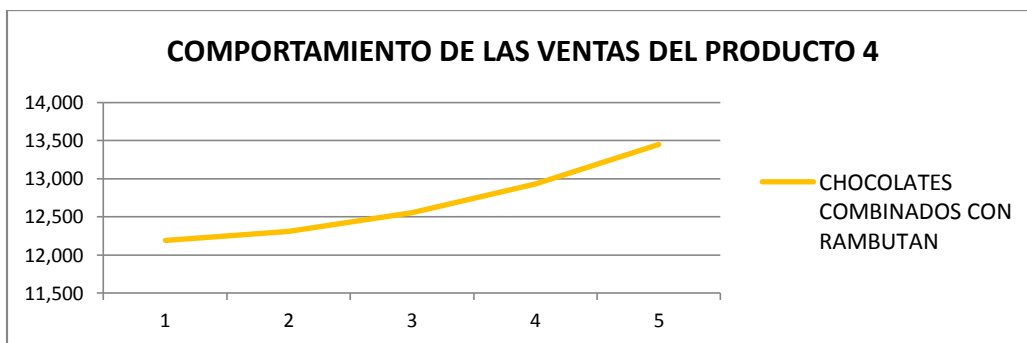
Para el primer semestre se estiman la venta de 4.095 unidades.

Para el segundo semestre se estiman la venta de 8.095 unidades.

Para un Total de 12.190 chocolates cada uno con un peso de 175 gramos. 100 correspondientes a cacao y 75 a rambutan.

Con un precio de venta de \$ 5.000 (tres mil pesos moneda corriente nacional).

PRODUCTO 4:		CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMBUTAN				
IVA:	0%					
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	1%	2%	3%	4%	
PERIODOS	2015	2016	2017	2018	2019	
Ajuste de precios por medio de la Inflación		4.53%	3.84%	3.68%	3.53%	
Cantidades a vender en el semestre 1	4,095	4,136.0	4,218.7	4,345.2	4,519.0	
Cantidades a vender en el semestre 2	8,095	8,176	8,339	8,590	8,933	
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	12,190	12,312	12,558	12,935	13,452	
Precio de venta	\$ 5,000	\$ 5,227	\$ 5,428	\$ 5,628	\$ 5,827	



Producto N° 5 Chocolate combinado con Uchuva.

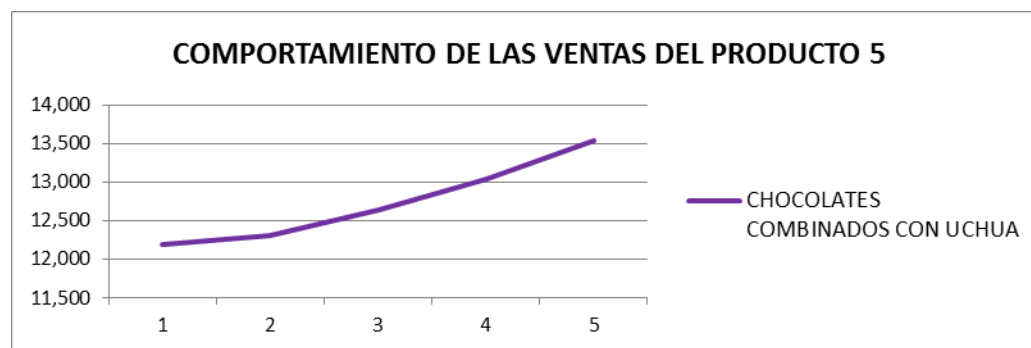
Para el primer semestre se estiman la venta de 4.095 unidades.

Para el segundo semestre se estiman la venta de 8.095 unidades.

Para un Total de 12.190 chocolates cada uno con un peso de 175 gramos. 100 correspondientes a cacao y 75 a uchuva.

Con un precio de venta de \$ 5.000 (tres mil pesos moneda corriente nacional).

PRODUCTO 5:	CHOCOLATES COMBINADOS CON UCHUA				
IVA:	0%				
Porcentaje de crecimiento en ventas	No aplica	1%	2%	3%	4%
PERIODOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ajuste de precios por medio de la Inflación		4.53%	3.84%	3.68%	3.53%
Cantidades a vender en el semestre 1	4,095	4,136.0	4,294.8	4,452.8	4,610.0
Cantidades a vender en el semestre 2	8,095	8,176	8,339	8,590	8,933
TOTAL UNIDADES PRODUCIDAS	12,190	12,312	12,634	13,042	13,543
Precio de venta	\$ 5,000	\$ 5,227	\$ 5,428	\$ 5,628	\$ 5,827



Cada uno de los productos muestra un porcentaje de crecimiento anual.

El número de chocolates para el primer año corresponde 60.950

TOTAL UNIDADES VENDIDAS DE TODOS LOS PDTOS/SERVICIOS	60,950	61,560	62,867	64,782	67,352
--	--------	--------	--------	--------	--------

La proyección de ventas para los próximos cinco años se puede ver en la siguiente tabla.

PLAN DE NEGOCIO:	PLAN PARA EL APROVECHAMIENTO DEL CACAO EN LA REGION DE SANTANDER BUCARAMANGA				
PRODUCTO	CANTIDADES VENDIDAS				
	2015	2016	2017	2018	2019
CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORIA	12,190.0	12,311.9	12,558.1	12,934.9	13,452.3
CHOCOLATES COMBINADOS CON PEPINO	12,190.0	12,311.9	12,558.1	12,934.9	13,452.3
CHOCOLATES COMBINADOS CON MANGOSTINO	12,190.0	12,311.9	12,558.1	12,934.9	13,452.3
CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMBUTAN	12,190.0	12,311.9	12,558.1	12,934.9	13,452.3
CHOCOLATES COMBINADOS CON UCHUA	12,190.0	12,311.9	12,634.2	13,042.5	13,543.2



INGRESOS POR LÍNEA DE PRODUCTO/SERVICIO E INGRESOS VS COSTOS TOTALES CONSOLIDADO					
PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORIA	\$ 36,570,000.00	\$ 38,608,887.21	\$ 40,889,297.33	\$ 43,668,162.10	\$ 47,015,709.60
CHOCOLATES COMBINADOS CON PEPINO	\$ 39,008,000.00	\$ 41,183,305.50	\$ 43,614,413.27	\$ 46,578,510.59	\$ 50,150,090.24
CHOCOLATES COMBINADOS CON MANGOSTI	\$ 60,950,000.00	\$ 64,354,301.30	\$ 68,165,573.06	\$ 72,797,516.68	\$ 78,386,420.56
CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMBUTAN	\$ 60,950,000.00	\$ 64,354,301.30	\$ 68,165,573.06	\$ 72,797,516.68	\$ 78,386,420.56
CHOCOLATES COMBINADOS CON UCHUA	\$ 60,950,000.00	\$ 64,354,301.30	\$ 68,578,651.90	\$ 73,403,027.37	\$ 78,916,469.40
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 258,428,000	\$ 272,855,097	\$ 289,413,509	\$ 309,244,733	\$ 332,855,110
TOTAL COSTOS ANUALES	\$ 127,591,541	\$ 134,022,540	\$ 142,333,831	\$ 152,533,218	\$ 164,332,125
MARGEN DE CONTRIB TOTAL	\$ 130,836,459	\$ 138,832,556	\$ 147,079,678	\$ 156,711,516	\$ 167,922,985

El total de ventas anuales corresponde a \$ 258.428.000 (doscientos cincuenta y ocho millones cuatrocientos veintiocho mil pesos).

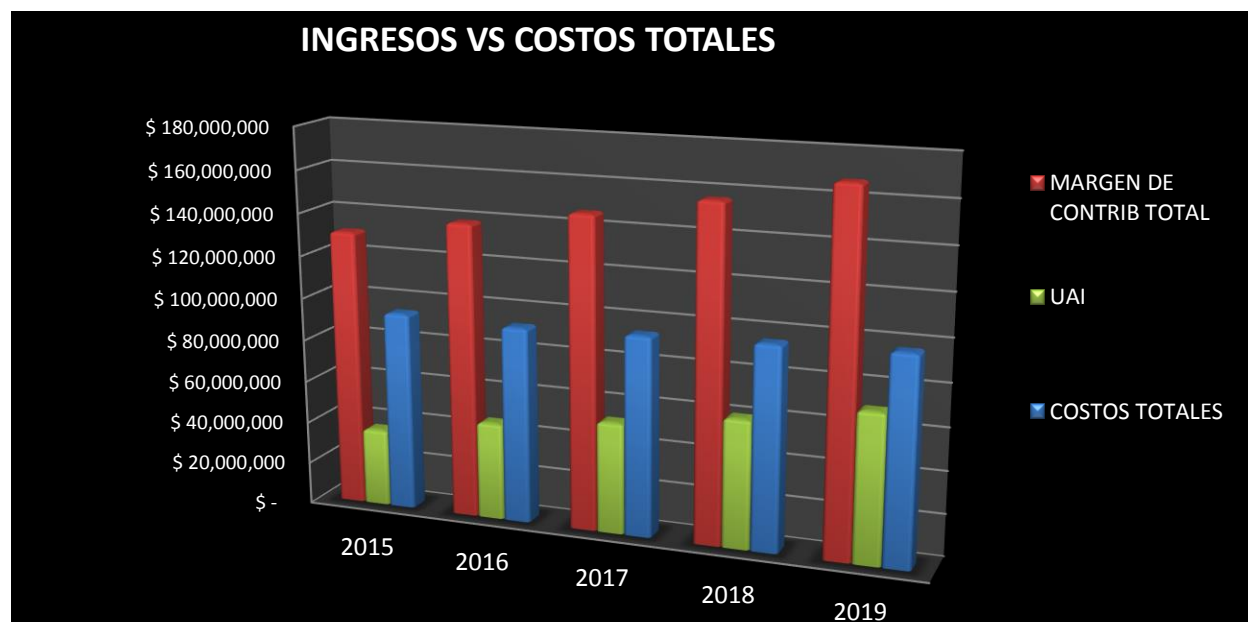
Cotos totales anuales de producciones que corresponden a \$ 127.591.541 (ciento veintisiete millones quinientos novena y un mil pesos quinientos cuarenta y uno).

Para un margen de contribución anual de \$ 130.833.459.

Revisa si con el actual MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL se cubren los gastos de administración ventas y los costos y gastos fijos:						
PERIODO	2015	2016	2017	2018	2019	
MARGEN DE CONTRIB TOTAL	\$ 130,836,459	\$ 138,832,556	\$ 147,079,678	\$ 156,711,516	\$ 167,922,985	
(-) Total nómina del administrativa	\$ 49,453,440.0	\$ 51,693,680.8	\$ 53,678,718.2	\$ 55,654,095.0	\$ 57,618,684.6	
(-) Total nómina del área de ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) Total nómina del área de Producción	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) Presupuesto de la Mezcla de mercadeo	\$ 3,500,000.0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) Costos Fijos	\$ 27,240,000.0	\$ 28,473,972.0	\$ 29,567,372.5	\$ 30,655,451.8	\$ 31,737,589.3	
(-) Servicio de la Deuda	\$ 12,640,548.0	\$ 11,192,269.2	\$ 9,743,990.4	\$ 8,295,711.6	\$ 6,847,432.9	
(-) Depreciaciones	\$ 1,320,000.0	\$ 1,320,000.0	\$ 1,320,000.0	\$ 1,320,000.0	\$ 1,320,000.0	
(-) Amortizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
COSTOS TOTALES	\$ 94,153,988.0	\$ 92,679,922.0	\$ 94,310,081.1	\$ 95,925,258.5	\$ 97,523,706.7	
UAI	\$ 36,682,471.3	\$ 46,152,634.1	\$ 52,769,596.9	\$ 60,786,257.1	\$ 70,399,278.6	

Los costos totales se cubren con el margen de contribución ya que los gastos de administración ventas y los costos y gastos fijos suman \$94.153.988.

Presentando una utilidad antes de impuestos por un valor de \$36.682.471 (treinta y seis millones seiscientos ochenta y dos mil cuatrocientos setenta y uno.)



Se visualiza una buena proyección de ventas donde cada año este se encuentra en aumento, con un margen de costos estables con un mínimo decrecimiento. Y una utilidad antes de impuestos en aumento.

NOMBRE DEL PRODUCTO	VENTAS TOTALES	PRECIO DE VENTA	COSTO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL EN LAS VENTAS
CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORIA	\$ 36,570,000	\$ 3,000.0	\$ 2,151.0	\$ 849.0	14.15%
CHOCOLATES COMBINADOS CON PEPINO	\$ 39,008,000	\$ 3,200.0	\$ 1,896.3	\$ 1,303.7	15.09%
CHOCOLATES COMBINADOS CON MANGOSTINO	\$ 60,950,000	\$ 5,000.0	\$ 2,425.4	\$ 2,574.6	23.58%
CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMBUTAN	\$ 60,950,000	\$ 5,000.0	\$ 2,022.3	\$ 2,977.7	23.58%
CHOCOLATES COMBINADOS CON UCHUA	\$ 60,950,000	\$ 5,000.0	\$ 1,971.9	\$ 3,028.1	23.58%
TOTAL VENTAS	\$ 258,428,000				

- Ventas totales chocolates combinados con Zanahoria \$ 36.570.000 (treinta y seis millones quinientos setenta mil pesos). Precio de venta unitario \$3.000 Costo de producción \$ 2.151. Margen de contribución \$849 con una participación porcentual en las ventas 14.15%.
- Ventas totales chocolates combinados con Pepino \$ 39.008.000 (treinta y nueve millones ocho mil pesos). Precio de venta unitario \$3.000 Costo de producción \$ 2.151. Margen de contribución \$849 con una participación porcentual en las ventas 15.09%.

- Ventas totales chocolates combinados con Mangostino \$ 60.950.000 (sesenta millones novecientos cincuenta mil pesos). Precio de venta unitario \$3.000 Costo de producción \$ 2.151. Margen de contribución \$849 con una participación porcentual en las ventas 23.58%.
- Ventas totales chocolates combinados con Rambutan \$ 60.950.000 (sesenta millones novecientos cincuenta mil pesos). Precio de venta unitario \$3.000 Costo de producción \$ 2.151. Margen de contribución \$849 con una participación porcentual en las ventas 23.58%.
- Ventas totales chocolates combinados con Uchuva \$ 60.950.000 (sesenta millones novecientos cincuenta mil pesos). Precio de venta unitario \$3.000 Costo de producción \$ 2.151. Margen de contribución \$849 con una participación porcentual en las ventas 23.58%.

Para un total de ventas anuales de \$ 258.428.000 (Doscientos cincuenta y ocho millones cuatrocientos veintiocho mil pesos).

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO PONDERADO							
NOMBRE DEL PRODUCTO	CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORIA	CHOCOLATES COMBINADOS CON PEPINO	CHOCOLATES COMBINADOS CON MANGOSTINO	CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMBUTAN	CHOCOLATES COMBINADOS CON UCHUVA	TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO	
MARGEN DE CONT UNITARIO	\$ 849.0	\$ 1,303.7	\$ 2,574.6	\$ 2,977.7	\$ 3,028.1		
PARTICIPACIÓN % EN VENTAS	14.15%	15.09%	23.58%	23.58%	23.58%		
Margen ponderado	\$ 120.1	\$ 196.8	\$ 607.2	\$ 702.3	\$ 714.2	\$ 2,340.6	

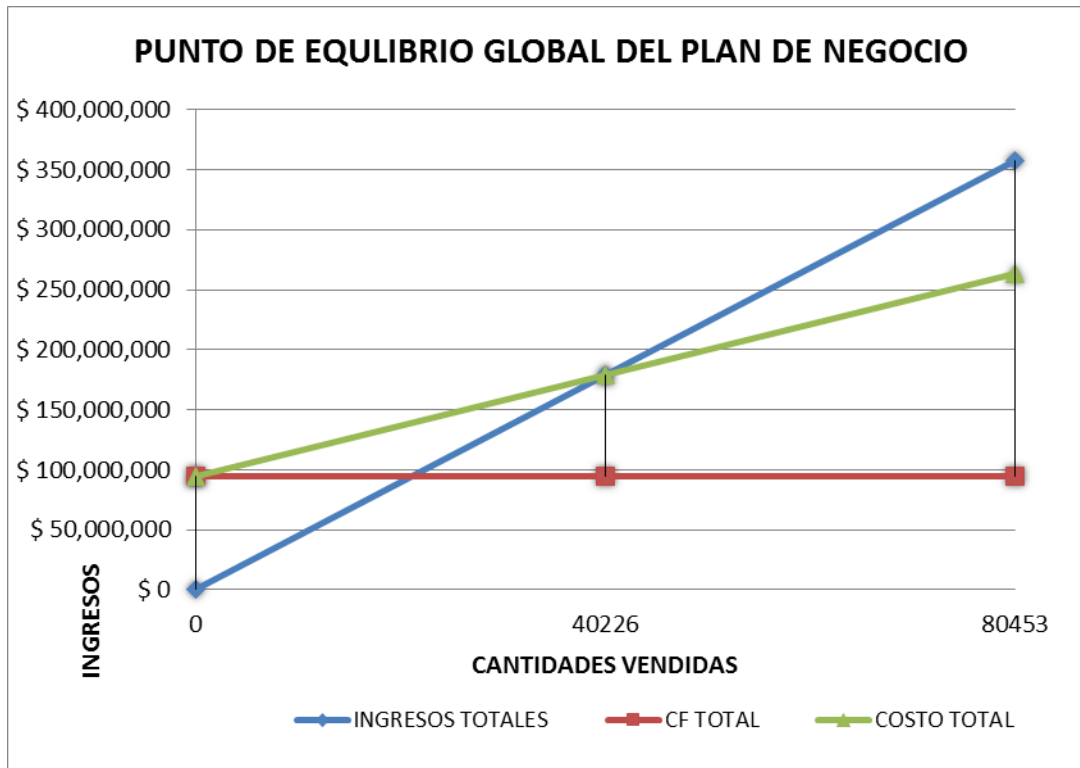
Margen de contribución promedio ponderado.

- Chocolate combinado con Zanahoria - 120.1
- Chocolate combinado con Pepino – 196.8
- Chocolate combinado con Mangostino – 607.2
- Chocolate combinado con Rambutan – 702.3
- Chocolate combinado con Uchuva – 714.2

TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS		\$ 94,153,988
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		40226
CANTIDAD A VENDER POR PRODUCTO PARA PUNTO DE EQUILIBRIO		
		UNIDADES CALCULADAS PARA EL GRÁFICO.
CHOCOLATES COMBINADOS CON ZANAHORA	5,692.40	11,384.80
CHOCOLATES COMBINADOS CON PISTACHOS	6,071.90	12,143.79
CHOCOLATES COMBINADOS CON MANI	9,487.34	18,974.67
CHOCOLATES COMBINADOS CON RAMONILLO	9,487.34	18,974.67
CHOCOLATES COMBINADOS CON UNIDADES	9,487.34	18,974.67
TOTAL UNIDADES	40,226.31	80,452.61

El número de unidades necesarias a vender son 40.226 para que el plan de negocio no genere pérdidas, estas son las unidades del punto de equilibrio.

DATOS GRAFICO	PUNTO DE EQUILIBRIO		
	0	40226	80453
UNIDADES VENDIDAS	0	40226	80453
INGRESOS TOTALES	\$ 0	\$ 178,817,316	\$ 357,634,631
CF TOTAL	\$ 94,153,988	\$ 94,153,988	\$ 94,153,988
CV TOTAL	\$ 0	\$ 84,663,327.62	\$ 169,326,655
COSTO TOTAL	\$ 94,153,988	\$ 178,817,316	\$ 263,480,643
utilidad	-\$ 94,153,988	\$ 0	\$ 94,153,988



Balance General Presupuestado

BALANCE GENERAL PRESUPUESTADO							
DATOS REQUERIDOS PARA AJUSTES DEL BALANCE		2014	2015	2016	2017	2018	2019
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		15	15	15	15	15
Invent. Materia Prima	\$	32,462,450	2,019,895	2,121,704	2,253,021	2,414,365	2,610,698
variación de Materia Prima	\$		30,442,556	-101,809	-131,317	-161,344	-196,332
Rotación Cartera Clientes	días		30	30	30	30	30
Cartera Clientes	\$	25,000,000	21,535,667	22,737,925	24,117,792	25,770,394	27,737,926
Cartera Clientes (Var.)	\$		3,464,333	-1,202,258	-1,379,868	-1,652,602	-1,967,531
Cuentas por Pagar Proveedores	días		45	45	45	45	45
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	20,000,000	13,893,014	14,593,264	15,498,092	16,608,593	17,958,697
Cuentas por Pagar Proveedores (Var.)	\$		6,106,986	-700,250	-904,827	-1,110,501	-1,350,104

BALANCE GENERAL	PERIODO					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo	\$ 26,333,320	\$ 76,064,179	\$ 103,293,555	\$ 111,980,784	\$ 119,283,619	\$ 128,959,440
Invent. Materia Prima	\$ 32,462,450	\$ 2,019,895	\$ 2,121,704	\$ 2,253,021	\$ 2,414,365	\$ 2,610,698
Cuentas por cobrar	\$ 25,000,000	\$ 21,535,667	\$ 22,737,925	\$ 24,117,792	\$ 25,770,394	\$ 27,737,926
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 83,795,770	\$ 99,619,741	\$ 128,153,184	\$ 138,351,597	\$ 147,468,379	\$ 159,308,064
Gastos Anticipados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Corriente (NO REALIZABLE):	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVO FIJO						
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada Planta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios Neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000	\$ 10,000,000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -1,000,000	\$ -2,000,000	\$ -3,000,000	\$ -4,000,000	\$ -5,000,000
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	\$ 10,000,000	\$ 9,000,000	\$ 8,000,000	\$ 7,000,000	\$ 6,000,000	\$ 5,000,000
Muebles y Enseres	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000	\$ 3,200,000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -320,000	\$ -640,000	\$ -960,000	\$ -1,280,000	\$ -1,600,000
Muebles y Enseres Neto	\$ 3,200,000	\$ 2,880,000	\$ 2,560,000	\$ 2,240,000	\$ 1,920,000	\$ 1,600,000
Equipo de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Transporte Neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina Neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Semovientes pie de cría	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agotamiento Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Semovientes pie de cría	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Agotamiento Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Fijos:	\$ 13,200,000	\$ 11,880,000	\$ 10,560,000	\$ 9,240,000	\$ 7,920,000	\$ 6,600,000
ACTIVOS DIFERIDOS						
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVO	\$ 96,995,770	\$ 111,499,741	\$ 138,713,184	\$ 147,591,597	\$ 155,388,379	\$ 165,908,064
PASIVO						
Cuentas X Pagar Proveedores	\$ 20,000,000	\$ 13,893,014	\$ 14,593,264	\$ 15,498,092	\$ 16,608,593	\$ 17,958,697
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 20,000,000	\$ 13,893,014	\$ 14,593,264	\$ 15,498,092	\$ 16,608,593	\$ 17,958,697
Obligaciones Financieras	\$ 26,995,770	\$ 21,596,616	\$ 16,197,462	\$ 10,798,308	\$ 5,399,154	\$ -
PASIVO	\$ 46,995,770	\$ 35,489,631	\$ 30,790,727	\$ 26,296,400	\$ 22,007,747	\$ 17,958,697
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 50,000,000	\$ 50,000,000	\$ 50,000,000	\$ 50,000,000	\$ 50,000,000	\$ 50,000,000
Reserva Legal Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 23,409,099	\$ 31,062,022	\$ 36,209,858	\$ 42,453,697
Utilidades del Ejercicio	\$ -	\$ 26,010,110	\$ 34,513,358	\$ 40,233,175	\$ 47,170,774	\$ 55,495,670
Revalorización patrimonio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PATRIMONIO	\$ 50,000,000	\$ 76,010,110	\$ 107,922,457	\$ 121,295,197	\$ 133,380,632	\$ 147,949,367
TOTAL PAS + PAT	\$ 96,995,770	\$ 111,499,741	\$ 138,713,184	\$ 147,591,597	\$ 155,388,379	\$ 165,908,064

El valor inicial de materia prima para el primer año corresponde a \$ 32.462.450 (treinta y dos millones cuatrocientos sesenta y dos mil, cuatrocientos cincuenta pesos). Este es el valor mínimo en materia prima e insumos, para poner en funcionamiento la empresa definido en dentro del cuadro de necesidades financieras.

Se calcula cuentas por cobrar valor inicial de las cuentas comerciales por un valor de \$25.000.000 veinte cinco millones de pesos. Cuentas por cobrar comerciales.

Donde las cuentas por pagar a los proveedores está representada por un valor de \$20.000.000 veinte millones de pesos.

El activo corriente corresponde a:

- Efectivo: \$26.462.450
- Inventario materia prima: \$ 32.462.450
- Cuentas por cobrar: \$ 25.000.000
- TOTAL ACTIVO CORRIENTE :\$83.795.770

El activo fijo corresponde a:

- Maquinaria y equipo de operación: \$ 10.000.000
- Muebles y enseres: \$ 3.200.000
- Total Activo Fijo: \$ 13.200.000

Total pasivo corriente: \$ 20.000.000

- Obligaciones Financieras: \$26.995.770

Total Pasivo \$ 46.995.770

- Capital social \$ 50.000.000

Total Patrimonio \$ 50.000.000

ESTADO DE RESULTADOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	258,428,000	272,855,097	289,413,509	309,244,733	332,855,110
Devoluciones y rebajas en ventas	2,584,280	2,728,551	2,894,135	3,092,447	3,328,551
Materia Prima, Mano de Obra	127,591,541	134,022,540	142,333,831	152,533,218	164,932,125
Depreciación	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	126,932,179	134,784,005	142,865,543	152,299,068	163,274,434
Gasto de Ventas	3,500,000	0	0	0	0
Gastos de Administracion	76,693,440	80,167,653	83,246,091	86,309,547	89,356,274
Gastos de Proucción	0	0	0	0	0
Industria y comercio	1,550,568	1,637,131	1,736,481	1,855,468	1,997,131
Provisiones	5,168,560	5,457,102	5,788,270	6,184,895	6,657,102
Utilidad Operativa	40,019,611	47,522,120	52,094,701	57,949,158	65,263,928
Intereses	-7,241,394	-5,793,115	-4,344,836	-2,896,558	-1,448,279
Servicio de la deuda	-5,399,154	-5,399,154	-5,399,154	-5,399,154	-5,399,154
Otros ingresos y egresos	-12,640,548	-11,192,269	-9,743,990	-8,295,712	-6,847,433
Utilidad antes de impuestos	27,379,063	36,329,851	42,350,711	49,653,447	58,416,495
Impuesto de renta	0	0	0	0	0
Reserva legal	0	0	0	0	0
Reserva voluntaria	1,368,953	1,816,493	2,117,536	2,482,672	2,920,825
Utilidad Distribuible	\$ 26,010,110	\$ 34,513,358	\$ 40,233,175	\$ 47,170,774	\$ 55,495,670

Dentro del resultado de resultados se visualiza ventas para el año 2015 correspondiente a \$258.428.000.

- Se estima devoluciones y rebajas en ventas por un valor de \$2.584.280.
- Costos de materia prima y mano de obra por un valor de \$127.591,541.
- Se estima una depreciación de \$ 1.320.000
- Para una utilidad bruta de \$ 126.932.179.
- Gastos de ventas por un valor de 3.500.000
- Gastos de administración \$ 76.693.440
- Industria y comercio \$ 1.550.558
- Provisiones: \$ 5.168.560
- Utilidad Operativa de \$ 40.019.611
- Menos intereses: \$ 7.241.394
- Menos servicio de la deuda: 5.399.154

- Utilidad Antes De Impuestos \$ 27.379.063
- Menos reserva voluntaria \$ 1.368.953

UTILIDAD DISTRIBUIBLE **\$ 26.010.110** (veinte seis millones diez mil ciento diez pesos).

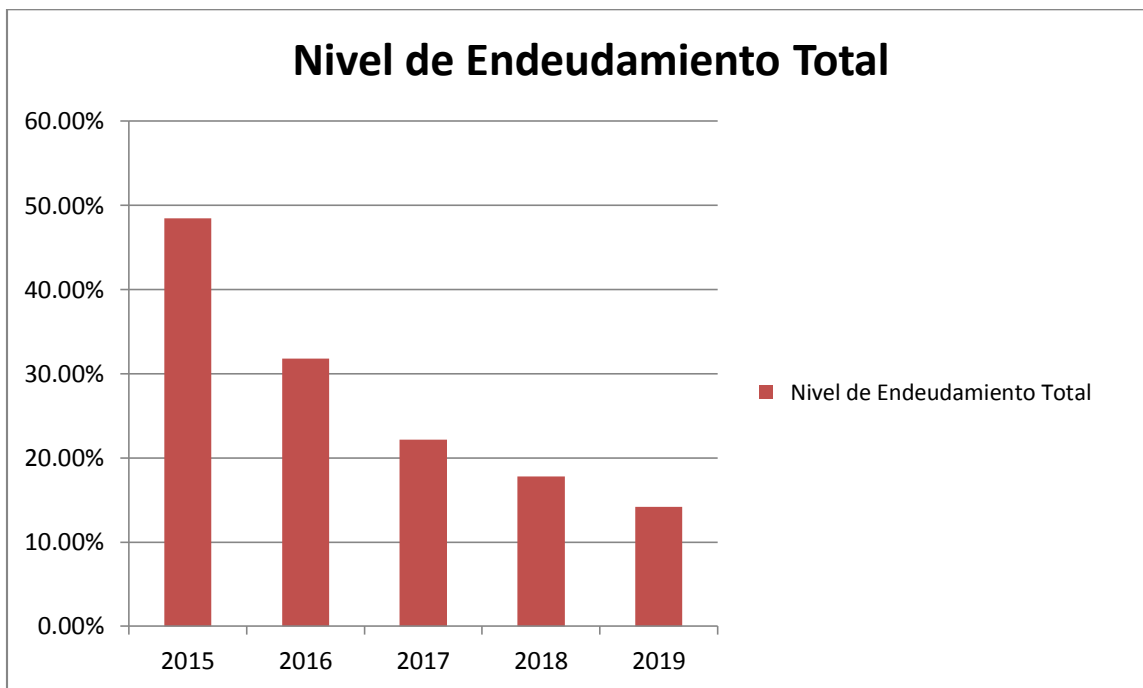
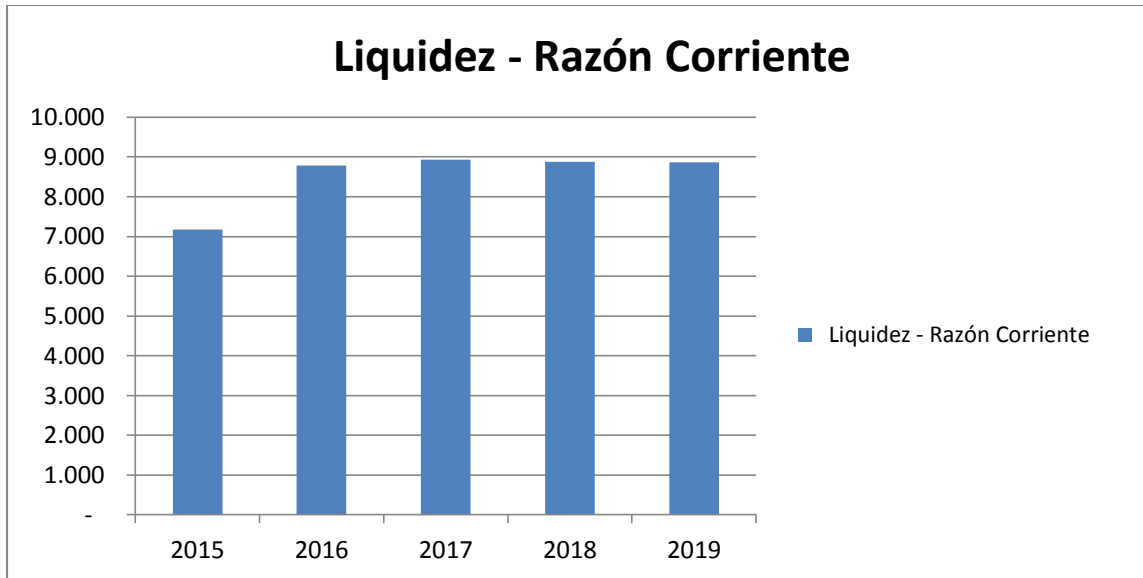
Esta utilidad distribuable corresponde a 8.670.036 por cada accionista para el primer año, siendo este un plan de negocios viable. Este margen de distribución aumenta cada año sin contar nuevas estrategias que se puedan implementar y permita aumentar el número de producción.

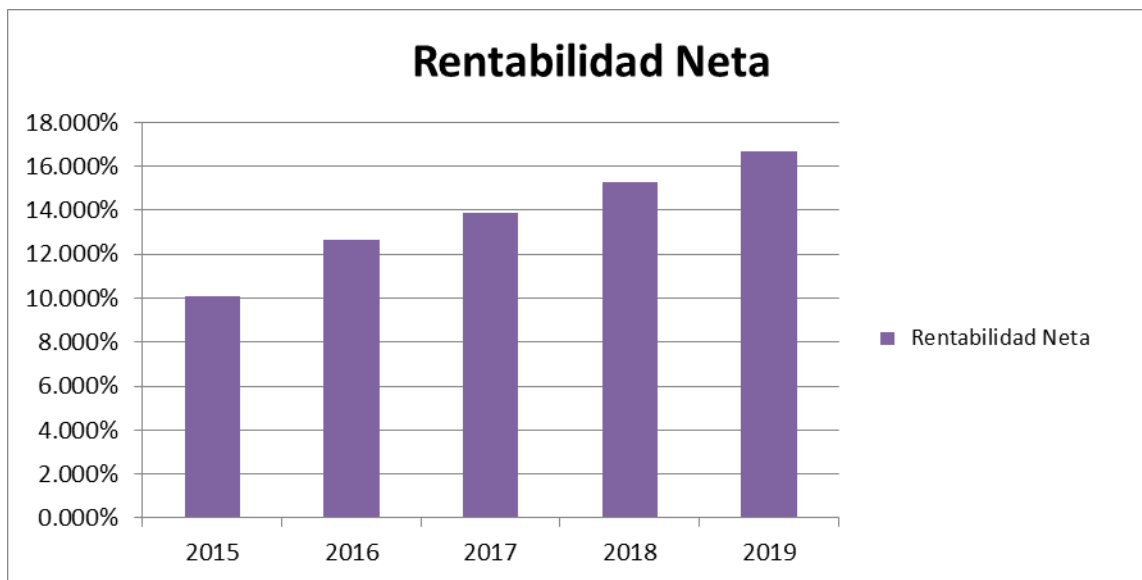
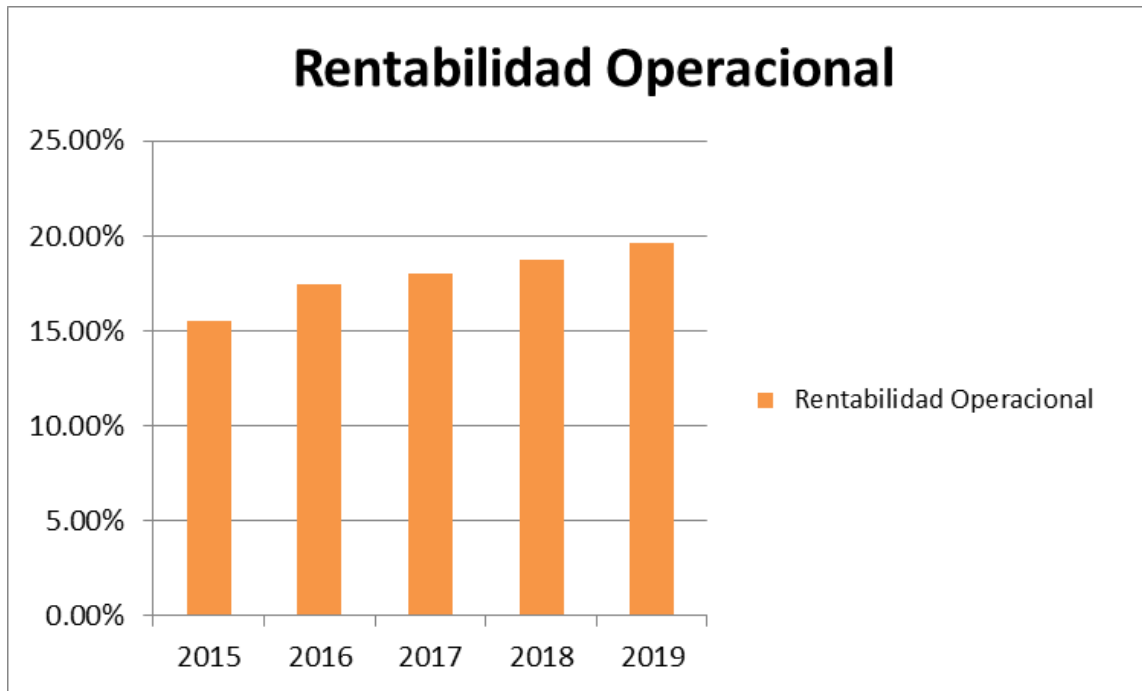
- Se estima un flujo neto de caja operativo de: \$46.508.171
- Se estima un flujo neto de caja de inversión de: 40.013.865
- Se estima un flujo neto de caja de Financiamiento de: \$15.241.559
- Saldo Neto Del Periodo \$ 97.613.807 (noventa y siete millones seiscientos trece mil ochocientos siete mil).

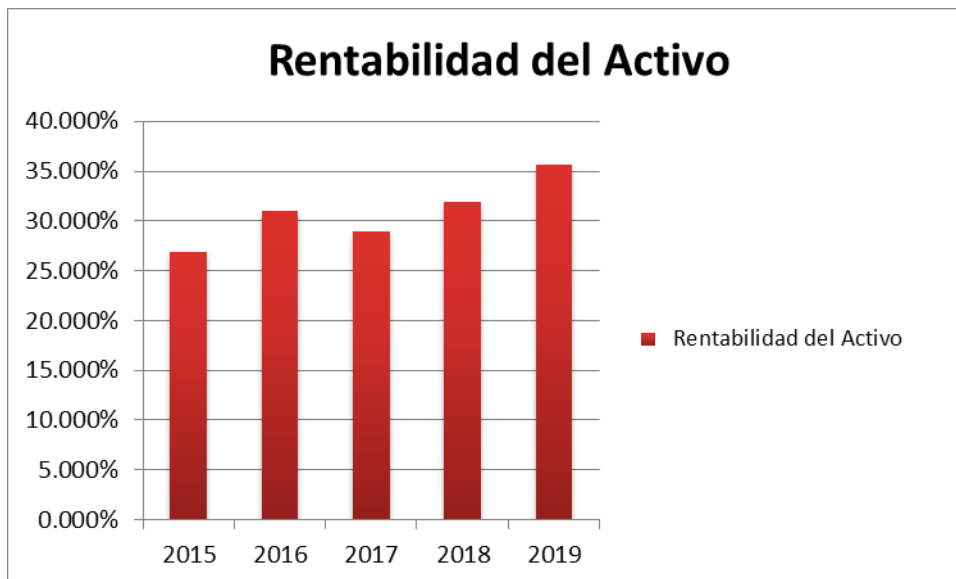
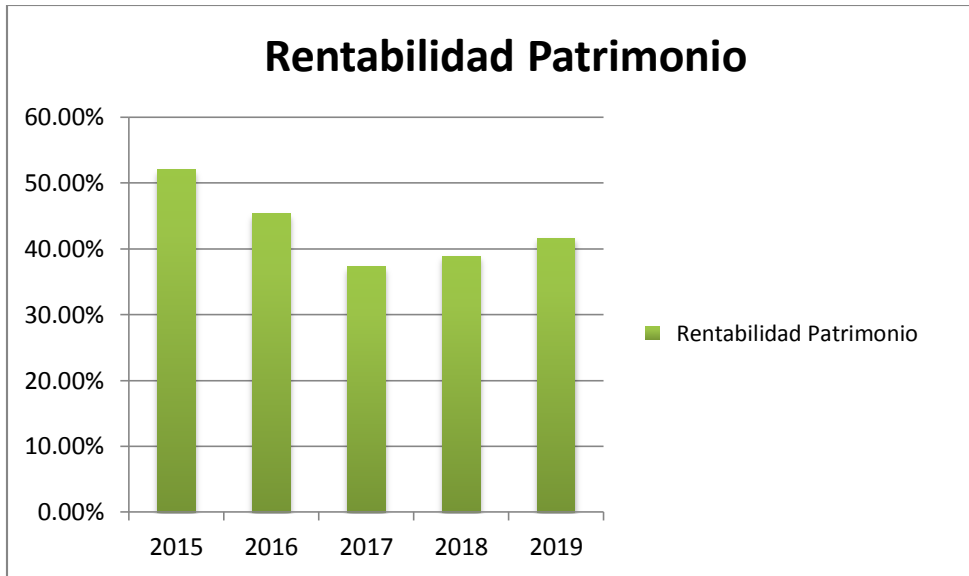
FLUJO DE CAJA	2015	2016	2017	2018	2019
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	40,019,611	47,522,120	52,094,701	57,949,158	65,263,928
Depreciaciones	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000	1,320,000
Amortización y agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	5,168,560	5,457,102	5,788,270	6,184,895	6,657,102
Impuestos	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Operativo	46,508,171	54,299,222	59,202,971	65,454,053	73,241,030
Flujo de Caja de Inversión					
Periodo	2015	2016	2017	2018	2019
Variación Inv. Materias Primas e insumos	30,442,556	-101,809	-131,317	-161,344	-196,332
Variación en Cuentas por Cobrar	3,464,333	-1,202,258	-1,379,868	-1,652,602	-1,967,531
Variación en Cuentas por pagar a Proveedores	6,106,986	-700,250	-904,827	-1,110,501	-1,350,104
Variación del capital de Trabajo	40,013,875	-2,004,317	-2,416,012	-2,924,448	-3,513,968
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0
Inversión en Activos diferidos.	0	0	0	0	0
Inversión Activos	0	0	0	0	0
Neto flujo de Caja de Inversión	40,013,875	-2,004,317	-2,416,012	-2,924,448	-3,513,968
Flujo de Caja Financiamiento					
Periodo	2015	2016	2017	2018	2019
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-5,399,154	-5,399,154	-5,399,154	-5,399,154	-5,399,154
Intereses Pagados	-7,241,394	-5,793,115	-4,344,836	-2,896,558	-1,448,279
Dividendos Pagados	-2,601,011	-3,451,336	-4,023,318	-4,717,077	-5,549,567
Capital adicional aportado por los socios	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	-15,241,559	-14,643,605	-13,767,308	-13,012,789	-12,397,000
Neto Periodo	71,280,487	37,651,300	43,019,651	49,516,816	57,330,062
Saldo anterior	26,333,320	76,064,179	103,293,555	111,980,784	119,283,619
Saldo Neto del período	\$ 97,613,807	\$ 113,715,479	\$ 146,313,206	\$ 161,497,600	\$ 176,613,681

TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES					28.00%	
VALOR DE LA INVERSIÓN INICIAL DEL PLAN DE NEGOCIO					\$ 76,995,770	
FLUJO DE CAJA PARA LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO:						
PERIODO	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -76,995,770	\$ 97,613,807	\$ 113,715,479	\$ 146,313,206	\$ 161,497,600	\$ 176,613,681
VALOR PRESENTE NETO =		\$ 250,002,901				
TASA INTERNA DE RETORNO =		141.86%				
SI TIR	141.86%	MAYOR QUE >	28.00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES	(-) VALOR PRESENTE NETO POSITIVO	
SI TIR	141.86%	MENOR QUE <	28.00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES	(-) VALOR PRESENTE NETO NEGATIVO	
SI TIR	141.86%	IGUAL QUE =	28.00%	TASA DE RENDIMIENTO ESPERA POR LOS EMPRENDEDORES	(-) VALOR PRESENTE NETO IGUAL A CERO	
PERIÓDO						
Liquidez - Razón Corriente	2015	2016	2017	2018	2019	
Nivel de Endeudamiento Total	7.170	8.782	8.927	8.879	8.871	
Rentabilidad Operacional	48.45%	31.83%	22.20%	17.82%	14.16%	
Rentabilidad Neta	15.49%	17.42%	18.00%	18.74%	19.61%	
Rentabilidad Patrimonial	10.065%	12.649%	13.902%	15.254%	16.673%	
Rentabilidad del Activo	52.02%	45.41%	37.28%	38.89%	41.61%	
Periodo de recuperación de la Inversión	26.816%	30.954%	29.005%	31.960%	35.714%	
		0.553 AÑOS				
CALCULO DEL WACC						
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL.	TOTAL INVERSIÓN APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 76,995,770.37	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN	64.94%	COSTO DE CAPITAL	28.00%
	FINANCIADO POR DEUDA	\$ 26,995,770.37	35.06%	26.82%	IMPUESTOS	0%
WACC		27.59%				

WACC: Weighted Average Cost of Capital (Promedio Ponderado del Costo de Capital)







De acuerdo a la realización del análisis financiero para el plan de negocios se visualiza la viabilidad del mismo las graficas de Rentabilidad operacional – Rentabilidad neta – Rentabilidad del activo, se encuentra en orden ascendente por año, mostrando crecimiento anual.

La liquidez presenta estabilidad durante los siguientes años.

El nivel de endeudamiento tiende a disminuir notablemente por año.

Conclusiones

- Se presento un plan de negocios que está enmarcado en la eficiencia y aprovechamiento de los recursos Naturales producidos en la ciudad de Bucaramanga como lo es el cacao, diferentes verduras y frutas exóticas.
- Desarrollo un Estudio Sobre la formalización de empresa en Colombia para la producción de Productos Derivados del Cacao según la normativa y las leyes Colombianas que regulan las empresas.
- Se analizó técnicamente La Empresa de Productos derivados del Cacao según ubicación, estrategia, calidad y habilidades.
- Se llevo a cabo un estudio financiero de la viabilidad de una empresa dedicada a la producción y comercialización de Cacao.

Recomendaciones

- Dar cumplimiento de la normatividad necesaria para que la empresa llegue a adquirir certificaciones de alta calidad ante las entidades asignadas para otorgar registros.
- Tomar en cuenta las medidas sanitarias aptas para la producción y manejo de las materias primas.
- El dinamismo de la empresa debe ser igual de rápido y óptimo según la tecnología que se utiliza para la fabricación y comercialización del producto.
- Realizar alianzas estratégicas con empresas de distribución y publicidad para competir con las empresas ya existentes y posicionar el producto en el mercado.

Bibliografía

Baquero, A. (2005). *Administración de Recursos Humanos i Parte*. San Jose de Costa Rica: UNED.

Beatriz García Prósper, G. S. (2004). *Factores de innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero*. Ed. Univ. Politéc. Valencia.

Belén, S. A. (2011). *El protocolo internacional en la globalización económica*. Barcelona: Editorial UOC.

Borello, A. (1994). *El plan de negocios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Bueno, M. J. (2008). *El proceso innovador y tecnológico: estrategias y apoyo público*.

Netbiblo.

Contreras, L. (23 de septiembre de 2014). (H. L. Davila, Entrevistador)

De Faria Mello, F. A. (1997). *Desarrollo organizacional, enfoque integral*. Mexico, D.F: 1ra edición, 15 reimpression.

dinámica, L. c. (s.f.). *La Competitividad de las Cadenas Agroproductivas en Colombia*.

IICA Biblioteca Venezuela.

E.S.E., H. R. (30 de Junio de 2011). *MANUAL DE GESTIÓN DE HISTORIAS CLINICAS*.

Bogota, Colombia.

Editorial Mad, e. a. (2005). *Auxiliares Administrativos Del Servicio de Salud de la Comunidad de Madrid. Temario Volumen li*. MAD-Eduforma.

Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. MC GRAW HILL.

Fombella, J., & Cereijo, Q. (2012). *Historia de la historia clínica*. Obtenido de <http://www.galiciaclinica.info/PDF/16/291.pdf>

GARCÍA MÁRQUEZ, G. (1997). *Doce cuentos peregrinos*. Bogotá: Oveja Negra.

- Grille, A. (s.f.). Obtenido de <http://www.smu.org.uy/publicaciones/noticias/noticias98/art9.htm>
- Hatten, K. I. (1987). *Analysis and Action*. Strategic Management.
- Hernandez P, G. (Febrero de 2013). Manual de manejo y diligenciamiento de la historia clinica. Bogota, Colombia.
- Hernandez, G. (23 de septiembre de 2014). (Y. L. Gaona, Entrevistador) <http://www.digitalware.com.co>. (2014). Obtenido de <http://www.digitalware.com.co>.
- Javier Aranceta Bartrina, L. S. (2005). *Frutas, verduras y salud*. España: Elsevier España.
- k. Hospital. (8 de Abril de 2013). Politicas de sitemas de información. Bogota, colombia.
- KENNEDY, H. D. (2014). <http://www.hospitaloccidentekennedy.gov.co/>. Obtenido de <http://www.hospitaloccidentekennedy.gov.co/>.
- Kenneth E. Kendall, J. E. (1997). *Análisis y diseño de sistemas*. Pearson Educación, 1997.
- Manual para la introducción de la perspectiva de género y juventud al desarrollo rural*. (septiembre de 2014).
- Manuel Fernández-Ríos, J. C. (1997). *Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación*. Ediciones Díaz de Santos.
- Mayor Mora, A. (2002). *El nacimiento de la industria colombiana*. Bogotá: Revista Credencial Historia. .
- Mintzberg, H. (1987). *Fine Ps for strategy*.
- N., O. B. (1996). *Cacao*. Turrialba: INSTITUTO AMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA.
- Negrete Jiménez, C. (septiembre de 2012). *Gestión del cambio organizacional*. Obtenido de www.eumed.net/ce/2012
- Ospina, W. (2014). *¿Quién tiene la culpa?* Bogotá: Norma.

Pere Escorsa Castells, J. V. (2004). *Tecnología e innovación en la empresa*. Univ. Politèc. de Catalunya,.

Ponce, A. R. (1992). *Administración moderna*. Editorial Limusa,.

Prieto, S. S. (1995). *¿Y qué es la historia?: Reflexiones epistemológicas para profesores de secundaria*. Siglo XXI de España Editores, 1995.

Quinn., J. B. (1991). *The strategic Process. Concepts. Context. Cases*.

Ricky W. Griffin, R. J. (2005). *Negocios*. Mexico: Pearson Educación.

Robbins, S. P. (2005). *Administración*. Bogotá: Pearson.

Salud, M. d., & Hacienda, M. d. (06 de Noviembre de 2002). *DOCUMENTOS CONPES 3204*. Obtenido de DOCUMENTOS CONPES 3204:

<https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/Subdireccion/Conpes/3204.pdf>

SANTANDER, D. R. (2007). *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad*.

santander, U. i. (16 de julio de 2012). *Guia de manejo de la historia clinica*. Santander, Colombia.

Shuartz, R. (2009). The ancient stages. *International Journal of oriental Studies*, 35-47.

Thomsen, M. (2009). *El Plan de Negocios Dinámico*. Thomsen Business Information,.

Vega, A. M. (Noviembre, 2006). *ENSAYOS SOBRE ECONOMIA*.

Velasco, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocio*. Editorial Paidós, .

Alda, E. (2007). *¿Cuál Es la Salida?: La Agenda Inconclusa de la Seguridad Ciudadana*. Banco

Interamericano de Desarrollo. Retrieved from

https://books.google.com.co/books?id=Wmp7BnhMJ_AC

Cruz, R. G. C. (2013). *ADMINISTRADOR: Un nuevo y avanzado perfil profesional necesario, acorde al mundo globalizado de hoy*. Palibrio. Retrieved from

<https://books.google.com.co/books?id=OqiOAgAAQBAJ>

De las cadenas agro productivas en Colombia: análisis de su estructura y dinámica, L. (n.d.). *La Competitividad de las Cadenas Agroproductivas en Colombia*. IICA Biblioteca

Venezuela. Retrieved from <https://books.google.com.co/books?id=-niU32tEHs0C>

Mankiw, N. G. (2012). *Principios de economía*. Cengage Learning. Retrieved from

<https://books.google.com.co/books?id=tPA3ssFg3RcC>

Montalbán, F. J. H. (n.d.). *La abolición de los señoríos en España, 1811-1837*. Biblioteca Nueva.

Retrieved from <https://books.google.com.co/books?id=jdrIC1EKi0UC>

Venzor, A. O., & de México, F. S. A. (2006). *El reto de la informalidad y la pobreza moderada*.

IBERGOP-México. Retrieved from

<https://books.google.com.co/books?id=EQvqN75NuHQC>

Glosario

Adminsitración: La Administración de Recursos Humanos constituye un capítulo especial de la Administración General. Conforme han venido creciendo en número y tamaño las organizaciones modernas, esta rama de la Administración ha cobrado gran. (Baquero, 2005)

Cacao: Fruto del árbol del cacao o cacaotero ('Theobroma cacao L.'). El fruto es una baya denominada mazorca o maraca, con forma de calabacín alargado que al madurar se vuelve amarilla. Cada baya contiene de 30 a 50 semillas. Los granos de cacao fermentados, secados y tostados se usan para hacer chocolate. (N., 1996)

Negocios: Organizaciones que proporcionan bienes y servicios para obtener ganancias. (Ricky W. Griffin, 2005)

Verduras: Las frutas, verduras y hortalizas son alimentos que aportan una gran cantidad de vitaminas, minerales, fibra y otros compuestos bioactivos agrupados en el término genérico de fitoquímicos. (Javier Aranceta Bartrina, 2005)

Plan: Las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Borello, 1994)

Anexos