	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Dependencia	Aprobado		Pág.
		SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(255)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	YESSICA LORENA PINEDA TRIGOS YISELL DAYANA NAVARRO VACA		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	BELÉN TORCOROMA QUINTERO BAYONA		
TÍTULO DE LA TESIS	FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA ZUMOS DEL CAMPO EN OCAÑA NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN			
(70 palabras aproximadamente)			
<p>LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA ZUMOS DEL CAMPO LTDA; COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS A BASE DE PLANTAS MEDICINALES, FUSIONADOS CON FRUTAS EN LA CIUDAD OCAÑA, ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DEL PRESENTE ESTUDIO. SE ABARCARON LOS SIGUIENTES OBJETIVOS ESPECÍFICOS: REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADOS, DISEÑAR UN ESTUDIO TÉCNICO, EL ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL, LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA, Y LA DETERMINACIÓN DE POLÍTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 255	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA
MICROEMPRESA ZUMOS DEL CAMPO EN OCAÑA NORTE DE SANTANDER.

Autores

YISELL DAYANA NAVARRO VACA 950930

YESSICA LORENA PINEDA TRIGOS 950974

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Abril de 2018

FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA
MICROEMPRESA ZUMOS DEL CAMPO EN OCAÑA NORTE DE SANTANDER.

Autores

YISELL DAYANA NAVARRO VACA 950930

YESSICA LORENA PINEDA TRIGOS 950974

Trabajo de grado para optar el título de
Administrador de Empresas

Directora

Magister: BELÉN TORCOROMA QUINTERO BAYONA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Abril de 2018

DEDICATORIA

Este logro está dedicado a mis padres por su empeño y dedicación, al darme la oportunidad de cumplir mi carrera profesional como Administradora de Empresas con éxito y por brindarme las bases de responsabilidad y deseos de superación.

A mis hermanos por su acompañamiento y por sus palabras de aliento para que siguiera adelante siendo perseverante en mi formación académica.

Yessica Lorena Pineda Trigos

A Dios por darme la oportunidad de llegar a este punto de mi formación profesional y por ser mi guía en cada paso de mi vida. A mis padres y hermanas por su sacrificio y esfuerzo para apoyarme a lo largo de este proceso, a ellos quienes han sido mi mayor motivación y han depositado su confianza en mí; hoy con gran orgullo dedico a ustedes este logro que es uno de tantos que Dios nos va a conceder.

Yisell Dayana Navarro Vaca

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darnos sabiduría y fortaleza en la elaboración de nuestro proyecto de investigación y así mismo por permitirnos culminar nuestra carrera profesional como Administradoras de Empresas, siendo la primera de meta alcanzada de muchas más que esperamos cumplir con la ayuda de Dios.

A nuestros padres y hermanos (as), por su apoyo y esfuerzo en todo momento durante estos años ya que fueron nuestra motivación para lograr alcanzar este objetivo que también es de ellos.

A la Magister Belén Torcoroma Quintero Bayona nuestra directora, por su acompañamiento y apoyo a lo largo de la realización de este proyecto y por siempre confiar en nuestras capacidades.

Al chef Heiner Duban Ruedas por su asesoría lo cual permitió el direccionamiento de la idea de negocio.

A los docentes Carlos Andrés Sánchez y Volmar Andrés Pacheco por su tiempo dedicado a la orientación en los aspectos económicos y financieros de este proyecto.

Finalmente a cada una de las personas que de una u otra manera también nos acompañaron en este proceso académico y comparten con nosotras este triunfo, muchas gracias.

Índice

Introducción	xix
Capítulo 1. Formulación del plan de negocios para la creación de la microempresa zumos del campo en Ocaña norte de Santander.....	20
1.1 Planteamiento del problema	20
1.2 Formulación del problema	21
1.3 Objetivos	21
1.3.1 Objetivo general	21
1.3.2 Objetivos específicos.....	21
1.4 Justificación.....	22
1.5 Delimitaciones.....	24
1.5.1 Delimitación temporal.	24
1.5.2 Delimitación geográfica.	24
1.5.3 Delimitación conceptual.	24
1.5.4 Delimitación operativa.	25
Capítulo 2. Marco referencial	26
2.1 Marco histórico	26
2.1.1 Antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel internacional.....	26
2.1.1.1 Los primeros textos escritos.....	28
2.1.2 Antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel nacional.	29
2.1.3 Antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel local y regional.....	31
2.2 Marco teórico	35
2.2.1 Teoría de la oferta y la demanda.	35
2.2.2 Plan de negocios propuesto por Sharon L. Fullen.	36
2.2.3 Teoría del desarrollo económico.	37
2.3 Marco conceptual	38
2.3.1 Planta medicinal.	38
2.3.2 Demanda.....	38
2.3.3 Oferta.....	38
2.3.4 Margen de utilidad.....	39
2.3.5 Segmentación del mercado.....	39
2.3.6 Organoléptico.	40
2.3.7 Flujo grama.....	40
2.3.8 Bebida aromática.....	41
2.3.9 Estudio de mercado.....	41
2.3.10 Estudio técnico.....	41

2.3.11 Estudio administrativo y legal.	42
2.3.12 Evaluación económica.	42
2.3.13 Sostenibilidad social y ambiental.	43
2.4 Marco legal.	43
2.4.1 Constitución Política de Colombia.	43
2.4.2 Código de Comercio.	44
2.4.3 Ley N° 86 del 3 de junio de 1993.	45
2.4.4 Ley 590 de 2000. Disposiciones generales.	46
2.4.5 La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento.	47
2.4.6 Decreto 3075 De 1997.	48
2.4.7 Resolución 2674 de 2013.	49
Capítulo 3. Diseño metodológico	50
3.1 Tipo de investigación	50
3.2 Población y muestra	51
3.2.1 Población.	51
3.2.2 Muestra.	52
3.2.2.1 Método de muestreo.	53
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información.	54
3.4 Procesamiento y análisis de la información	54
Capítulo 4. Presentación de resultados	55
4.1 Estudio de mercado	55
4.1.1 Análisis del sector.	55
4.1.2 Descripción de la industria y el sector.	55
4.1.2.1 Industria.	55
4.1.2.2 Sector.	56
4.1.2.3 Situación actual del sector alimenticio de plantas aromáticas.	57
4.1.2.4 Comportamiento del sector alimentos y bebidas.	58
4.1.2.5 Cadena productiva de Zumos del Campo.	60
4.1.3 Investigación de mercados.	61
4.1.3.1 Diagnóstico situacional.	78
4.1.4 Análisis de la demanda.	81
4.1.5 Magnitud de la necesidad.	82
4.1.6 Análisis de la oferta.	82
4.1.7 Análisis de la competencia.	83
4.1.7.1 Hindú.	84
4.1.7.2 Gold Flower.	84
4.1.7.3 La Teresita.	85
4.1.8 Segmentación del mercado.	85
4.1.8.1 Distribución geográfica.	85
4.1.8.2 Descripción demográfica.	86

4.1.8.3 Descripción psicográfica.....	86
4.1.9 Productos sustitutos.....	86
4.1.10 Productos complementarios.....	86
4.1.11 Estrategias de Marketing Mix.....	87
4.1.11.1 Estrategia del producto.....	87
4.1.11.2 Estrategia del precio.....	90
4.1.11.3 Estrategia de plaza (distribución).....	90
4.1.11.4 Estrategia de promoción y publicidad.....	92
4.2 Estudio técnico.....	95
4.2.1 Ficha técnica del producto.....	95
4.2.2 Descripción del proceso.....	95
4.2.2.1 Proceso de recepción de materias primas.....	95
4.2.2.2 Proceso de alistamiento.....	96
4.2.2.3 Proceso de elaboración.....	96
4.2.3 Diagrama de operaciones.....	96
4.2.4 Diagrama de flujo.....	98
4.2.5 Necesidades y requerimientos.....	99
4.2.5.1 Materia prima.....	99
4.2.5.2 Insumos.....	100
4.2.5.3 Maquinaria y Equipo.....	100
4.2.5.4 Muebles y enseres.....	101
4.2.5.5 Talento Humano.....	101
4.2.6 Control de calidad.....	101
4.2.6.1 Control en la materia prima.....	101
4.2.6.2 Control en el proceso.....	102
4.2.6.3 Control del producto terminado.....	102
4.2.6.4 Control de la maquinaria y equipo.....	102
4.2.7 Capacidad instalada.....	102
4.2.8 Localización.....	104
4.2.9 Tamaño del proyecto.....	108
4.2.10 Distribución en planta.....	110
4.2.11 Plan de producción.....	112
4.2.12 Costos de producción.....	113
4.2.12.1 Costo de venta.....	116
4.2.12.2 Hojas de costos.....	117
4.2.13 Precio de venta.....	117
4.2.14 La carta.....	118
4.3 Estudio administrativo y legal.....	119
4.3.1 Razón social.....	119
4.3.2 Personalidad jurídica.....	119
4.3.3 Misión.....	123
4.3.4 Visión.....	123
4.3.5 Objetivos.....	123

4.3.6 Valores Corporativos.....	124
4.3.7 Principios.....	125
4.3.8 Políticas.....	126
4.3.8.1 Políticas de calidad.....	126
4.3.8.2 Política de talento humano.....	126
4.3.8.3 Política de servicio al cliente.....	127
4.3.9 Organigrama.....	127
4.3.10 Manual de funciones.....	128
4.3.11 Manual de salud y seguridad en el trabajo.....	128
4.3.12 Manual de higiene en el trabajo.....	129
4.3.13 Reglamento interno de trabajo.....	129
4.3.14 Aspectos legales para la constitución de la empresa.....	129
4.3.14.1 Sociedad de responsabilidad limitada de acuerdo al Código de Comercio.....	129
4.3.14.2 Requisitos comerciales.....	131
4.3.14.3 Requisitos de funcionamiento.....	132
4.4 Factibilidad económica y financiera.....	133
4.4.1 Presupuestos de ingresos.....	133
4.4.2 Presupuesto de egresos.....	141
4.4.2.1 Maquinaria y equipo.....	141
4.4.2.2 Muebles y enseres.....	142
4.4.2.3 Utensilios de cocina.....	142
4.4.2.4 Dotación para el personal.....	143
4.4.3 Depreciación.....	144
4.4.4 Gastos operacionales.....	146
4.4.4.1 Gastos de administración.....	146
4.4.5 Fuentes de financiación.....	148
4.4.5.1 Amortización anual del préstamo.....	149
4.4.5.2 Amortización mensual del préstamo.....	149
4.4.6 Estimación de costos fijos y costos variables.....	150
4.4.7 Estados financieros.....	151
4.4.7.1 Estado de pérdidas y ganancias.....	151
4.4.7.2 Flujo de caja.....	153
4.4.7.3 Estado de la situación financiera.....	155
4.5 Estudio económico.....	156
4.5.1 Indicadores financieros.....	156
4.5.1.1 Indicadores de liquidez.....	156
4.5.1.2 Indicadores de endeudamiento.....	159
4.5.1.3 Indicadores de rentabilidad.....	161
4.5.2 VPN.....	165
4.5.3 Punto de equilibrio.....	167
4.5.4 TIR.....	168
4.5.5 Razón costo beneficio.....	169

4.6 Políticas social y ambiental.	170
4.6.1 Política social.....	170
4.6.2 Política ambiental.	171
Capítulo 5. Conclusiones	173
Capítulo 6. Recomendaciones.....	175
Referencias	177
Apéndices	183

Lista de tablas

Tabla 1. Proyección de la población 2017	51
Tabla 2. Proporción de la muestra	53
Tabla 3. Clasificación de las plantas aromáticas de acuerdo con sus usos	56
Tabla 4. Conocimiento sobre las plantas medicinales	61
Tabla 5. Plantas medicinales que ha consumido.....	62
Tabla 6. Presentación en la que ha consumido las plantas medicinales	63
Tabla 7. Frecuencia con la que se consume plantas medicinales.....	64
Tabla 8. Disposición para probar una nueva fusión de plantas medicinales con frutas.....	65
Tabla 9. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas calientes	66
Tabla 10. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas frías	67
Tabla 11. Lugar donde le gustaría consumir esta bebida.....	68
Tabla 12. Sector donde le gustaría encontrar el punto de venta de las bebidas	69
Tabla 13. Disposición del producto por vendedores ambulantes.....	70
Tabla 14. Preferencia de los empaques y recipientes para servir las bebidas	71
Tabla 15. Producto con el que acompaña una bebida	72
Tabla 16. Preferencia al endulzar las bebidas	73
Tabla 17. Sistema de pago de preferencia.....	74
Tabla 18. Obsequio por ser cliente fiel	75
Tabla 19. Horarios de atención de preferencia	76
Tabla 20. Personal a vincular en las labores de la microempresa.....	77
Tabla 21. Presupuesto para la estrategia de publicidad	94
Tabla 22. Tiempo para la elaboración de una bebida	102
Tabla 23. Barrios de la Comuna 1.....	106
Tabla 24. Plan de producción.....	113
Tabla 25. Proyección anual del plan de producción	113
Tabla 26. Nómina del operario de cocina y mesero (a)	115
Tabla 27. Costo de venta.....	116
Tabla 28. Proyección de costos de ventas.....	117
Tabla 29. Precio de venta.....	117
Tabla 30. Proyección del precio de venta	118
Tabla 31. Producción diaria, semanal y mensual.....	133
Tabla 32. Producción mensual de cada una de las bebidas.....	134
Tabla 33. Proyección de ingresos del año.....	135
Tabla 34. Ingresos mensuales	136
Tabla 35. Proyección de ingresos del año 2.....	137
Tabla 36. Proyección de ingresos del año 3.....	138
Tabla 37. Proyección de ingresos del año 4.....	139
Tabla 38. Proyección de ingresos del año 5.....	140
Tabla 39. Proyección de ingresos	141

Tabla 40. Maquinaria y equipo	141
Tabla 41. Muebles y enseres	142
Tabla 42. Utensilios de cocina	142
Tabla 43. Dotación para el personal.....	143
Tabla 44. Depreciación de maquinaria y equipo.....	145
Tabla 45. Depreciación de muebles y enseres	145
Tabla 46. Depreciación de utensilios de cocina.....	145
Tabla 47. Gastos de administración y de venta.....	146
Tabla 48. Nómina gerente.....	147
Tabla 49. Proyección de gasto	148
Tabla 50. Información del crédito.....	148
Tabla 51. Costos fijos y costos variables	151
Tabla 52. Proyección de costos fijos y variables	151
Tabla 53. Estado de pérdidas y ganancias.....	152
Tabla 54. Flujo de caja.....	153
Tabla 55. Estado de la situación financiera.....	155
Tabla 56. Indicadores de liquidez	156
Tabla 57. Indicadores de endeudamiento.....	159
Tabla 58. Indicadores de rentabilidad.....	161
Tabla 59. Valores que intervienen en el punto de equilibrio	167
Tabla 60. Ficha técnica del mojito	186
Tabla 61. Ficha técnica del festival amarillo	187
Tabla 62. Ficha técnica de los frutos exóticos	188
Tabla 63. Ficha técnica de frutos especies.....	189
Tabla 64. Ficha técnica del mix de cítricos y frutos silvestres	190
Tabla 65. Ficha técnica del daiquirí de milo.....	191
Tabla 66. Ficha técnica de la infusión estilo jamaicano.....	192
Tabla 67. Ficha técnica fresca armonía.....	193
Tabla 68. Ficha técnica frutos del bosque.....	194
Tabla 69. Ficha técnica festival cítrico	195
Tabla 70. Ficha técnica del Almendaris.....	196
Tabla 71. Ficha técnica maxi fibra.....	197
Tabla 72. Inventario de costos de la merma.....	206
Tabla 73. Costo de materia prima e insumos de acuerdo a las ventas mensuales de cada bebida	211
Tabla 74. Costo de materia prima e insumos mensual.....	212
Tabla 75. Hoja de costos del Mojito	215
Tabla 76. Proyección anual del costo de producción del mojito	215
Tabla 77. Hoja de costos del festival amarillo.....	216
Tabla 78. Proyección anual del costo de producción del festival amarillo.....	216
Tabla 79. Hoja de costos de frutos exóticos.....	217
Tabla 80. Proyección anual del costo de producción de frutos exóticos	217
Tabla 81. Hoja de costos de frutos especies.....	218
Tabla 82. Proyección anual del costo de producción de frutos especies	218

Tabla 83. Hoja de costos del Mix de cítricos y frutos silvestres.....	219
Tabla 84. Proyección anual del costo de producción del mix de cítricos y frutos silvestres	219
Tabla 85. Hoja de costos del Daiquirí de Milo	220
Tabla 86. Proyección anual del costo de producción del daiquirí de milo	220
Tabla 87. Hoja de costos Infusión estilo jamaicano	221
Tabla 88. Proyección anual del costo de producción de la infusión estilo jamaicano	221
Tabla 89. Hoja de costos Fresca Armonía	222
Tabla 90. Proyección anual del costo de producción de fresca armonía	222
Tabla 91. Hoja de costos Frutos del bosque.....	223
Tabla 92. Proyección anual del costo de producción de frutos del bosque	223
Tabla 93. Hoja de costos Festival cítrico	224
Tabla 94. Proyección anual del costo de producción del festival cítrico	224
Tabla 95. Hoja de costos del Almendaris	225
Tabla 96. Proyección anual del costo de producción del Almendaris	225
Tabla 97. Hoja de costos Maxi fibra.....	226
Tabla 98. Proyección anual del costo de producción del Maxi fibra.....	226

Lista de figuras

Figura 1. Cadena productiva.....	61
Figura 2. Conocimiento sobre las plantas medicinales.....	62
Figura 3. Plantas medicinales que ha consumido.	63
Figura 4. Presentación en la que ha consumido las plantas medicinales.	64
Figura 5. Frecuencia con la que se consume plantas medicinales.	65
Figura 6. Disposición para probar una nueva fusión de plantas medicinales con frutas.	66
Figura 7. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas calientes.	67
Figura 8. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas frías.	68
Figura 9. Lugar donde le gustaría consumir esta bebida.	69
Figura 10. Sector donde le gustaría encontrar el punto de venta de las bebidas.	70
Figura 11. Disposición del producto por vendedores ambulantes.	71
Figura 12. Preferencia de los empaques y recipientes para servir las bebidas.	72
Figura 13. Producto con el que acompaña una bebida.....	73
Figura 14. Preferencia al endulzar las bebidas.....	74
Figura 15. Sistema de pago de preferencia.	75
Figura 16. Obsequio por ser cliente fiel.....	76
Figura 17. Horarios de atención de preferencia.	77
Figura 18. Personal a vincular en las labores de la microempresa.	78
Figura 19. Marca.....	88
Figura 20. Envase de bebida fría.....	89
Figura 21. Envase de bebida caliente.....	89
Figura 22. Canal de distribución directo desde el establecimiento comercial.....	91
Figura 23. Canal de distribución directo desde el remolque estático o punto de venta.	92
Figura 24. Tarjeta de presentación de Zumos del Campo.....	94
Figura 25. Diagrama de operaciones.	97
Figura 26. Macro localización de la microempresa Zumos del Campo.	107
Figura 27. Comunas del Municipio de Ocaña.....	107
Figura 28. Zona céntrica de Ocaña.....	108
Figura 29. Organigrama Zumos del Campo.....	128
Figura 30. Fachada del establecimiento comercial de Zumos del Campo.....	203
Figura 31. Parte interna del establecimiento Zumos del Campo.....	203
Figura 32. Parte interna en 3D del establecimiento de Zumos del Campo.....	204
Figura 33. Zona para el público en Zumos del Campo.....	204
Figura 34. Zona para el público en Zumos del Campo.....	205
Figura 35. Baños en Zumos del Campo.....	205
Figura 36. Carta de las bebidas que ofrece Zumos del Campo.....	227

Lista de apéndices

Apéndice A. Formato de la encuesta.....	183
Apéndice B. Ficha técnica de las bebidas de Zumos del Campo	186
Apéndice C. Cotización de necesidades y requerimientos	198
Apéndice D. Carta intensión de compra de la dotación del personal.....	202
Apéndice E. Proyección de distribución en planta	203
Apéndice F. Inventario de costos de la merma	206
Apéndice G. Costo de la materia prima e insumos por bebida	208
Apéndice H. Costo de materia prima e insumos de acuerdo a las ventas mensuales de cada bebida.....	211
Apéndice I. Hoja de costo de las bebidas que ofrece Zumos del Campo y su proyección	213
Apéndice J. Carta de las bebidas de Zumos del Campo	227
Apéndice K. Manual de funciones Zumos del Campo Ltda.	228
Apéndice L. Manual de salud y seguridad en el trabajo Zumos del Campo Ltda.	237
Apéndice M. Manual de higiene de Zumos del Campo.....	243
Apéndice N. Reglamento Interno de Trabajo de Zumos del Campo Ltda.	247
Apéndice O. Dotación para el personal	254

Resumen

Formular el plan de negocios para la creación de la microempresa Zumos del Campo Ltda.; comercializadora de productos a base de plantas medicinales, en la ciudad Ocaña N. de S., es el principal objetivo del presente proyecto de investigación, como objetivos específicos se plantearon los siguientes: realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación de las bebidas hechas a base de plantas medicinales, diseñar un estudio técnico para determinar los requerimientos físicos y tecnológicos, Crear la estructura y las funciones administrativas, determinar la factibilidad económica y financiera, y las políticas social y ambiental que contribuyan al desarrollo de la región.

Seguidamente se enuncia el marco referencial, y posteriormente el diseño metodológico, en el cual se estableció la investigación descriptiva para obtener información significativa de la población de la ciudad Ocaña, haciendo uso de la encuesta para obtener la información para realizar el análisis cuantitativo y cualitativamente mediante tablas y figuras.

Por último, se establecen los resultados de los objetivos expuestos y se permite concluir que Zumos del Campo aportará al cuidado en la salud, contribuirá en el desarrollo socioeconómico de la región al generar empleo y resulta ser factible económica y financieramente.

Introducción

El propósito fundamental de este trabajo de investigación es formular el plan de negocios que permita la creación de una microempresa que tendrá como razón social Zumos del Campo Ltda, la cual se dedicará a la producción y comercialización de bebidas elaboradas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas, esto con el fin de crear hábitos que contribuyan al cuidado de la salud por medio de los múltiples beneficios que éstas aportan.

Para la ejecución del presente trabajo de investigación fue necesario abordar referencias bibliográficas para la obtención de información en los marcos referenciales los cuales permiten sustentar la finalidad de dicha investigación.

Para la formulación del plan de negocios es necesario conocer una serie de variables como lo son la aceptación de las bebidas, los requerimientos necesarios para su funcionamiento, así como los costos que implica la fabricación de dichas bebidas, su estructura organizacional, sus estados e indicadores financieros y su compromiso con la sociedad y el medio ambiente, las cuales permiten determinar la viabilidad y rentabilidad en la creación de la microempresa Zumos del Campo.

Por último, de acuerdo a los resultados se realizarán una serie de conclusiones y recomendaciones a tener en cuenta para cuando se lleve a cabo la materialización de la idea de negocio.

Capítulo 1. Formulación del plan de negocios para la creación de la microempresa zumos del campo en Ocaña norte de Santander.

1.1 Planteamiento del problema

El cuidado de la salud en los últimos años se ha convertido en una preocupación, tanto así que las personas han buscado diferentes alternativas como es llevar una dieta sana, ejercitarse diariamente y evitar el consumo de alimentos con altos componentes químicos los cuales en la mayoría de los casos traen efectos negativos en la salud del ser humano.

Por otra parte, se está viviendo un ritmo de vida muy estresante, al grado de no respetar los horarios de comida, la falta de descanso y de tiempo por los quehaceres diarios de la población, no le prestan el cuidado necesario a los productos que consumen, los cuales son procesados, refrigerados, y hasta mal cosechados, siendo estos principalmente productos químicos que logran una conservación del mismo y de esta manera resultan ser perjudiciales a largo plazo y es por esta razón que el ser humano crea hábitos dañinos y terminan desconociendo o no dan importancia a la fuente inagotable de los beneficios curativos que brindan las plantas medicinales ya sean física o intelectualmente, ayudando a superar una gran número de enfermedades de acuerdo a las características y las sustancias que componen cada planta brindando una solución a cualquier molestia.

Debido al desinterés en el cuidado de la salud, se hace necesario la formulación del plan de negocios de la microempresa Zumos del Campo la cual se dedique a la elaboración de bebidas hechas a base de plantas medicinales que brinden múltiples beneficios para la salud, estas serán frías o calientes fusionadas con frutas ácidas como el limón, la naranja, o la piña, semiácidas como la fresa y el mango, y dulces como el melón y la papaya; logrando de esta manera satisfacer una necesidad en el mercado que contribuya a su vez a los buenos hábitos alimenticios.

1.2 Formulación del problema

¿Es necesario la formulación de un plan de negocios para la creación de una microempresa de bebidas hechas a base de plantas medicinales?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Formular el plan de negocios para la creación de la microempresa Zumos del Campo Ltda; comercializadora de productos a base de plantas medicinales, fusionados con frutas ácidas, semiácidas y dulces al gusto de la población en la ciudad Ocaña N. de S.

1.3.2 Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación de las bebidas hechas a base de plantas medicinales, así como también la oferta, los precios, el canal de distribución y la estrategia de publicidad y promoción.

Diseñar un estudio técnico para determinar la localización, el tamaño del proyecto, el proceso de producción, la distribución en planta y los requerimientos físicos y

tecnológicos.

Crear la estructura y las funciones administrativas de la microempresa zumos del campo.

Determinar la factibilidad económica y financiera de la microempresa Zumos del Campo en función de la inversión y la rentabilidad.

Determinar las políticas social y ambiental que permitan la sostenibilidad de la microempresa Zumos del Campo y la contribución al desarrollo socioeconómico de la región.

1.4 Justificación

El cuidado de la salud debe ser indispensable durante la niñez, adolescencia, adultez y vejez, ya que esto permitirá mejorar la calidad de vida en todos los aspectos; es por medio de las plantas medicinales que se pueden tratar, aliviar y hasta curar diferentes enfermedades, trastornos o molestias y estas brindan soluciones como antiinflamatorias, antitérmicas, diuréticas, estimulantes, laxantes y tranquilizantes contribuyendo así a mejorar la salud, ya que en muchas ocasiones el tiempo no juega a favor de las personas y por sus quehaceres diarios no cuenta con la disponibilidad para preparar alimentos que estén al cuidado de la salud. (Pérez, s.f)

Por tal razón la idea surge de la falta de innovación en el mercado local, yendo más allá de la necesidad de brindar bienestar y salud en la población por medio de las plantas medicinales, es también producir al cliente un placer diferente a la hora de probarlas, ya que en esta población solo se ofrecen las presentaciones más tradicionales de bebidas. En la microempresa Zumos del Campo los clientes degustaran de una infusión de plantas medicinales con frutas acidas, semiácidas y

dulces en su bebida preferida ya sean fría o caliente. De igual forma es importante demostrar que estos productos cuentan con muchas propiedades y componentes que ayudan en la salud; también podrán conocer lo sano y exquisito de las combinaciones.

Se decidió trabajar con este producto con el fin de atraer y llamar la atención del consumidor, para superar las expectativas del cliente al ofrecer nuevas recetas en bebidas fusionadas con plantas medicinales, con el propósito de brindar una nueva experiencia al paladar; generar cuidado en la salud de los consumidores, una alta producción al tener personal calificado e instalaciones adecuadas para obtención de la rentabilidad.

El mercado a explorar es Ocaña principalmente por la necesidad de generar empleo y desarrollo en esta región, ya que por diferentes razones sociales y económicas la migración de personas ha ocasionado problemas para la comunidad Ocañera. De esta manera beneficiar familias que puedan satisfacer con mayor facilidad sus necesidades básicas. Igualmente los integrantes de la investigación como emprendedores encuentran un nuevo espacio para invertir generando una nueva alternativa de ingresos.

De igual manera, es notable hoy día la poca cultura que se tiene hacia la lectura, pues las personas en los últimos tiempos no le dan un gran interés a ésta; con el ánimo de incentivar a la lectura, se pretende crear una mini biblioteca dentro de la microempresa Zumos del Campo con el fin de que las personas mientras degustan de los productos que se ofrecen, puedan aprovechar el tiempo leyendo diferentes libros que les va a ser de gran beneficio y así poco a poco ir generando

un gusto por el buen leer. Se contará con libros de diversos temas literarios como novelas, textos interactivos, de auto superación, periódicos, lecturas de actualidad, entre otras, para que las personas tengan la opción de escoger la lectura de su preferencia.

Cabe resaltar que en la ciudad de Ocaña no existe una empresa que brinde soluciones a la falta de cuidado en la salud que se enfoquen únicamente en el uso de las plantas medicinales, por consiguiente resulta necesario la formulación de un plan de negocios para este tipo de empresa como lo sería Zumos del Campo.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación temporal. El desarrollo del plan de negocios se llevará cabo en un periodo de 2 meses, después de aprobado el anteproyecto.

1.5.2 Delimitación geográfica. El área geográfica seleccionada para el desarrollo del plan de negocios es la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.3 Delimitación conceptual. El presente proyecto trata temas relacionados directamente con los estudios que deben realizarse para la creación de un negocio; por tal motivo durante su desarrollo se van a enmarcar diversos términos aplicados a los temas anteriormente mencionados. De igual manera, académicamente, el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área de administración de empresas aplicando conocimientos relacionados con: Estudio de

mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio administrativo y legal, sostenibilidad social y ambiental y evaluación económica.

1.5.4 Delimitación operativa. En la realización del proyecto uno de los obstáculos que se puede presentar es la falta de colaboración por parte de la población objeto de estudio al responder las encuestas; para evitar este problema, las encuestas serán cortas, claras y precisas.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel internacional. Según (Cameroni, 2012) plantea los antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel internacional de la siguiente manera: Las Hierbas Aromáticas y Especies son importantes en la historia, tanto por sus propiedades curativas como culinarias. A cualquier comida le dan un toque especial y ofrecen un sabor único en cada plato.

Las plantas aromáticas han estado siempre relacionadas con Oriente y con el exotismo. Lo cierto es, que la mayor parte proviene originariamente de Oriente y sus aromas envolventes y densos nos recuerdan el exotismo oriental. El primer indicio de utilización de especies aromáticas fue durante la edad de fuego, cuando el hombre utilizaba ramas de determinadas especies para la cocción de sus alimentos. Los humos aromáticos surgían a partir de la combustión de los aceites esenciales que estas plantas poseían.

Las primeras aplicaciones en alimentación aparecen con la edad de hierro y de bronce, cuando se inicia la utilización de cenizas en la cocción de alimentos. También durante ésta época comienza la utilización de hierbas aromáticas con fines medicinales, aplicando las mismas cenizas en heridas y zonas traumatizadas. Recién al promediar la edad media, los alquimistas y médicos de aquella época encuentran la forma de destilar las distintas plantas.

Los egipcios y los babilonios utilizaron mucho las plantas aromáticas. Se remonta a entonces la creación de los primeros jardines, en los que se cultivaban especies aromáticas para ser empleadas en cocina o para la preparación de ungüentos y aceites cosméticos.

El primer antecedente sobre el cultivo de aromáticas y medicinales se remonta a 3.000 años AC en China, donde se producen éstas plantas para consumo y como moneda de intercambio con otros pueblos. Se debe al emperador chino CHO-CHIN KEI (conocido por la historia como el Hipócrates chino) la obra que más destaca en el conocimiento sobre la aplicación y acción de los principios activos contenidos en las plantas aromáticas y medicinales de la China antigua. En dicha obra surgen las siguientes plantas: Ruibardo, Acónito, Alcanfor, Albahaca, Ají (capsicum), Clavo de olor, Canela y Vainilla, posteriormente aparece el Azafrán.

Con el tiempo se consagra la raíz de Ginseng como “panacea universal” (un mítico medicamento capaz de curar todas las enfermedades, o incluso de prolongar indefinidamente la vida, que fue buscada durante siglos, especialmente en la Edad Media).

Los Egipcios en 2.300 años AC cultivaban ciertas hierbas y traían muchas otras de sus expediciones, es así como se encuentran entre sus antecedentes, líquidos perfumados, antisépticos y muchas sustancias que empleaban en el embalsamiento de sus momias.

Los Asirios y Hebreos también cultivaron diversas plantas aromáticas, que utilizaban en forma de aguas aromáticas, tinturas y ungüentos. Pero la fuente común para todos los descubrimientos posteriores a China, fue la India, durante el segundo período Bramánico, donde se encuentra el origen de los extractos de Sándalos, Canela y Cardamomo.

Los Romanos importaban de África, España y Oriente, Pimienta, Canela, Jengibre y Cardamomo, Mirra, Goma arábica, Adormidera, Semillas de Lino, Semillas de Ajonjolí, Semillas de Rábano, Miel de abejas, Colorantes y Especies. Desarrollaron durante esa época el uso de las hierbas medicinales aplicadas a seres humanos y animales (comienzo de la ciencia veterinaria).

Un gran paso lo dieron los Árabes al distinguir Medicina de Farmacopea. Ellos fueron los grandes contribuyentes a la difusión en las costas del Mediterráneo, de diversas plantas medicinales y sus propiedades. También se debe a ellos los primeros cultivos de Azafrán, Manzanilla, Caña de azúcar, Arroz, Algodón y Algarroba.

Los Alquimistas fueron los que impulsaron el arte de curar. También contribuyeron al mito de la infalibilidad. Mientras buscaban el elixir de la juventud, realizaban experimentos premonitorios de la ciencia médica investigadora actual. Estas plantas resultan de gran importancia para numerosas industrias, pudiendo mencionarse, entre otras, las dedicadas a la elaboración de productos alimenticios como caramelos, pastillas, helados, galletitas, bombones, masas, licores, cerveza, bebidas sin alcohol, vinos especiales, quesos, mantecas, salsas y condimentos. También muchas de ellas se emplean en herboristería, solas o en mezclas, para preparar infusiones con propiedades diuréticas, colagogas, estomacales, sudoríficas, antiasmáticas, antidepresivas, sedativas, etc.

Con el Renacimiento, durante la fastuosidad de las cortes europeas, la cocina también entró en una fase de refinamiento, adoptando recetas elaboradas y complejas en las que las hierbas aromáticas tenían el papel protagonista.

Ya más cerca de nuestros tiempos, plantas medicinales y aromáticas dejan de ser mágicas, e integran un importante grupo que tiene por característica principal la de contener

principios activos como alcaloides, esencias, glucósidos, resinas, taninos, minerales, etc. de muy variado empleo.

La historia de las plantas aromáticas se aplica en la actualidad, sobre todo para condimentar las comidas y también como infusión. En el ámbito cosmético y de limpieza también prevalecen las aromáticas por su fragancia y distintas propiedades naturales que favorecen el cuidado de la piel y del cabello; y para el uso de limpieza como desinfectantes. A nivel medicinal se dejó en gran medida de utilizarlas, ya que las grandes empresas farmacéuticas dominaron el mercado y la comercialización mundial de medicamentos.

Según, (Rozo, 2008) “Desde que el hombre existe sobre la tierra, su fuente de vida y salud han sido los recursos naturales, perfilándose a lo largo de siglos el uso empírico de plantas y especies vegetales útiles (medicinales, aromáticas, condimentarias, comestibles, etc.). El uso fue transmitido de generación en generación, por vía oral, consignado luego en bibliografías, depurado por investigadores y registrado en farmacopeas científicas y recientemente avalada esa sabiduría popular por la ciencia moderna, para utilizarse como recurso ancestral en el mantenimiento y por qué no en la recuperación de la salud.

El mundo entero, ha vuelto su atención a los recursos naturales y medicinas ancestrales o tradicionales, y cada vez más el cuerpo médico formula productos naturales, en la práctica de las terapias alternativas. Los habitantes del mundo ven con buenos ojos los resultados que se obtienen con este tipo de fórmulas y cada día crece la confianza junto con el número de personas que atienden múltiples dolencias o, simplemente, utilizan productos naturales, obtenidos de los recursos naturales, para alimentarse, prevenir, mantener y fortalecer la salud".

2.1.1.1 Los primeros textos escritos. Según, (Botanical Online, 1999) “Los conocimientos sobre las plantas medicinales, antes del nacimiento de la escritura, se realizaban

oralmente. Se sabe que el primer texto escrito sobre el uso de plantas medicinales tiene unos 4.000 años de antigüedad y aparece en una tablilla de arcilla en la cultura de los Sumerios, un antiguo pueblo que vivía al sur de los ríos Éufrates y Tigris, lo que equivaldría al actual Iraq.

Los egipcios utilizaron los principios de las plantas medicinales de una manera sistemática y controlada. Se conocen más 700 formulas en las que aparecen diferentes plantas. El documento impreso más interesante es el Papiro de Ebers, del año 1.700 a.C., donde constan plantas como el azafrán o el ajo.

Pero, con toda seguridad, el uso de estas plantas es anterior en Asia, principalmente en la China, donde se supone que la medicina herbolaria ya era utilizada en el año 5.000 a.C. Un buen ejemplo es el libro Pen Tsao, que recoge el estudio de más de 300 plantas. Actualmente, las plantas siguen siendo un pilar fundamental en los tratamientos de Medicina Tradicional China”.

2.1.2 Antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel nacional. La producción de hierbas aromáticas, medicinales y condimentarías se remonta a miles de años atrás, donde eran usadas en la preparación de alimentos en el mediterráneo, Asia central y el medio oriente. Fueron adaptadas varias especies a las condiciones agroclimáticas de Colombia desde hace unos cuarenta años.

Las principales regiones productoras de hierbas aromáticas, medicinales y condimentarías en el país, son el altiplano Cundiboyacense, Antioquia, Valle del Cauca, Cauca y Nariño (Agronet 2017), el destino de estas hierbas es la exportación en fresco a Norteamérica y la Unión Europea principalmente, se exportan los tallos apicales.

En nuestro país, esta práctica tiene sus raíces en una riquísima herencia cultural, gracias al legado de diversas culturas (indígenas, africanas y europeas) que han utilizado estas plantas con fines rituales, medicinales y gastronómicos. En general, más de 20.000 especies de plantas en el mundo contienen algún compuesto químico aromático; sin embargo, apenas se comercializan unas 200 a 250 especies entre medicinales, culinarias e industriales. En Colombia se producen y comercializan unas 156 especies de plantas medicinales y aromáticas. Del total de hierbas aromáticas que exporta Colombia, el 76% se destina a Estados Unidos, el 10% a Canadá, el 8% a Inglaterra y un 5% a la Unión Europea (principalmente a Alemania, Holanda y Bélgica). Sin embargo, la demanda, sobre todo en Europa, está todavía por explorar. (Instituto Agropecuario Colombiano - ICA, 2011)

En Colombia existen alrededor de 2.404 especies de plantas medicinales, de las cuales unas 1.656 son nativas del neotrópico y 214 son exclusivas del país, mientras que las restantes 1.442 son oriundas de países del neotrópico (Bernal et al., 2011). Lo anterior nos indica que Colombia posee un enorme potencial económico en este campo, razón por la cual debe aumentar el número de investigaciones centradas en la extracción y procesamiento de este tipo de plantas, que le permitirán una explotación sostenible y duradera con productos de mejor calidad al

tratarse de productos nativos, y orientar la normatividad en torno al favorecimiento de estas materias primas para posicionar esta cadena de valor en niveles altos a escala mundial.

Actualmente, Colombia integra productores, empresas transformadoras, universidades, centros de investigación, comercializadores, distribuidores y al gobierno mismo, en un esfuerzo por vincular estos actores a la cadena productiva de las plantas aromáticas y medicinales a fin de conquistar mercados internacionales con la mayor rentabilidad posible (Corpoica, 2014).

La cadena productiva de plantas medicinales y aromáticas en Colombia presenta una creciente dinámica productiva. Se estima que el sector genera 8.200 empleos directos en laboratorios, que hoy alcanzan cerca de 100 empresas y más de 2.500 establecimientos comercializadores.

Entre las plantas con mayor demanda, se encuentran la alcachofa, la caléndula, la valeriana y el romero.

Pese a la gran demanda actual por plantas medicinales y aromáticas, existe un problema notorio con la oferta, caracterizada por productos que no cumplen los requisitos mínimos de higiene y buenas prácticas agrícolas (BPA); de allí que las empresas transformadoras prefieren importar las materias primas o comprar el material fresco a muy bajo precio. (Universidad Católica de Oriente - UCO, 2013)

2.1.3 Antecedentes históricos de las plantas medicinales a nivel local y regional. Para la realización de los antecedentes históricos a nivel local, no se encontró información acerca de las plantas medicinales en la Ciudad de Ocaña, por lo cual fue necesario proceder entrevistas con

comerciantes de estas plantas localizados en el mercado público y a su vez con el historiador Luis Eduardo Paéz, siendo también el presidente del complejo histórico la Gran Convención y del Museo Antón García de Bonilla, logrando así obtener información sobre los antecedentes de las plantas medicinales en Ocaña, Norte de Santander.

Alirio Antonio García Pacheco, un comerciante que lleva 25 años dedicado a la venta de plantas medicinales asegura que en la Provincia de Ocaña donde se lleva a cabo la siembra de estas plantas es en: Las Liscas, Pueblo Nuevo, El Carmen y Aguas claras, allí es donde se dan las plantas tradicionales de las región las cuales son: La hierbabuena, la manzanilla, la limonaria, el romero, el hinojo. Este comerciante conoce sobre estas plantas por medio de libros.

Las plantas que traen de otras ciudades como Bucaramanga y Bogotá son el laurel, el tonillo, la alfalfa, el Cidrón y otras más, afirma el señor Alirio García.

Después de dialogar con la Joven María Camila Sánchez, comerciante también de plantas, se pudo conocer que en la colonización ya habían algunas plantas medicinales como lo son la Hierbabuena, la Albahaca, la Ruda, la Valeriana; en cambio hay otras que se han venido dando es por el tiempo como por ejemplo el Abre caminos, el Eucalipto, el Laurel que no es de acá, sino que se importa, pues se manda a traer directamente de Bogotá u otras ciudades. Los lugares donde más se cultivan y de donde les suministran estas plantas son: El Agua de la Virgen, pues allí se produce mucho porque como es un lugar frío entonces las plantas allá se dan bastante, porque por lo general el sol que calienta allá es muy poco, lo que hace que las plantas son se vayan a marchitar ni se amarillen; aparte también les suministran de la Playa de Belén, de

Ábrego, de las Liscas, de los sectores de la Universidad les venden lo que son la Caléndula, la Zarza parrilla, el hinojo. Incluso dentro del Municipio de Ocaña, más específicamente del barrio El Carmen una señora les suministra la Hierbabuena y La Ruda, ya el resto si se da en sectores veredales.

De acuerdo a la información suministrada por el Historiador Luis Eduardo Paéz, dio a conocer que toda esta información hace parte de un libro que aún no se ha publicado pues está en la etapa de correcciones el cual lleva por nombre: “Manual de Folclor de Ocaña” donde se tratan los temas relacionados con las plantas medicinales, las cuales hacen parte de los saberes tradicionales, siendo él autor de este.

Hay un texto para tocar el punto de vista Nacional que fue escrito aproximadamente en la década del cuarenta, el libro se llama “Plantas útiles de Colombia”, el cual es de un sacerdote que fue Botánico y fue una de las investigaciones más grandes que se ha hecho en Colombia sobre la flora y la hizo de tal manera que en el índice se encuentra para qué sirve cada planta que el inventario en aquellos tiempos, se encuentra el nombre científico, el nombre vulgar con el que se le conoce en diferentes poblaciones de Colombia, dándole la sensación al Señor Luis Eduardo Paéz, de que este Botánico hizo un estudio de campo bastante interesante, es un libro muy completo ya que menciona las propiedades de cada una de esas plantas medicinales, incluso trae diagrama y fotografías de alguna de ellas.

En relación a esta obra, Luiz Eduardo Paéz dice: “Es posible que al día de hoy se hayan escrito muchas obras de Botánica Colombiana, pero yo siempre escojo como referencia al autor

de este libro porque uno nota la investigación, uno sabe cuándo la investigación es una cuestión profunda y que se haya tomado esa molestia de correr todo el territorio Nacional en busca de los nombres de cada planta y para qué la usaban; entonces están divididas las plantas medicinales en los usos medicinales y los usos industriales”, afirma el historiador. En el caso de Ocaña, hay información en el libro que aún no se ha publicado de las plantas, que son muchas, casi la mayoría tiene similitudes en Colombia pero aquí tienen muchas particularidades.

La ventaja que tuvo Ocaña con el hecho de ser fundada cerca al río Magdalena, desde la Colonia a la fecha aquí se ha usado todo lo que se usa en la rivera del Magdalena, de tal manera que en la dieta alimenticia de los Ocañeros uno encuentra frutas que no son de la zona Andina sino de los valles del Magdalena. Por eso desde la Colonia se encuentra el consumo de una cantidad de cosas que son del río Magdalena.

Más adelante en el siglo XIX cuando hay comercio formal vienen a fluir por el corredor del río Magdalena productos de la Costa, de ciudades como Cartagena y Santa Marta. Entonces Ocaña siempre tuvo ese privilegio, y lo bonito de Ocaña es la amplia gama que tiene en los saberes tradicionales.

De igual manera, aproximadamente en 1.739 cuando se escribió el libro llamado “La floresta de Santa Marta”, una de las obras de los Colonistas de esa época, este libro es del autor Alferes Nicolás de la Rosa, desde esta fecha se comenzó a hacer un inventario de la flora nativa, entonces ¿qué flora nativa había en 1.739?; entonces Nicolás de la Rosa dice la flora que hay en el Municipio de Ocaña.

Este autor habla de una planta que posiblemente la almacenaban los indígenas y servía para curar las llagas y el cáncer, cuya planta se daba únicamente en la provincia de Ocaña. Ya desde esta época empieza a hablar sobre el inventario de plantas que había en ese momento y algunas propiedades curativas de éstas.

De hecho, las casonas antiguas de Ocaña tenían jardines y huertas, por lo general en el jardín las señoras de la casa cultivaban toda clase de plantas medicinales para hacer bebedizos sin necesidad de salir al mercado en busca de éstas para curar cualquier molestia o enfermedad.

No se tiene conocimiento sobre el origen o inicios de cultivos de plantas medicinales en la región puesto que se considera una tradición folclórica, es decir, se desconoce quién las implementó por primera vez y en qué fecha; esto teniendo en cuenta que con la llegada de los españoles se trajeron prácticas y saberes populares a los que se les suma los aportes de los indígenas. Esa mezcla de saberes que se conformó en la colonia se proyectó de generación en generación hasta hoy.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Teoría de la oferta y la demanda. La teoría de la oferta y la demanda describe, simplemente, la interacción en el mercado de un determinado bien entre los consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien. Este modelo predice que, en un mercado libre y competitivo, el precio se establecerá en función de la solicitud por los consumidores y la cantidad provista por los productores, generando un punto de equilibrio en el

cual los consumidores estarán dispuestos a adquirir todo lo que ofrecen los productores al precio marcado por dicho punto.

Esta teoría es la conjunción de dos leyes económicas: La ley de la oferta, que indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. La ley de la demanda, que indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores.

Por tanto, la conjunción de ambas leyes da como resultado la primera conclusión: la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien. Si el precio de un bien está demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los productores pueden poner en el mercado, se produce una situación de escasez, y por tanto los consumidores estarán dispuestos a pagar más. Los productores subirán los precios hasta que se alcance el nivel al cual los consumidores no estén dispuestos a comprar más si sigue subiendo el precio. Este sería el ansiado punto de equilibrio. (BBVA, 2015)

2.2.2 Plan de negocios propuesto por Sharon L. Fullen. Manifestó en su libro “great business plan for your small business en 60 minutes or less” Fuller 2007 , donde define los propósitos para la creación de un plan de negocios: algunos de esos propósitos serian describir el negocio ya sea existente o la propuesta en caso de ser una idea innovadora, define la necesidad de los consumidores, las herramientas y habilidades con las que la empresa cuenta para satisfacerlas, explora fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades que tiene la

competencia en relación al negocio u empresa, señala los obstáculos a superar durante la propuesta o renovación del negocio, establecer al emprendedor y al equipo de trabajo con las herramientas necesarias para satisfacer a los inversionistas y poder llevar a cabo el negocio o proyecto, detallar las estrategias de mercadeo para capturar una porción del mercado meta, establece metas y objetivos para lanzar, desarrollar y recolectar utilidades, y proveer proyecciones financieras y rendimiento sobre las inversiones. (Imacaña de la Cruz, 2013)

2.2.3 Teoría del desarrollo económico. El término desarrollo se entiende como una condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social de un estado-nación en particular.

En términos económicos, la definición mencionada anteriormente indica que para la población de un país hay oportunidades de empleo, satisfacción de por lo menos las necesidades básicas, y una tasa positiva de distribución y de redistribución de la riqueza nacional. (Reyes, 2010)

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Planta medicinal. Según la OMS, una planta medicinal es aquella que, en uno o más de sus órganos, contiene sustancias que pueden ser utilizadas con fines terapéuticos o preventivos o que son precursores para la semisíntesis químico-farmacéutica. (Portalfarma, 2016)

Esta será una de las materias primas más importantes para la elaboración de las bebidas; se utilizarán diversas plantas medicinales, esto con el fin de contar con un amplio portafolio de bebidas para que los clientes tengan la oportunidad de degustar su paladar de acuerdo a sus gustos y/o preferencias.

2.3.2 Demanda. En términos generales, la "demanda" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson, 2006)

Para esta microempresa, la demanda depende de la población que está dispuesta a adquirir este producto, lo cual se obtendrá a través de los resultados de la investigación de mercados a realizar.

2.3.3 Oferta. En un sentido general, la "oferta" es una fuerza del mercado (la otra es la "demanda") que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u

organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado. (Thompson, 2006)

Se ofertarán diferentes bebidas, cada una de ellas contiene diferentes frutas que son acompañadas con determinada planta medicinal, para que los clientes puedan degustar su paladar y a la vez aportar cuidados y beneficios a la salud.

2.3.4 Margen de utilidad. Es el precio del producto una vez deducido los costos directos e indirectos de fabricación. En el caso de los servicios, es lo que resta de la cantidad abonada por la tarea después de deducir de todos los costos necesarios para su realización. (Destino negocio, 2015)

Para la microempresa Zumos del campo es de vital importancia que el margen de utilidad sea positivo, pues de este modo será una microempresa rentable y sostenible en el tiempo.

2.3.5 Segmentación del mercado. Divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. (Espinosa, 2013)

Los productos son creados pensando en aquellas personas que llevan un estilo de vida saludable, que desean cuidar su salud de una forma natural y/o estén dispuestos a consumir

productos que no sean perjudiciales. Los clientes son de 15 a 74 años, ya sea género femenino o masculino.

2.3.6 Organoléptico. El adjetivo organoléptico se utiliza para calificar una sustancia que favorece la excitación de un receptor sensorial. Así el gusto, la textura, el olor o incluso el aspecto visual constituyen las principales propiedades organolépticas de la comida. De forma más general, la cualidades organolépticas se definen como el conjunto de propiedades detectadas por los diferentes sentidos del individuo. (Francois, 2013)

Las bebidas que se van a ofrecer contarán con las siguientes características:

Color: Claro u oscuro

Olor: Plantas y frutos cítricos

Sabor: Agridulce.

Textura: Liquida

2.3.7 Flujo grama. Un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo. (Manene, 2011)

Dentro del plan negocios se dará a conocer el flujo grama que se va a seguir como patrón para obtener finalmente el producto ya terminado.

2.3.8 Bebida aromática. Es el resultado de la infusión de agua y plantas medicinales cuya presentación puede ser fría o caliente y brinda múltiples beneficios al cuidado de la salud.

Los productos a ofrecer serán estas bebidas aromáticas las cuales serán elaboradas con variedad de frutas y plantas medicinales.

2.3.9 Estudio de mercado. Un estudio de mercado es una investigación para anticipar la respuesta de los clientes potenciales y la competencia ante un producto o servicio concreto, bien de cara a su lanzamiento bien de cara a su reposicionamiento en el mercado. El objetivo de un estudio de mercado es conocer el perfil y comportamiento del cliente objetivo, que a menudo se divide en distintos segmentos o nichos de mercado, así como determinar el tamaño actual y futuro del mercado. (Infoautónomos , 2017)

Para el desarrollo del presente plan de negocios, el estudio de mercado es de vital importancia ya que permite identificar diferentes aspectos que generan aportes al mismo; por medio de ese estudio se puede conocer si el producto es o no aceptado por la población; de igual manera se puede conocer el precio que las personas están dispuestas a pagar por dicho producto, el medio de pago que prefieren, la estrategia de publicidad y promoción y otros aspectos de gran relevancia.

2.3.10 Estudio técnico. El estudio técnico del plan de negocios contempla la forma en que se va a llevar a cabo todo el proceso destinado a generar los productos o servicios que tu empresa va a ofrecer. (Palacio, 2012)

Se llevará este estudio con el fin de conocer los procesos necesarios para la fabricación de los productos de la microempresa Zumos del Campo, logrando así identificar los requerimientos físicos y tecnológicos.

2.3.11 Estudio administrativo y legal. El estudio administrativo y legal de un proyecto comprende el marco jurídico en donde va a operar la empresa, requiere definir el tipo de empresa que se va a constituir, número de socios, aporte y responsabilidades; adoptar la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, la descripción de los sistemas, procesos, procedimientos, reglamentos y funciones que permitan orientar y regular las actividades en el desarrollo y ejecución del proyecto. (Rodríguez , 2009)

Para este plan de negocios se realizará un estudio administrativo y legal el cual permita establecer principalmente la estructura organizacional especificando las funciones y responsabilidades de cada cargo, así mismo la misión, visión, y principios de la microempresa Zumos del Campo. A su vez los parámetros necesarios para la constitución de una empresa en la ciudad de Ocaña.

2.3.12 Evaluación económica. En el análisis económico se evalúan los costos y las ganancias de un proyecto desde la perspectiva de la sociedad como un todo. Se asume que la realización de un proyecto ayudará al desarrollo de la economía y que su contribución social justifica el uso de los recursos que necesitará. (Esan Business, 2016)

Mediante esta evaluación se verificará la viabilidad económica que tendrá la microempresa Zumos del Campo a través de diferentes ecuaciones en función de la inversión y la rentabilidad.

2.3.13 Sostenibilidad social y ambiental. La sostenibilidad social y ambiental es considerada en la actualidad como un tema central en los negocios y como una oportunidad estratégica en aspectos relacionados al gobierno corporativo, la ética y transparencia en los negocios, la gestión ambiental, la relación con grupos de interés, la imagen y reputación corporativa, que forman parte de la nueva realidad de la creación de un futuro sostenible para las empresas. (Sánchez, s.f.)

En el desarrollo del presente plan de negocio se crearán políticas sociales y ambientales que permitan contribuir al desarrollo de la región y así mismo la sostenibilidad del proyecto.

2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia. Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará

el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Constitución Política de Colombia, 2016)

Artículo 38. Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad. (Constitución Política de Colombia, 2016)

2.4.2 Código de Comercio. Artículo 10. Comerciantes - concepto - calidad. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes. Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal. (Alcaldía de Bogotá, 1971)

2.4.3 Ley N° 86 del 3 de junio de 1993. Por la cual se reglamenta el uso e industrialización de la Flora Medicinal.

El Congreso De Colombia decreta

Artículo 1: Definiciones.

Denomínase planta medicinal toda especie vegetal que, sin originar perturbaciones tóxicas, haya manifestado, en el uso tradicional, propiedades favorables a la restauración de la salud.

Denomínase flora medicinal el conjunto de plantas que, utilizadas en su estado natural, poseen propiedades útiles para el tratamiento de las enfermedades del hombre.

Denomínase plantas en su estado natural aquel en el cual se encuentran en la naturaleza, así las plantas, con el objeto de facilitar su utilización terapéutica, hayan sido objeto de la aplicación de procedimientos farmacéuticos para obtener extractos o concentrados de las mismas. Por lo tanto, los concentrados o extractos de las plantas medicinales son productos naturales de aquellas y se denominan productos naturales de origen vegetal, extractos vegetales medicamentosos o medicamentos vegetales. (Congreso de la República, 1993)

Artículo 5: En el Ministerio de Salud se llevará un listado de las plantas que se hayan inscrito por formar parte de productos naturales de origen vegetal o por constituirlos en su totalidad. Un Comité de Productos Naturales estará incorporado continua o periódicamente a la

lista, la que constituirá la enumeración oficial de las Plantas Medicinales en Colombia.

(Congreso de la República, 1993)

2.4.4 Ley 590 de 2000. Disposiciones generales

Artículo 1°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

a) 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;

b) Modificado por el art. 1, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Estimular la 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;

c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;

e) Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas;

f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;

g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;

h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;

j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas. (Alcaldía de Bogotá, 2000)

2.4.5 La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento. La Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento fue creada con el objetivo de promover el espíritu emprendedor en todos los niveles educativos del país, en el cual se propenda y trabaje

conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución Política de Colombia y los establecidos en la presente Ley.

Igualmente con la Ley 1014 de 2006, se promueve la investigación en Colombia, lo que es de vital importancia para el desarrollo tanto local como regional, esto genera que se involucre 14 buenas prácticas educativas desde los niveles de primaria y secundaria, donde se debe desarrollar la formación de estudiantes con espíritu emprendedor y esto hará personas competitivas en las empresas y profesionales altamente calificados que den respuesta a los desafíos del mundo empresarial, de esta manera se estaría reduciendo las tasa de desempleo y pobreza en nuestro país. (Cogollo Villalba & Salinas Alvis , 2014)

2.4.6 Decreto 3075 De 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones.

Título II. Condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos

Artículo 7. Buenas prácticas de manufactura. Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñir n a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto.

Capítulo IV. Requisitos higiénicos de fabricación

Artículo 16. Condiciones generales. Todas las materias primas y demás insumos para la fabricación así como las actividades de fabricación, preparación y procesamiento, envasado y

almacenamiento deben cumplir con los requisitos descritos en este capítulo, para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento. (Decreto 3075 de 1997, s.f.)

2.4.7 Resolución 2674 de 2013. Artículo 1°. Objeto. La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas. (Alcaldía de Bogotá, 2013)

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

El presente proyecto se ajusta a la investigación descriptiva, puesto que su intención es conseguir información de las necesidades y perspectivas de la población frente a una situación concreta, analizando cuidadosamente los resultados, con el fin de obtener información significativa que contribuya al desarrollo del proyecto.

Además, se pretende hacer un análisis cualitativo de la situación actual del objeto de estudio con claridad en los datos.

La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.

En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta.

De todas formas, la investigación descriptiva no consiste únicamente en acumular y procesar datos. El investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrará el mismo. (Siqueria, 2017)

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población. La población para realizar esta investigación corresponde a 69.762 habitantes del Municipio de Ocaña entre las edades de 15-74 años según proyección del DANE 2017. (DANE, 2005)

Tabla 1. *Proyección de la población 2017*

Edades	Número de habitantes
15-19	8.565
20-24	6.964
25-29	7.690
30-34	7.926
35-39	7.139
40-44	6.236
45-49	5.908
50-54	5.530
55-59	4.685
60-64	3.831
65-69	3.084
70-74	2.204
TOTAL	69.762

Nota. La tabla muestra la proyección de la población en el año 2017 realizada por el DANE.

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

3.2.2 Muestra. La muestra para esta investigación es de tipo finita ya que se tomó una parte accesible de la población objeto de estudio la cual representa un total de 69.762 habitantes del municipio de Ocaña entre el rango de edades de 15-74 años; además se utilizó un nivel de confianza del noventa y cinco por ciento (95%) y un error de estimación del cinco por ciento (5%)

Para la siguiente investigación se llevó a cabo la aplicación de la siguiente fórmula, para poder establecer el tamaño de la muestra objeto de estudio.

Dónde n = Muestra

N = Población dada en el estudio = 69.762 habitantes en el rango 15-74 años, según proyección 2017 del DANE

z = Nivel de Confianza = 95% = 1,96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

e = Margen de error = 5% = 0.05

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 69.762 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (69.762 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{66999,4248}{175,3629}$$

$$n = 382$$

3.2.2.1 Método de muestreo. En esta investigación se utilizó el muestreo probabilístico de tipo estratificado debido a que la población está dividida en grupos como lo es en este caso por edades. Posteriormente se hizo una selección aleatoria de los individuos de cada grupo de edades de forma proporcional a la cantidad de habitantes.

A continuación se presenta el número de individuos que se seleccionaron en cada uno de los grupos por edad.

Para determinar la proporción de individuos en cada grupo se aplicó la fórmula:

$$F/s = \frac{n}{N} * \text{Número de habitantes}$$

Donde:

F/s = La fracción

n= Muestra

N= Población.

Tabla 2. Proporción de la muestra

Edades	Número de habitantes	Muestra
15-19	8.565	47
20-24	6.964	38
25-29	7.690	42
30-34	7.926	44
35-39	7.139	39
40-44	6.236	34
45-49	5.908	32

50-54	5.530	30
55-59	4.685	26
60-64	3.831	21
65-69	3.084	17
70-74	2.204	12
TOTAL	69.762	382

Fuente: Autores del proyecto con base a proyección del DANE a 2017.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información

La técnica para recolectar la información es la encuesta y el instrumento utilizado es el cuestionario que fue aplicado a la muestra seleccionada para conocer aspectos sobre las perspectivas acerca de las bebidas y las plantas medicinales, con el fin de obtener información tanto cualitativa como cuantitativa que ayude al desarrollo del plan de negocios.

Ver apéndice A. Formato de la encuesta

3.4 Procesamiento y análisis de la información

Los datos fueron obtenidos por medio del cuestionario, estos serán valorados cuantitativamente a través del ordenamiento y cálculo de participación porcentual de las distintas respuestas en gráficas y tablas para saber la importancia de cada respuesta del objeto de estudio y también se realizó una breve descripción cualitativa mediante un pequeño análisis de cada una de las respuestas.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Estudio de mercado

4.1.1 Análisis del sector. Para desarrollar el estudio de mercado se inició con un análisis del sector en el cual se describe la industria y el sector al cual pertenece la Microempresa Zumos del Campo, la situación actual del mismo y su comportamiento. Esto con el fin de conocer el mercado donde opera la Microempresa Zumos del Campo, determinando a su vez las condiciones del mercado que pueden intervenir de manera positiva o negativa y así mismo conocer cómo influyen en la puesta en marcha de la organización.

4.1.2 Descripción de la industria y el sector.

4.1.2.1 Industria. La industria de las bebidas ha existido desde hace miles de años, desarrollándose de manera significativa durante los últimos siglos como una de las más importantes, por emplear a millones de personas en todo el mundo.

Esta industria está dividida en dos categorías principales: la de las bebidas alcohólicas, que incluye bebidas destiladas, vino y cerveza, y la de las bebidas sin alcohol, que se divide en fabricación de jarabes para elaboración de gaseosas, bebidas refrescantes (como embotellamiento del agua), producción de zumo de frutas en sus diversas presentaciones, la industria del café y la que se trabajará a fondo en este trabajo, la industria del té.

Específicamente en el caso colombiano, el sector bebidas es comprendido junto al sector de los alimentos por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (

DANE. (Álvarez et. al, 2011)

4.1.2.2 Sector.

Tabla 3. Clasificación de las plantas aromáticas de acuerdo con sus usos

CLASIFICACIÓN DE LAS PLANTAS AROMÁTICAS DE ACUERDO CON SUS USOS			
SECTOR ALIMENTICIO	SECTOR MEDICINAL	SECTOR COSMÉTICA	OTROS SECTORES
<ul style="list-style-type: none"> - Productos destinados al consumidor. - Productos procesados destinados a la industria agroalimentaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Industria alopática clásica - Fitoterapia - Aromaterapia - Homeopatía - Cosmética y para farmacia 	<ul style="list-style-type: none"> - Perfumería alcohólica, cosmética y perfumería comercial - Perfumería industrial 	<ul style="list-style-type: none"> - Aditivos - Fitosanitarios - Jardinería

Fuente. Gobernación de Cundinamarca. *Cadena productiva plantas aromáticas, medicinales, condimentarias y afines en Cundinamarca.*

La siguiente es una descripción más detallada del sector alimenticio de la clasificación de las plantas aromáticas de acuerdo a su uso.

Sector Alimenticio. El principal uso es culinario para condimentar guisos, sopas, ensaladas, postres y salsas y como infusiones y tés. La albahaca, menta, orégano, perejil, salvia, tomillo, laurel, romero, son las hierbas más utilizadas. Los usuarios finales de estos productos, en su forma natural, deshidratada y algunas en forma de tisanas o bebidas, son los hogares, restaurantes y la industria agroalimentaria que las utiliza para la producción de condimentos empacados, y alimentos preparados y enlatados como carnes procesadas, lácteos, precocidos, bebidas, salsas y sopas, entre otros. (Samacá y Martínez, 2008)

4.1.2.3 Situación actual del sector alimenticio de plantas aromáticas. Según (Meneses Agudelo, 2013) afirma que actualmente la producción de plantas aromáticas tiene como objeto vender el producto fresco y en algunos casos deshidratados; sin ningún tipo de transformación que le agregue valor, entonces el producto vendido no genera altas rentabilidades.

Hoy en día existe una creciente demanda de plantas aromáticas por países extranjeros generando una inclinación de los productores hacia este mercado. Sin embargo, debido al poco desarrollo de la cadena y a la falta de capacidad de negociación de los productores por su tamaño, unos pocos comercializadores acaparan el producto monopolizando el mercado, esto ocasiona que no le paguen al productor de contado lo que repercute en el desinterés y en la falta de continuidad de los productores que incursionan en este cultivo.

En todo el mundo y no es excepción Colombia, son muchas las empresas que demandan este cultivo, las principales son laboratorios para la industria cosmética, farmacéutica y empresas alimenticias. Entre los productos más destacados encontramos aromatizantes, ungüentos, cosméticos de belleza, medicinas naturales, condimentos y bebidas como infusiones según el Ministerio de Agricultura y desarrollo rural.

En Colombia, la mayoría de empresas que requieren plantas aromáticas las adquieren en el exterior, importan su materia prima, esto es paradójico en un país que tiene el potencial para cubrir su demanda y generar excedente, pero la falta de cantidad y continuidad por parte de los productores obliga a que esto ocurra.

Según una investigación de comercio de plantas aromáticas y medicinales realizada por el instituto Von Humboldt se determinó que en Colombia se comercializan entre 100 y 243 especies; dentro de las cuales entre un 50 y 60 % son nativas y el entre un 20 y un 40 % son naturalizadas.

Este mismo instituto realizó otro estudio que aproxima al mercado internacional de plantas aromáticas y resalta el incremento en la demanda de plantas aromáticas y medicinales colombianas por parte de mercados Fito terapéuticos europeos y estadounidenses. Se estima que el mercado nacional de plantas aromáticas tiene un valor anual que está entre 8 y 10 millones de dólares.

Una de las conclusiones que arrojó dicha investigación es que es evidente el potencial en el uso y en el mercado nacional e internacional, pero resalta que se deben generar cambios que permitan aprovechar este escenario promisorio logrando así desarrollo y mayor riqueza para la sociedad.

Existen algunos problemas que limitan este escenario, el principal y el que se debe vencer es que no hay exportaciones de productos terminados, esto es ocasionado por las siguientes razones.

No hay claridad sobre las plantas con mayor potencial.

No hay quien represente a nivel político a las empresas que cultivan y procesan materia prima.

No es posible cumplir con contratos internacionales.

La investigación realizada no corresponde a las necesidades del sector privado.

No hay inversión en nueva tecnología.

Pero como el producto final no son las plantas aromáticas si no las tisanas de éstas, se deberá explicar más detalladamente la situación actual de esta industria.

Para poder proponer una industria que produzca tisanas con materia prima nacional se debe entender primero como funciona la cadena productiva de las plantas aromáticas.

Las plantas consideradas como aromáticas tienen una característica principal, es el uso culinario; son utilizadas para la preparación de alimentos, condimentos o productos de consumo fresco utilizado en la preparación como infusiones

En Colombia, el cultivo de plantas aromáticas es muy heterogéneo en cuanto a diversidad y a distribución geográfica, destacándose el departamento de Cundinamarca como el que más área cultivada tiene y siendo el tomillo y el romero las especies con mayores áreas sembradas.

4.1.2.4 Comportamiento del sector alimentos y bebidas. Según (Clavijo, Vera, & Joya, 2016) para analizar el comportamiento del sector, resulta necesario conocer en cuál de los tres sectores se encuentra y en que industria, por lo tanto las actividades a desarrollar en Zumos del Campo están en el sector industrial, especialmente en las industria manufacturera de alimentos. Por consiguiente se mencionara como se ha desarrollado dicha industria en los últimos años.

Durante el período de 2011 a 2015 la industria alimenticia y de bebidas en Colombia se caracterizó por un excelente desempeño. En efecto, durante este período el sector creció al 3.2% real anual, por encima del promedio de la industria (1.5% anual), impulsado por la fortaleza del consumidor, la innovación de productos y la apertura de nuevos mercados.

Sin embargo, han comenzado a aparecer señales de moderación en la dinámica del sector de cara al cierre de 2016 y 2017.

En efecto, la industria de alimentos y bebidas creció un 4.3% anual en el acumulado en doce meses a agosto de 2016, 0.1pp por debajo del total de la industria, según la Encuesta Mensual Manufacturera elaborada por el Dane. Dicho comportamiento estuvo explicado principalmente por la buena dinámica del subsector de bebidas, que se expandió al 11.4% real (aportando 3.8pp a la variación total del sector). Allí habría jugado un papel determinante la ola de calor que trajo consigo el fenómeno climático de El Niño en el primer trimestre de 2016, incrementando la demanda de bebidas frías. No obstante, la dinámica productiva de los demás subsectores alimenticios dista del buen desempeño del subsector de bebidas. Veamos esto con más detalle.

En síntesis, el período 2012-2015 se caracterizó por un excelente desempeño de la industria alimenticia y de bebidas en Colombia. Sin embargo, han comenzado a aparecer señales de moderación en la dinámica del sector para el cierre de 2016 y 2017. La devaluación de la tasa de cambio, los efectos negativos del Fenómeno de El Niño y la desaceleración en el consumo de los hogares le han restado dinamismo a la industria alimenticia. Por el momento, el sector de bebidas es el que continúa jalonando a toda la industria alimenticia, pero existe incertidumbre por su desempeño en el 2017, dado el efecto que podría tener sobre el sector la posibilidad de gravar las bebidas azucaradas, elemento incluido en el proyecto de Ley de reforma tributaria estructural presentado por el Gobierno al Congreso el pasado mes de octubre.

Así mismo, conforme a los resultados obtenidos en el cierre de la feria Alimentec 2016 -que se celebró entre el 8 y el 11 de junio pasados, en Corferias en Bogotá-, Invest in Bogotá y Euromonitor International -organizadores del evento- presentaron un informe según el cual las ventas de bebidas y alimentos en Colombia podrían alcanzar los 23.730 millones de dólares en 2017 y los 35.000 millones de dólares para 2020. La cifra pronosticada para el próximo año es superior en 2530 millones de dólares -12%- a la registrada en 2015.

El reporte asegura que esa industria muestra una línea ascendente anual de manera regular y facilita a los inversionistas encontrar un escenario favorable para invertir en materia de comidas procesadas, fruticultura, bebidas, tecnologías, suministros, empaques y servicios. Además, pronostica que el país registrará un aumento del 40% en el consumo de alimentos y bebidas entre 2016 y 2019, aunque se mantendrá por debajo de la cantidad per cápita prevista para Latinoamérica y el Caribe. (El empaque , 2016)

Según afirma (Pérez Díaz, 2014) es importante resaltar el negocio de productos saludables en Colombia, ya que las bebidas le están ganando la batalla a los alimentos, pues según un estudio regional realizado por Nielsen, los colombianos son más frecuentes a consumir líquidos con algún beneficio funcional.

De acuerdo con la investigación hecha por Nielsen HomeScan en Brasil, México, Colombia, Chile y Puerto Rico, los colombianos compran un alimento saludable cada 40 días, frecuencia que en el caso de las bebidas es de siete días.

Esta misma tendencia se repite en los otros cuatro países estudiados, aunque no con tanta diferencia. Por ejemplo, después de Colombia, México es el segundo país donde la frecuencia de compra de alimentos saludables es de 32 días, en Puerto Rico es de 22 días, y en Chile, es de 21 días.

“Al comparar con la canasta regular, son más espaciadas las compras de los productos saludables en todos los países, adicionalmente con un menor gasto por ocasión”, indicó Paula Estévez, gerente de Servicios de Panel de Consumo de Nielsen Colombia.

Por último, otro dato que demuestra la prevalencia de las bebidas sobre los alimentos, es el gasto anual de los hogares en estos productos. Mientras en Chile y Colombia gastan en promedio US\$131 y US\$92 respectivamente al año en bebidas funcionales, en Brasil, México y Puerto Rico la cifra apenas pasa de US\$40 al año.

4.1.2.5 Cadena productiva de Zumos del Campo. La cadena productiva de la Microempresa Zumos del Campo abarca los tres sectores principales de la economía. En el sector primario se ubica la agricultura y es por medio del proveedor que se suministran las plantas medicinales, las frutas y demás materias primas; en el sector secundario o industrial se encuentra el proceso de transformación de las materias primas en las bebidas fusionadas con plantas medicinales y frutas ya sean frías o calientes. Por último, esta cadena pasa por el sector terciario el cual corresponde a la comercialización de los productos terminados hacia el consumidor final.

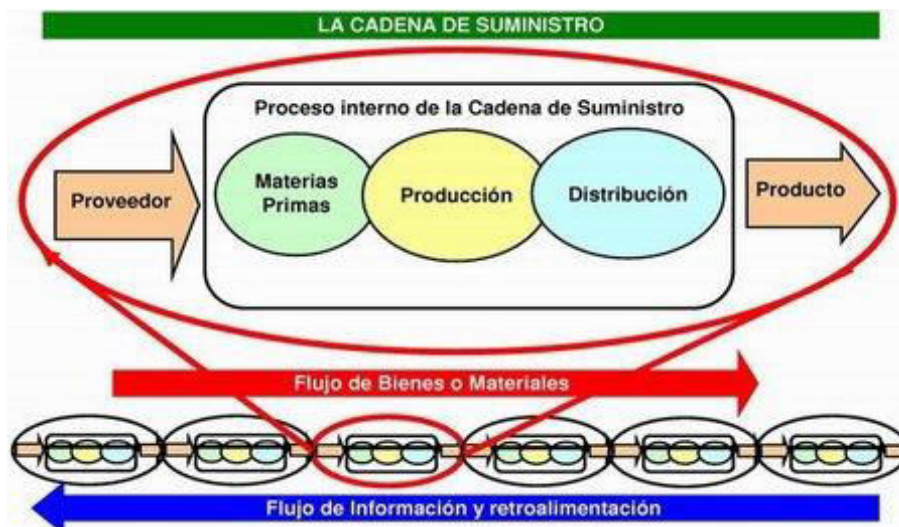


Figura 1. Cadena productiva

Fuente: Escuela de organización industrial (Sepúlveda, 2014)

4.1.3 Investigación de mercados. El estudio de mercados se llevó a cabo empleando el cuestionario como instrumento, el cual fue aplicado a la población objeto de estudio de la ciudad de Ocaña con el fin de conocer la aceptación de las bebidas elaboradas a base de plantas medicinales, así mismo el precio dispuesto a pagar por dicha bebida, la frecuencia de consumo, la disposición de compra hacia los vendedores ambulantes y demás aspectos que aportan información relevante del desarrollo del proyecto.

Posteriormente se analizó la información mediante una breve descripción tanto cualitativa como cuantitativa.

Tabla 4. *Conocimiento sobre las plantas medicinales*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	382	100%
No	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

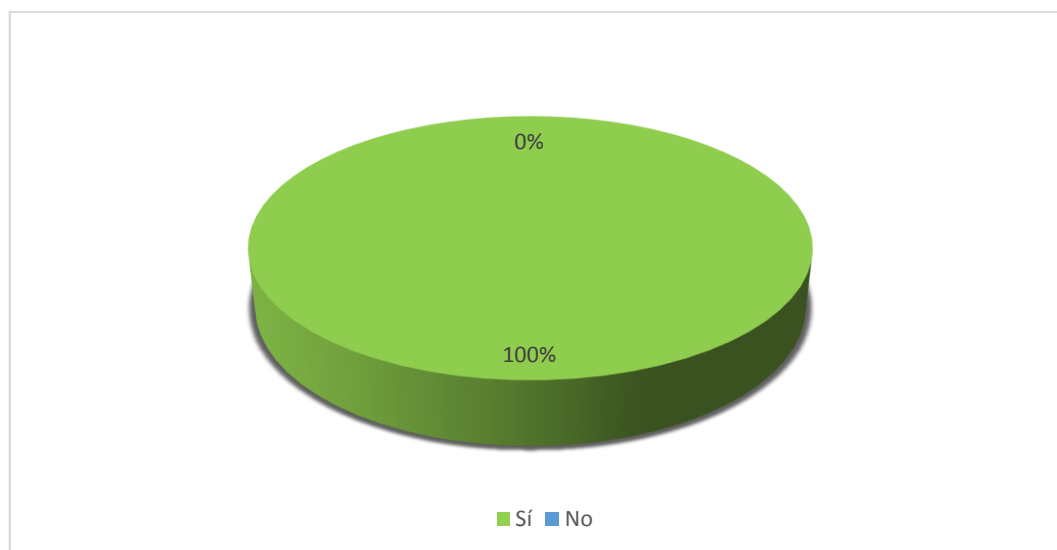


Figura 2. Conocimiento sobre las plantas medicinales

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

A través de la información recolectada se pudo evidenciar que la totalidad de la población encuestada conoce las plantas medicinales, lo cual facilita saber que a la hora de hablarle a la población por bebidas hechas a base de plantas medicinales, éstos puedan asociar e identificar fácilmente el ingrediente principal de las bebidas.

Tabla 5. *Plantas medicinales que ha consumido*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limonaria	363	20,84%
Hierbabuena	265	15,21%
Cidrón	150	8,61%
Manzanilla	290	16,65%
Moringa	113	6,49%
Albahaca	228	13,1%
Toronjil	157	9,01%
Flor de Jamaica	141	8,1%
Otra	35	2%
TOTAL	1.742	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

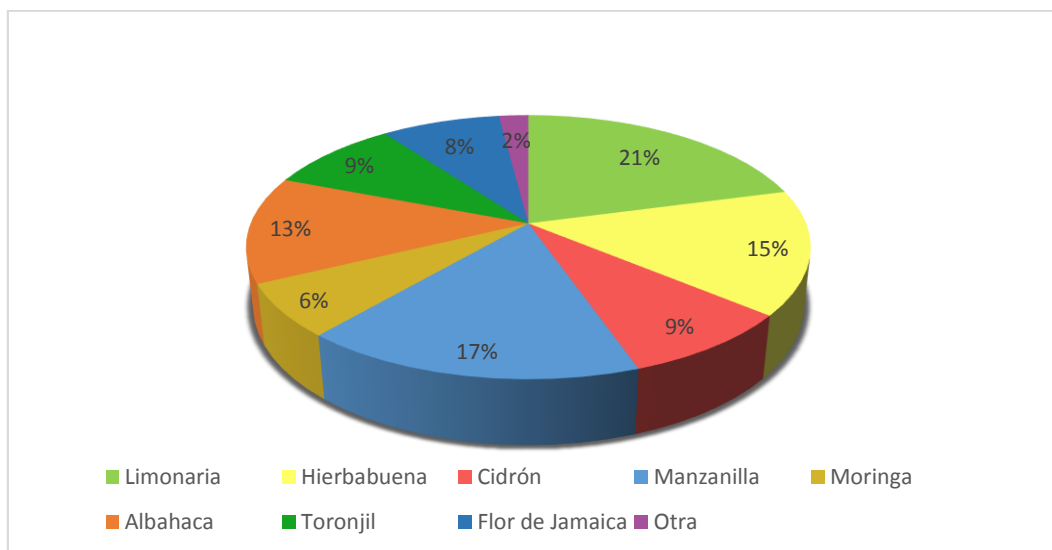


Figura 3. Plantas medicinales que ha consumido.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

La planta medicinal más consumida por la población es la limonaria, seguidamente la manzanilla y la hierbabuena, manifestando su consumo se debe a la fácil adquisición de éstas en comparación a otras

Tabla 6. *Presentación en la que ha consumido las plantas medicinales*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Versión original	229	60%
Procesada	57	15%
Ambas	96	25%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

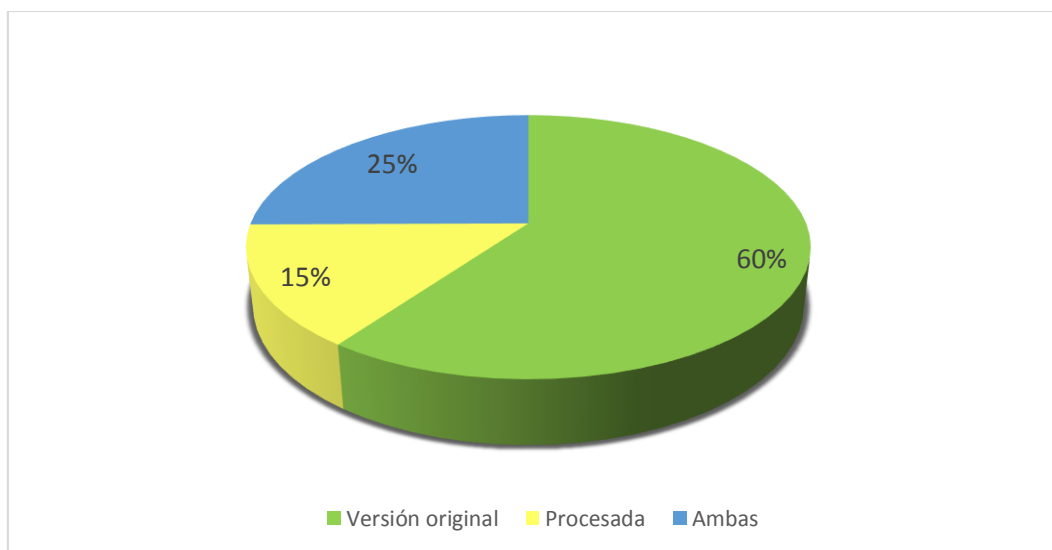


Figura 4. Presentación en la que ha consumido las plantas medicinales.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

De las plantas medicinales que ha consumido la población encuestada, manifiestan que la presentación más usual es la versión original, es decir de forma natural, debido a que parte de la población en sus casas cuenta así sea con una planta medicinal sembrada para el consumo de ésta.

Tabla 7. Frecuencia con la que se consume plantas medicinales

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	23	6%
Semanalmente	27	7%
Algunas veces	325	85%
Nunca	7	2%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

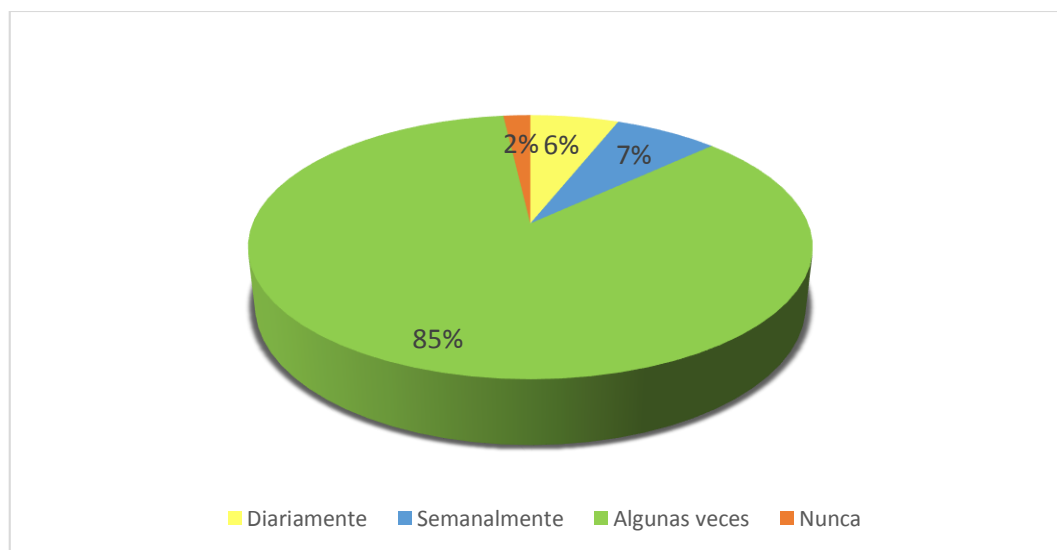


Figura 5. Frecuencia con la que se consume plantas medicinales.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

De acuerdo a la información recolectada la población en su mayoría manifiesta que algunas veces consume plantas medicinales, mientras otros lo hacen semanalmente.

Tabla 8. Disposición para probar una nueva fusión de plantas medicinales con frutas

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	363	95%
No	19	5%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

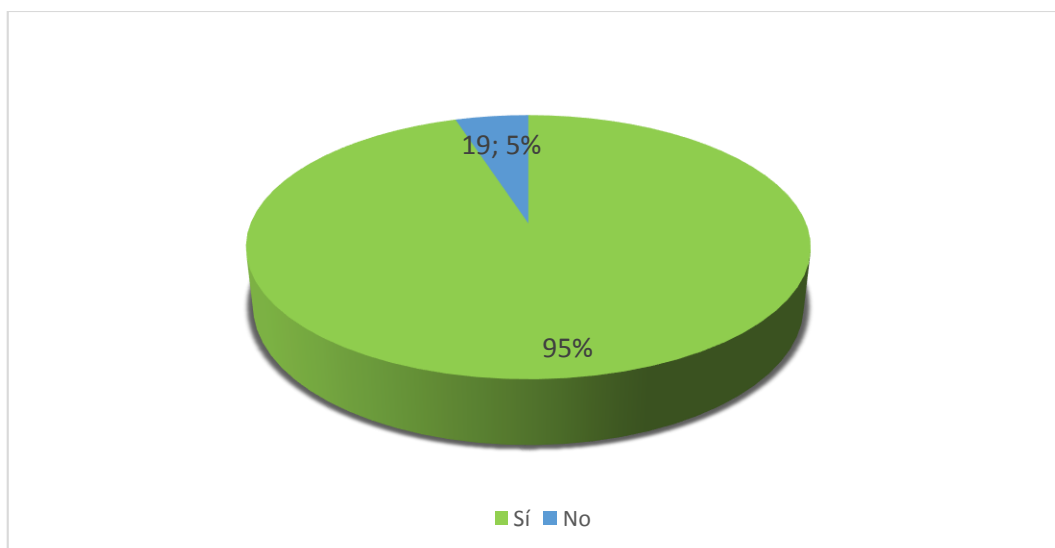


Figura 6. Disposición para probar una nueva fusión de plantas medicinales con frutas.
Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

Al desarrollar una bebida fusión de plantas medicinales con frutas, se evidencia que la mayor parte de la población de la ciudad de Ocaña estaría dispuesta a probarla, comentando que dicha fusión es un producto novedoso el cual les llama la atención degustar, y así mismo les puede brindar beneficios para la salud por ser productos naturales.

Tabla 9. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas calientes

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1.500 – 2.000	145	38%
2.100 – 3.500	168	44%
3.600 – 4.600	69	18%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

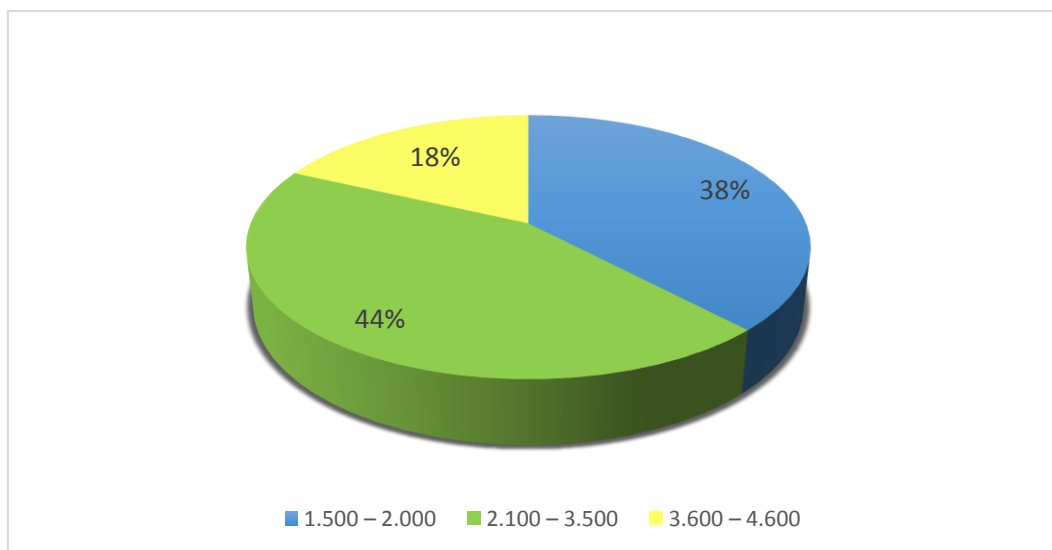


Figura 7. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas calientes.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

En la presentación de bebida caliente de la fusión de plantas medicinales con frutas, la población encuestada manifiesta una disposición de pago por el producto de \$2.100 a \$3.500 la mayor parte, seguidamente de \$1.500 a \$2.000.

Tabla 10. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas frías

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3.000 – 4.000	176	46%
4.100 – 5.100	168	44%
5.200 – 6.200	38	10%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

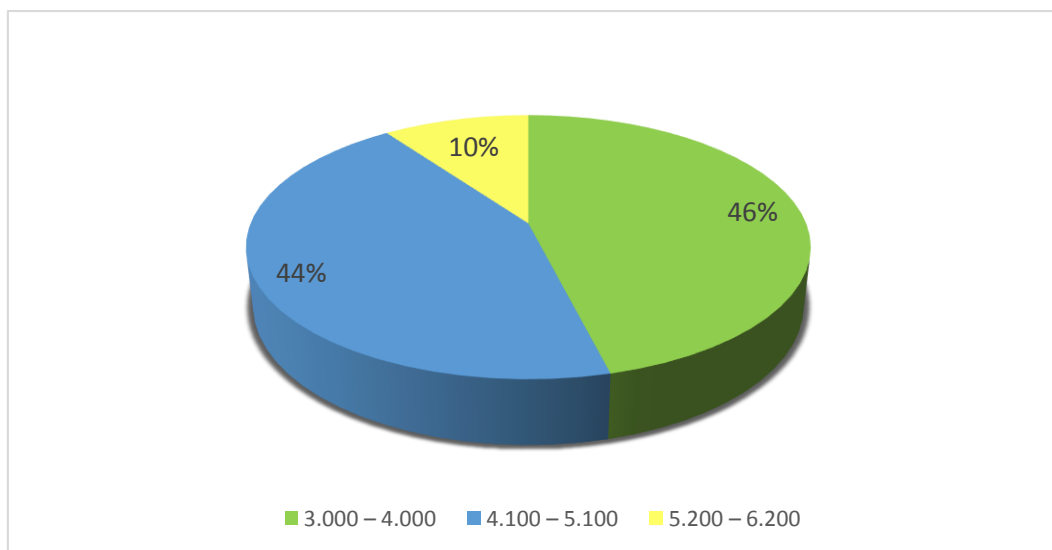


Figura 8. Precio que estaría dispuesto a pagar por las bebidas frías.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

La población de la ciudad de Ocaña estaría dispuesta a pagar por una bebida fría fusionada con plantas medicinales y frutas un precio de \$3.000 a \$4.000 y a su vez otra gran parte de la población pagaría por la bebida de \$4.100 a \$5.100.

Tabla 11. Lugar donde le gustaría consumir esta bebida

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el lugar de trabajo	130	34%
Establecimientos comerciales	115	30%
Parque	53	14%
Otro	84	22%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

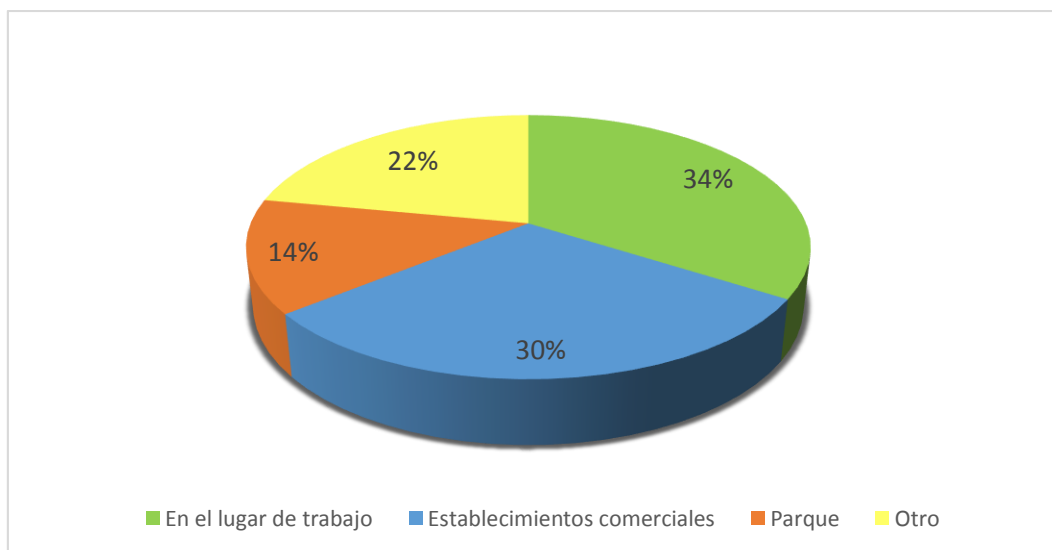


Figura 9. Lugar donde le gustaría consumir esta bebida.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

Según la información recolectada a la población, el espacio o sitio de preferencia donde consumirían la bebida a base de plantas medicinales fusionada con frutas, es en su mayoría en el lugar de trabajo, siguiendo como segunda opción los establecimientos comerciales; justificando que en el lugar de trabajo es donde pasan la mayor parte de su tiempo y así mismo es un espacio donde muchas ocasiones se maneja el estrés.

Tabla 12. Sector donde le gustaría encontrar el punto de venta de las bebidas

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ciudadela Norte	38	10%
Centro	252	66%
UFPSO	61	16%
Otro	31	8%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

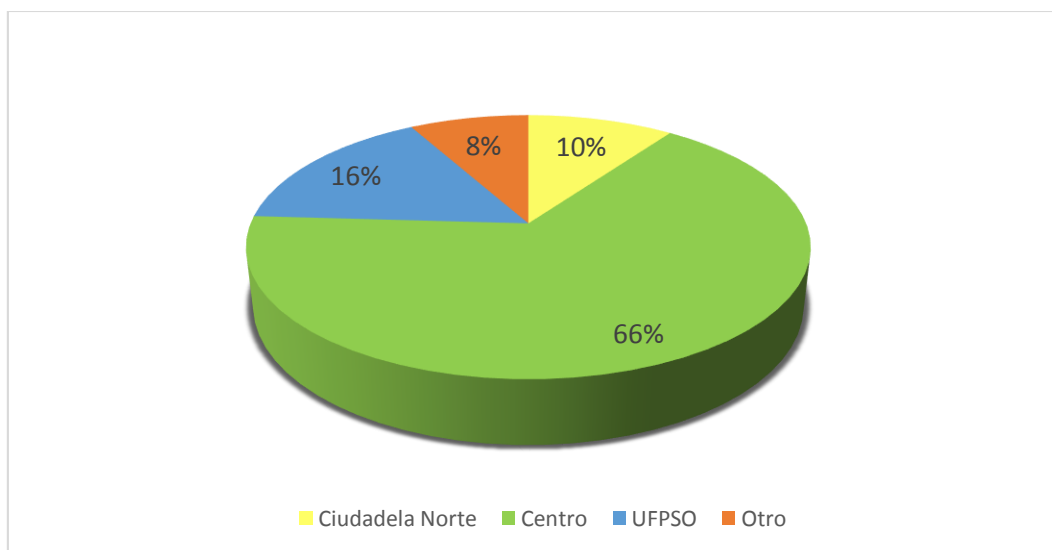


Figura 10. Sector donde le gustaría encontrar el punto de venta de las bebidas.
Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

El sector de preferencia por parte de la población de la ciudad de Ocaña para la localización del punto de venta de las bebidas hechas a base de plantas medicinales con frutas es el centro y como segunda opción la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, de acuerdo a la información obtenida.

Tabla 13. Disposición del producto por vendedores ambulantes

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	229	60%
No	153	40%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

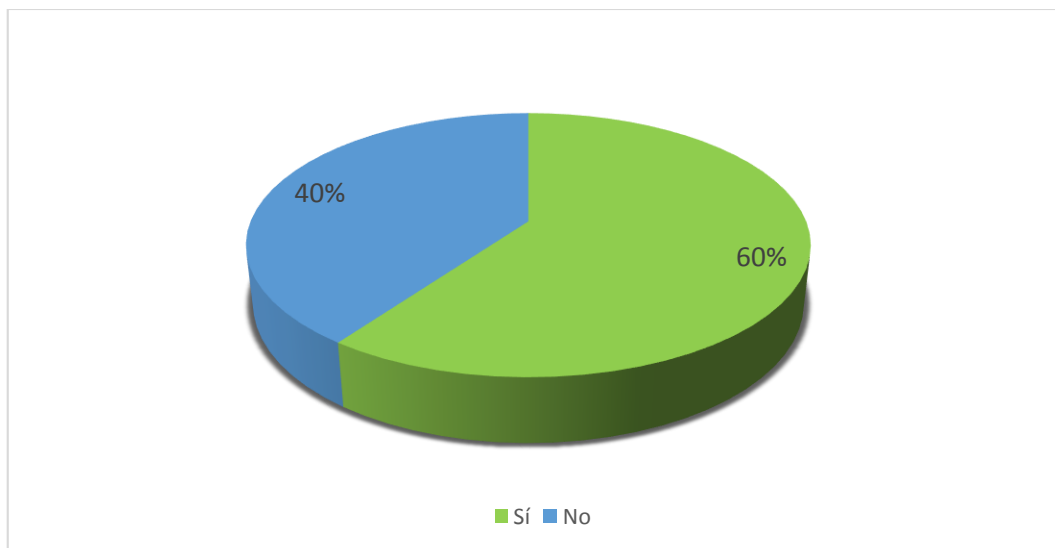


Figura 11. Disposición del producto por vendedores ambulantes.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

A través de los resultados obtenidos, la población estudiada afirmó que si les gustaría que hubiese disponibilidad de las bebidas a base de plantas medicinales por parte de los vendedores ambulantes, teniendo en cuenta que dichos vendedores sean aseados, estén bien presentados y tengan el punto de venta en buen estado.

Tabla 14. *Preferencia de los empaques y recipientes para servir las bebidas*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Retornables	84	22%
Amigables con el medio ambiente	298	78%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

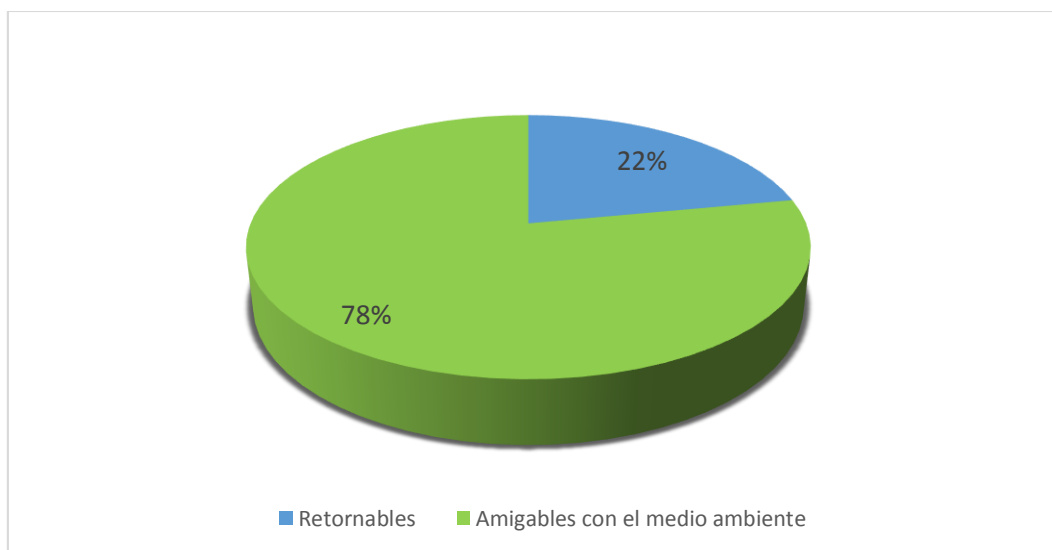


Figura 12. Preferencia de los empaques y recipientes para servir las bebidas.
Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

De acuerdo a la información recolectada, los encuestados prefieren que los envases para servir las bebidas sean amigables con el medio ambiente.

Tabla 15. *Producto con el que acompaña una bebida*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Galletas	229	60%
Pudin o torta	76	20%
Pan	31	8%
Mecato	46	12%
Otros	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

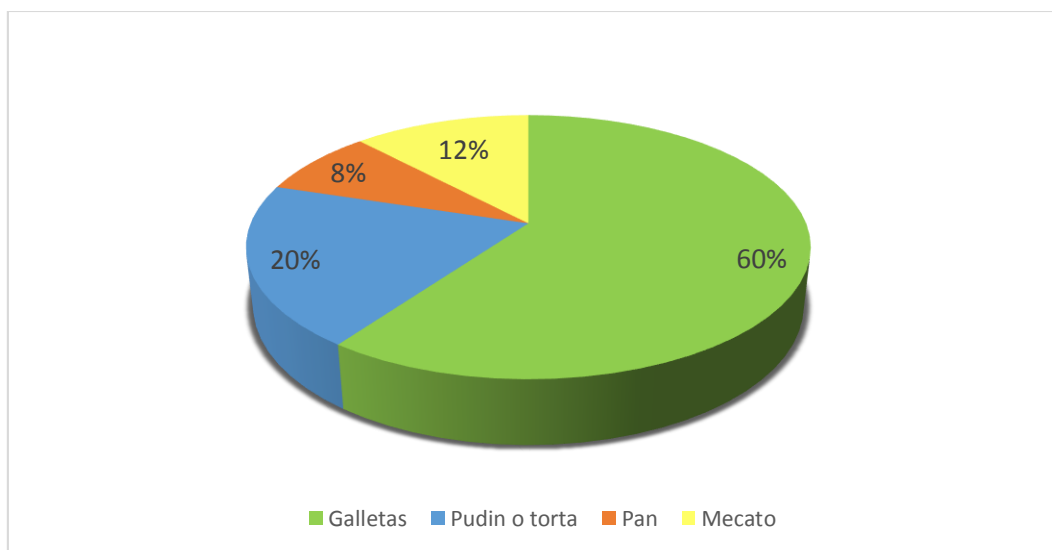


Figura 13. Producto con el que acompaña una bebida.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

Al indagar sobre los productos que se consumen para acompañar una bebida la población encuestada prefiere las galletas, seguido del pudín o torta.

Tabla 16. *Preferencia al endulzar las bebidas*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Miel de caña	50	13%
Stevia	65	17%
Azúcar	191	50%
Miel de abeja	76	20%
Otros	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

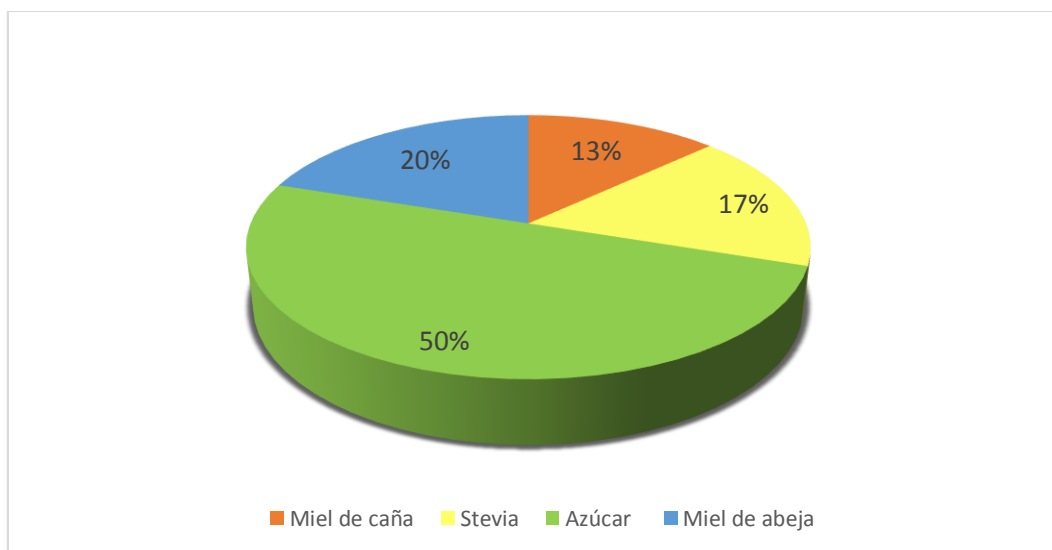


Figura 14. Preferencia al endulzar las bebidas.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

Al analizar la información de los resultados obtenidos se evidencia que los habitantes de la ciudad de Ocaña prefieren endulzar sus bebidas generalmente con azúcar, y otra parte de ellos lo hacen con miel de abeja.

Tabla 17. Sistema de pago de preferencia

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	367	96%
Tarjeta	15	4%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

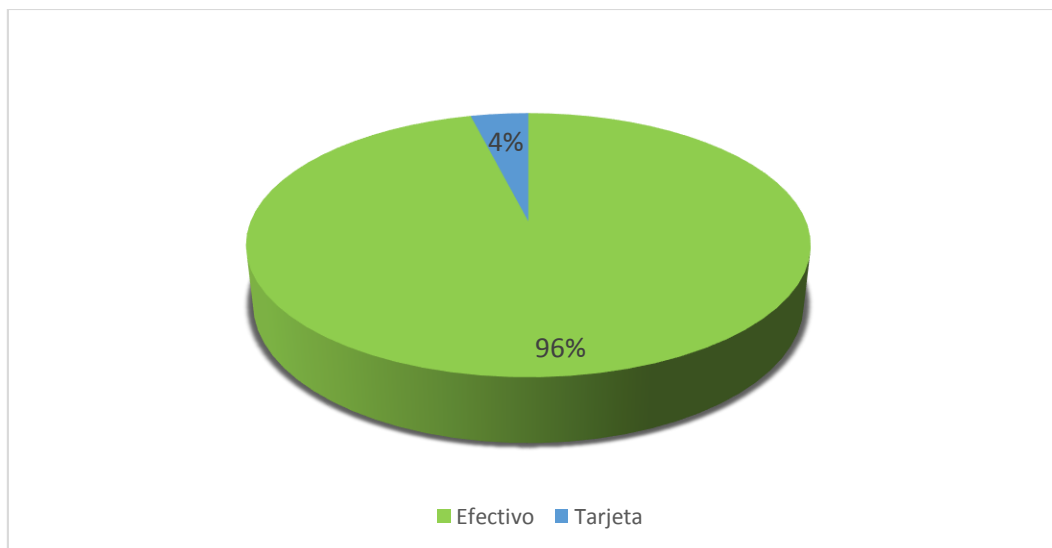


Figura 15. Sistema de pago de preferencia.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

El sistema de pago de mayor preferencia es el efectivo, puesto que muchos de los encuestados afirman no tener tarjetas bancarias.

Tabla 18. *Obsequio por ser cliente fiel*

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bebida de su preferencia	160	42%
Descuentos especiales	222	58%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

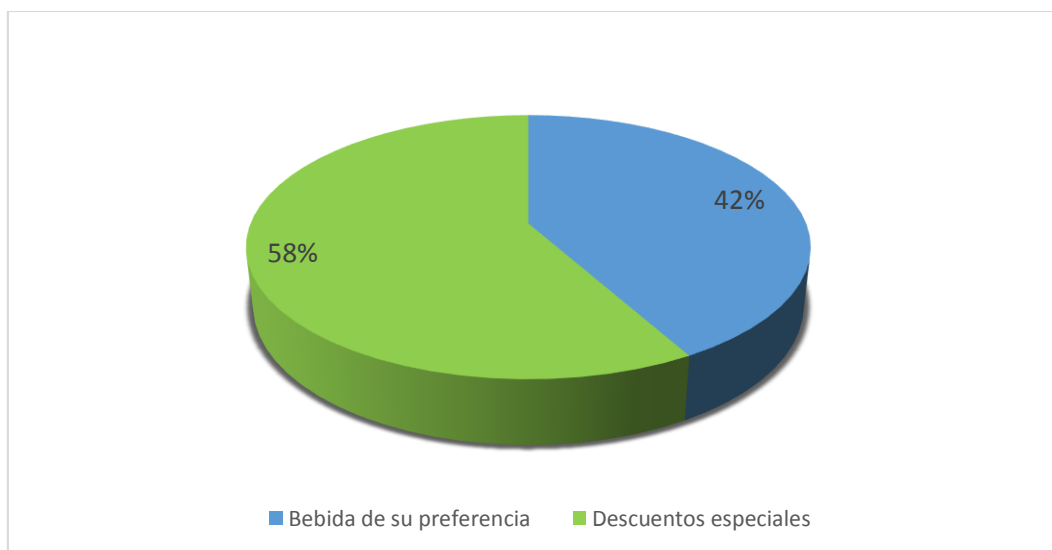


Figura 16. Obsequio por ser cliente fiel.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

Según la información recolectada, el obsequio que la población prefiere recibir por ser cliente fiel son los descuentos especiales.

Tabla 19. Horarios de atención de preferencia

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7:00 am – 5:00 pm	92	24%
8:00 am – 6:00 pm	244	64%
7:00 am – 1:00 pm	31	8%
2:00 pm – 9:00 pm	15	4%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

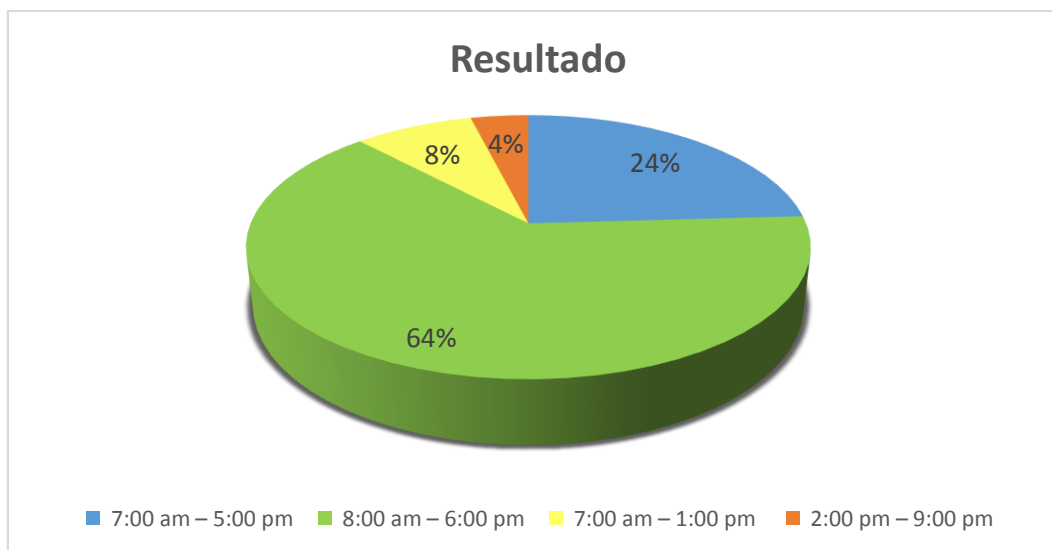


Figura 17. Horarios de atención de preferencia.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

El horario de atención de mayor preferencia es de 8:00 am a 6:00 pm ya que muchos afirmaban ser este un buen horario para consumir bebidas naturales.

Tabla 20. Personal a vincular en las labores de la microempresa

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personas en condición de discapacidad	61	16%
Víctimas del conflicto	84	22%
Recién egresados	38	10%
Desmovilizados	0	0%
Madres cabeza de hogar	168	44%
Otros	31	8%
TOTAL	382	100%

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña



Figura 18. Personal a vincular en las labores de la microempresa.

Fuente: Autores del proyecto con base a encuesta aplicada a la población de Ocaña

Al analizar la información recolectada, se evidencia que a la población prefiere que dentro de la Microempresa Zumos del Campo laboren madres cabeza de hogar, teniendo en cuenta como segunda opción a las víctimas del conflicto.

4.1.3.1 Diagnóstico situacional. Mediante la realización del cuestionario con el fin de conocer la aceptación de bebidas elaboradas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas ácidas, semiácidas y dulces, al analizar la información obtenida se pudo evidenciar que la totalidad de la población tiene conocimiento de las plantas medicinales, así mismo las plantas medicinales más consumidas son la limonaria, la manzanilla, la hierbabuena y la albahaca; cabe resaltar que la presentación más usual es en su versión original (hojas) ya que en la mayoría de las casas de los habitantes de la ciudad de Ocaña cuentan con la siembra de plantas medicinales, facilitando el consumo de estas.

Por otra parte el consumo de plantas medicinales lo realizan algunas veces y otros semanalmente, teniendo en cuenta que muchas personas no tienen el hábito de consumo de las plantas. Debido a esta situación nace la necesidad de crear una fusión de plantas medicinales, la cual estaría dispuesta a probar la población por ser un producto innovador al mezclar las propiedades de las frutas y las plantas medicinales, lo cual les llama la atención a degustar y principalmente les puede brindar beneficios para la salud al ser productos naturales.

De acuerdo a los datos suministrados el precio que les parece justo pagar a los encuestados por la bebida fusión en la presentación de bebida caliente es de \$2.100 a \$3.500 y en la presentación de bebida fría un precio de \$3.000 a \$4.000, siendo el sistema de pago el efectivo de preferencia, ya que gran parte de los encuestados no cuenta con tarjetas electrónicas.

Con respecto al lugar donde los encuestados prefieren consumir este tipo de bebidas es en el lugar de trabajo, pues allí pasan la mayor parte de su tiempo y de igual manera es un escenario donde en muchas ocasiones se debe manejar el estrés y que mejor para ello que una bebida fusionada con plantas medicinales y frutas. Así mismo un establecimiento comercial también es una de las opciones de preferencia para el consumo de esta bebida, pues muchos se inclinan por la comodidad.

Por otra parte, la ubicación de preferencia para el establecimiento comercial de la Microempresa Zumos del Campo es el sector del Centro, ya que a gran parte de la población se le facilita el acceso a este punto.

Teniendo en cuenta que a una proporción de la población no se le facilita llegar a este sector del centro, a gran parte de ella le gustaría que las bebidas estén disponibles por vendedores ambulantes los cuales se ubiquen en diferentes puntos estratégicos de la ciudad logrando así poder adquirir dichas bebidas.

Para Zumos del Campo es muy importante conocer los gustos y preferencias de sus clientes pues en cierta medida de ello depende su nivel de fidelización con la Microempresa, por esta razón, con la información obtenida se logró conocer que el producto con el que acompañan una bebida son las galletas; esto ayudará a identificar los productos complementarios que se pueden ofrecer con las bebidas, generando de esta manera mayor satisfacción al momento de su consumo.

El endulzante de mayor preferencia por los encuestados es el azúcar debido a que es el producto más fácil y rápido de adquirir; siendo ellos conscientes de que es un endulzante perjudicial para la salud, Zumos del Campo ha optado por utilizar Stevia el cual es un endulzante natural que se puede reemplazar por el azúcar, esto con el fin de no perder la razón de ser de esta microempresa la cual es el cuidado de la salud.

De acuerdo al análisis, se establecerá una estrategia de promoción por ser cliente fiel de Zumos del Campo la cual se basa en hacer descuentos especiales ya sea en el precio de las bebidas, ofertas 2x1, entre otras.

Así mismo, para Zumos del Campo es de vital importancia contribuir al desarrollo social y ambiental de la comunidad, por esta razón pretende vincular en sus labores a madres cabeza de hogar y víctimas del conflicto armado logrando mejorar su calidad de vida. Por otra parte, los empaques y recipientes para servir las bebidas serán amigables con el medio ambiente, pues así lo prefiere la gran mayoría de la población; siendo este aspecto de vital importancia ya que así mismo se estaría haciendo una gran contribución al medio ambiente, reduciendo la contaminación del mismo.

4.1.4 Análisis de la demanda. Partiendo del análisis de la información recolectada se logró conocer que la población ha consumido un gran número de plantas medicinales pero sólo lo hace algunas veces por el hecho de que algunas de ellas no son agradables para su paladar, es decir, existe poca innovación en la transformación de las plantas medicinales para la elaboración de un producto nuevo.

Como resultado de esa falta de innovación es notable el desinterés en el consumo de plantas medicinales por parte de la comunidad. No obstante, de acuerdo al estudio de mercado realizado se logró conocer que el 95% del mercado objetivo, es decir las personas en edades comprendidas entre 15 – 74 años está dispuesta a demandar las bebidas hechas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas, pues afirman que sería producto con un valor agregado el cual puede aportar un sin número de beneficios al cuidado de la salud y de igual manera es una buena opción para iniciar hábitos que vayan en pro de la misma, lo que indica la aceptación del producto para ser demandado. Dicho porcentaje representa un total de 66.274 habitantes de la Ciudad de Ocaña.

Para proyectar la demanda de Zumos del Campo se tomó como base la del primer año con un incremento anual de 5%, así como se muestra a continuación:

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	66.274	69.587	73.066	76.066	76.719

Fuente. Autores del proyecto

4.1.5 Magnitud de la necesidad. La necesidad de crear una microempresa que se dedique a la producción de bebidas elaboradas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas, las cuales contribuyan al cuidado de la salud es evidente, ya que de acuerdo a los niveles de vida que se viven hoy día, principalmente por los malos hábitos alimenticios, se está llegando a tener conciencia del cuidado de la salud, sin embargo hay personas que por sus ocupaciones diarias no pueden llevar una vida saludable, lo que los conduce a recurrir a alimentos listos para el consumo. Por tal motivo es notorio la necesidad de productos que brinden propiedades saludables y esto se puede lograr a través de las bebidas naturales.

4.1.6 Análisis de la oferta. Se tuvo en cuenta varios aspectos determinantes para establecer la oferta de las bebidas en el mercado, siendo uno de ellos la oportunidad de ofrecer algo diferente e innovador y de poder brindar un producto de muy buena calidad, Partiendo de la demanda obtenida en el estudio de mercado la cual es del 95%, se estima ofertar aproximadamente de 1.800 bebidas mensuales obteniendo de este modo una oferta anual de 21.600 bebidas.

Al analizar la competencia, se infiere que algunos sectores donde estos no llegan es donde también se piensa ofrecer las bebidas de Zumos del Campo a través de puntos de venta con remolques estáticos que se ubicarán en puntos estratégicos en extremos diferentes al establecimiento comercial, así mismo allí se elaborarán las bebidas para ser entregadas al consumidor final para abarcar distintos sectores de la Ciudad logrando así captar nuevos clientes y dar a conocer el producto.

4.1.7 Análisis de la competencia. A nivel internacional, nacional y local el competidor directo de Zumos del Campo es COSECHAS “Expertos en bebidas” el cual ofrece bebidas naturales a base de frutas y hortalizas para contribuir a conservar y mejorar la salud de los consumidores.

Por su alto valor nutricional, sus insumos de primera calidad y su sabor inconfundible, Cosechas se ubica hoy como la mejor opción en bebidas saludables en Panamá, México y Colombia, con proyectos de iniciar operaciones en más países del continente Americano.

Así mismo esta empresa tiene como visión en el 2019 ser líder en el mercado de batidos preparados en punto de venta y contará con 800 tiendas en el territorio nacional con 800 tiendas.

Entre los productos que ofrece cosechas encontramos: bebidas calientes, batidos verdes, batidos Premium, batidos refrescantes, batidos con helado o yogurt, Té verde limonada de coco y complementos. (Cosechas, 2018)

Es una idea de negocio, que nació en Costa Rica en el 2008 como una tesis de grado laureada, cuenta hoy con más de 500 tiendas en todo el territorio nacional, en las que ofrece cerca de 40 productos saludables. (Portafolio, 2016)

En cuanto a los precios que maneja esta competencia, se puede decir que sus bebidas oscilan entre \$3.400 y \$6.400.

Como competencia indirecta de Zumos del Campo a nivel nacional se encuentran empresas que fabrican y comercializan plantas medicinales procesadas, es decir aquellas que pasan por una transformación que permite el secado de las plantas para formar una infusión o también conocido como aromática. Este tipo de productos se encuentra disponible en supermercados y puntos de venta.

Partiendo de lo anterior, las empresas consideradas como competencia indirecta son las siguientes:

4.1.7.1 Hindú. Esta empresa es la marca líder el mercado de infusiones en Colombia. Agrícola Himalaya S. A. es propietaria de los únicos cultivos de té en Colombia y se encuentra Ubicada en Bitaco, corregimiento del municipio de La Cumbre, en el Valle del Cauca. Ofrece productos tales como: Té, infusiones frutales, aromáticas y té helado. (Hindú, 2018)

4.1.7.2 Gold Flower. Se encarga de la producción y comercialización de Té y aromáticas que brinden beneficios para mejorar la calidad de vida de los clientes satisfaciendo sus

necesidades y expectativas bajo un modelo de mejora continua, para alcanzar valor en el mercado.

Entre los productos que ofrece se encuentran: Té verde, hierbas y frutas, flor de Jamaica, aromática, té rojo y aromática con panela. (Gold Flower , 2018)

4.1.7.3 La Teresita. Es una empresa que produce infusiones para crear momentos especiales en los consumidores. La marca La Teresita fue creada en 1989 por Horacio Jaramillo Cárdenas. Su nombre es el mismo de la finca donde él tenía sus cultivos de cidrón, toronjil, manzanilla, albahaca, canela, limoncillo y otras plantas aromáticas.

Ofrecer productos tales como: Infusiones tradicionales, especiales y tés. (La Teresita, 2018)

Así mismo, a nivel local como competencia indirecta están los vendedores ambulantes ya que son éstos quienes producen y venden los productos sustitutos como son las aromáticas, el café y el chocolate los cuales pueden reemplazar las bebidas calientes que ofrece Zumos del Campo.

4.1.8 Segmentación del mercado.

4.1.8.1 Distribución geográfica. Las bebidas que ofrece Zumos del Campo van dirigidas a la población de la Ciudad de Ocaña, Norte de Santander, a través de un establecimiento comercial y distribución por medio de remolques estáticos.

4.1.8.2 Descripción demográfica.

Edad: Personas entre los 15 y 74 años teniendo en cuenta los 69.762 habitantes de la ciudad de Ocaña que se encuentran en este rango de edad de acuerdo a la proyección de DANE para el 2017.

Género: Hombres y mujeres

Nivel de estudios: No aplica

Raza o grupo étnico: No aplica

Estrato: No aplica

4.1.8.3 Descripción psicográfica. Personas que llevan un estilo de vida saludable, que desean cuidar su salud de una forma natural y se inclinan por una sana alimentación.

4.1.9 Productos sustitutos. Los productos sustitutos de la bebida hecha a base de plantas medicinales acompañado de frutas, son: El chocolate, el café, el té, la gaseosa, los jugos naturales, las malteadas, las bebidas energéticas, las aromáticas. Teniendo en cuenta que cualquier bebida puede ser producto sustituto, teniendo en cuenta que Zumos del Campo maneja la presentación de bebida fría y caliente.

4.1.10 Productos complementarios. Los principales productos complementarios de las bebidas que ofrecen Zumos del Campo son: las plantas medicinales incluyendo el endulzante, las frutas y el agua, ya que sin estos no sería posible la creación de la bebida.

De igual manera, las bebidas como producto de consumo masivo en la mayoría de los casos se puede consumir sola, pero también se tienen en cuenta como productos

complementarios las galletas, el pudín y demás derivados los cuales son muy buena opción para acompañar y complementar el consumo de las bebidas a ofertar.

4.1.11 Estrategias de Marketing Mix. Al tratarse de un producto nuevo es muy importante darlo a conocer en el mercado ya que se encuentra en la etapa de introducción y para ello Zumos del Campo ha definido las cuatro estrategias del marketing mix las cuales se orientan al posicionamiento del producto a ofrecer.

4.1.11.1 Estrategia del producto. Zumos del Campo ofrecerá bebidas elaboradas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas ácidas, semiácidas y dulces las cuales permiten ofrecer un producto con múltiples beneficios para la salud al ser una bebida 100% natural y altamente nutritiva por las propiedades de las plantas medicinales y las frutas; así mismo es importante resaltar que éstas tienen dos presentaciones ya sean frías o calientes, siendo la primera como una especie de batido y la segunda especie aromática.

Teniendo en cuenta lo perjudicial que resulta ser el azúcar, Zumos del Campo utilizará como endulzante la Stevia con el fin de no perder la esencia natural de producto y de esta manera contribuir aún más con el cuidado de la salud.

Marca: La marca de las bebidas de Zumos del Campo será la misma representación gráfica que identifica a Zumos del Campo, la cual se muestra a continuación.



Figura 19. Marca
Fuente. Autores del proyecto

Para el diseño de la marca se decidió trabajar con el color verde teniendo en cuenta que es el color principal de la naturaleza, del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales. Sugiere fertilidad, libertad y tranquilidad, también estabilidad y resistencia. El verde se utiliza en productos relacionados con la salud, y en temas de medio ambiente y ecología. Así mismo se utilizó el color blanco que simboliza un nuevo comienzo y se utiliza en temas relacionados con la medicina y la salud. (Crónica global , 2015)

Eslogan. La frase que representa a la microempresa Zumos del campo será:

Cuida tu salud... ¡Al ritmo de la naturaleza!

Etiqueta. Zumos del Campo no manejará etiqueta ya que las bebidas elaboradas serán servidas para el consumo inmediato.

Envase. Las bebidas ofrecidas por Zumos del Campo serán presentadas en dos tipos de envase uno de vidrio y otro biodegradable, siendo el primero el envase a utilizar para consumo dentro del establecimiento o punto de venta y el segundo para las bebidas de llevar. La medida del envase para la bebida fría será de doce (12) onzas, y para la bebida caliente de ocho (8) onzas.



Figura 20. Envase de bebida fría
Fuente. Autores del proyecto



Figura 21. Envase de bebida caliente
Fuente. Autores del proyecto

Embalaje. Al entregar las bebidas directamente al consumidor final no se requiere de embalaje.

4.1.11.2 Estrategia del precio. Al tratarse de un producto nuevo, se ha optado por establecer una estrategia de precios por penetración la cual consiste en fijar un precio inicial bajo para las bebidas con el propósito de asegurar la aceptación en el mercado y poder acaparar los clientes aumentando así el volumen de ventas.

Así mismo, los precios de las bebidas se fijarán tomando como base el análisis de los costos de producción que incurren en cada una de ellas, la demanda, el mercado competitivo, puesto que es necesario tener conocimiento de los precios que maneja la competencia buscando siempre ser un opción viable para los clientes y por último teniendo en cuenta el precio que los clientes están dispuestos a pagar por este tipo de bebidas.

De acuerdo con el estudio de mercado se concluye que las personas después de conocer algunos de los beneficios que brinda el consumo de este producto están dispuestos a pagar por las bebidas frías un precio de \$3.000 a \$4.000 aproximadamente, y para las bebidas calientes un precio de \$2.100 a \$3.500. Cabe resaltar que a partir del tercer año se aumentará el precio de venta teniendo en cuenta que para este tiempo las bebidas se encontrarán en un ciclo de vida de crecimiento.

4.1.11.3 Estrategia de plaza (distribución). Se manejará la estrategia de distribución directa desde dos formas a considerar a través de circuitos cortos de comercialización y sin intermediarios, la primera y principal es la venta de las bebidas de forma directa mediante un

establecimiento comercial donde serán elaboradas y vendidas al consumidor final o cliente, y la segunda se llevará a cabo por medio de dos remolques estáticos a los cuales se les denominará punto de venta (con el fin de diferenciarlos del establecimiento comercial), estos estarán ubicados en puntos estratégicos de la ciudad y en extremos diferentes al establecimiento comercial, en esta otra distribución también será de forma directa debido a que en el remolque se fabricara y venderá las bebidas al consumidor final.



Figura 22. Canal de distribución directo desde el establecimiento comercial
Fuente. Autores del proyecto

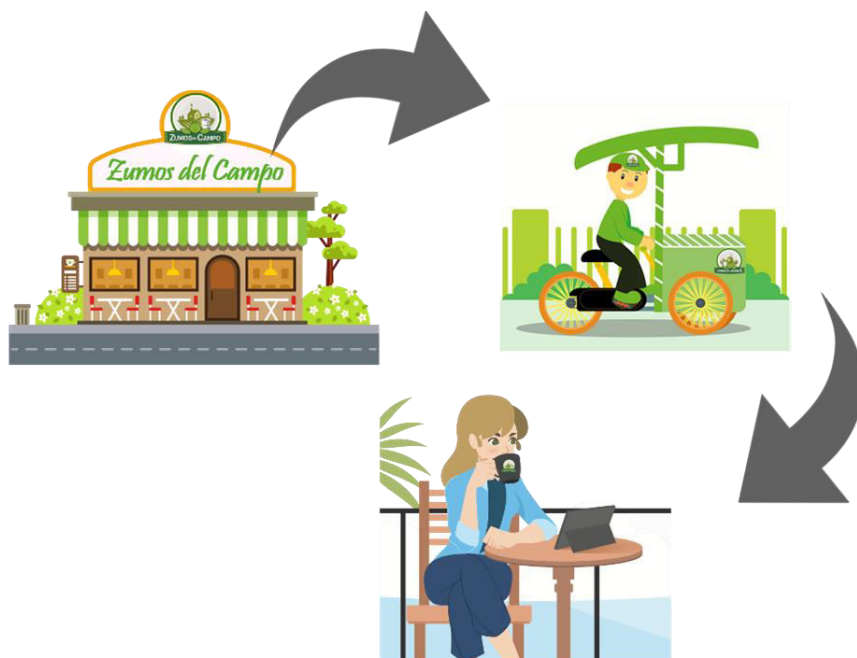


Figura 23. Canal de distribución directo desde el remolque estático o punto de venta.
Fuente. Autores del proyecto

4.1.11.4 Estrategia de promoción y publicidad. Las estrategias de promoción inicial del negocio serán la degustación y promoción de los diferentes productos para que el consumidor conozca lo que se oferta; las degustaciones serán expuestas en diversas ferias y eventos públicos.

Descuentos y ofertas. De acuerdo al estudio de mercados realizado se logró conocer que las personas por ser cliente fiel de la microempresa Zumos del campo desean recibir descuentos especiales, para ello se contará con un registro de compras a través de tarjetas y una vez que hayan llegado a los 15 productos se les dará como obsequio una bebida de su preferencia totalmente gratis.

Esto se hace con el fin de fidelizar a los clientes, promover el consumo de estas bebidas y ganar reconocimiento de la microempresa Zumos del Campo.

En cuanto a la publicidad, una de las estrategias planteadas son las redes sociales ya que es uno de los medios más utilizados, así mismo se creará una página web con el fin de dar a conocer a las personas de qué trata la microempresa Zumos del Campo, de igual manera que conozcan las bebidas que se ofrecen y los beneficios que trae cada una de ellas.

Por otra parte, una de las estrategias de publicidad consiste en una bici valla ya que éste tipo de anuncio trae consigo ventajas favorables para ilustrar visualmente los productos que se ofrecerán, esta bici valla se ubicará tanto en el punto de venta como en diferentes puntos que son estratégicos para que las personas conozcan sobre Zumos del Campo. Se ha decidido usar este tipo de estrategia debido a que es poco común y lo que se quiere es marcar la diferencia haciendo a su vez una contribución del medio ambiente porque al uso la bicicleta se evita el uso de motocicleta que genera contaminación al medio ambiente.

Por otra parte la microempresa llevará a cabo sus estrategias de publicidad a través de medios de comunicación como la radio, ya que gran parte de la población escucha este medio.

Por último, y quizá el medio de comunicación más influyente son las redes sociales como Facebook, Instagram y Whatsapp por medio de Fanpage para que las personas conozcan los productos que ofrece Zumos del Campo.

A continuación se muestra la tarjeta de presentación de Zumos del Campo con el fin de dar a conocer a los clientes el servicio que presta dicha microempresa.



Figura 24. Tarjeta de presentación de Zumos del Campo
Fuente. Autores del proyecto

Tabla 21. Presupuesto para la estrategia de publicidad

CONCEPTO	ESPECIFICACIÓN	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Página web	Mensual	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Bici valla	Mensual	\$ 94.000	\$ 1.128.000
Radio	Mensual	\$ 40.000	\$ 480.000
Redes sociales		\$ 0	\$ -
TOTAL		\$ 234.000	\$ 2.808.000

Fuente. Autores del proyecto

Aclaración. La página web se cancelará anualmente pero se descontará cada mes con el fin de que al finalizar el año se tenga recaudado el monto total a pagar. Por otra parte, la prestación del servicio por concepto de la bici valla se realizará semestralmente pero su recaudo se hará mes a mes.

4.2 Estudio técnico

4.2.1 Ficha técnica del producto. A continuación se muestra la ficha técnica de las bebidas la cual da a conocer información de las mismas tales como: su descripción, su composición, sus beneficios, sus características organolépticas, su presentación y contenido de acuerdo al tipo de bebida (fría o caliente), entre otros.

Teniendo en cuenta que Zumos del Campo ofrece 12 bebidas, compuesta cada una por diferentes ingredientes, se ha elaborado una ficha técnica para cada una de ellas.

Ver apéndice B. Ficha técnica de las bebidas de Zumos del Campo

4.2.2 Descripción del proceso. Es importante definir el proceso a seguir para la elaboración de las bebidas que ofrece Zumos del Campo, a continuación se muestra dicho proceso:

4.2.2.1 Proceso de recepción de materias primas. Con el fin de ofrecer productos con altos estándares de calidad se llevará a cabo la recepción de materias primas para evitar el ingreso de alimentos que estén en deterioro o próximos a ello. Dicho proceso estará a cargo del administrador quien será el encargado de inventariar la materia que ingresa al almacén y de igual manera se requiere del acompañamiento del operario de cocina quien debe tener claras las características adecuadas para cada una de las materias primas.

Para la recepción de materias primas se llevarán a cabo actividades tales como: revisión del estado en el que se encuentra la materia prima, cantidad o peso e inventario de las mismas.

4.2.2.2 Proceso de alistamiento. Después de la recepción de materias primas se da inicio al alistamiento de éstas donde se debe llevar a cabo el siguiente proceso para su respectivo almacenaje.

- Alistar insumos y materia prima en el área de trabajo
- Seleccionar las frutas y plantas medicinales
- Pesar y revisar la materia prima e insumos
- Lavar la fruta
- Porcionar la materia prima para almacenar

4.2.2.3 Proceso de elaboración. Para obtener el producto terminado se debe llevar a cabo el siguiente proceso.

- Alistar material de cocina
- Elegir MP e insumos de acuerdo a la bebida a elaborar
- Lavar plantas medicinales a usar
- Licuar la materia prima e insumos
- Inspección de calidad
- Entrega al cliente del producto terminado

4.2.3 Diagrama de operaciones. A continuación se muestra el diagrama del proceso de producción para las bebidas de Zumos del Campo, el cual empieza desde el alistamiento de los materiales de cocina y termina en la entrega al cliente.

Para obtener el producto terminado se requiere de cinco (5) actividades, una (1) inspección y un (1) transporte el cual es dirigido hacia el cliente final. Todo este proceso se realiza en un tiempo de 5,75 minutos.

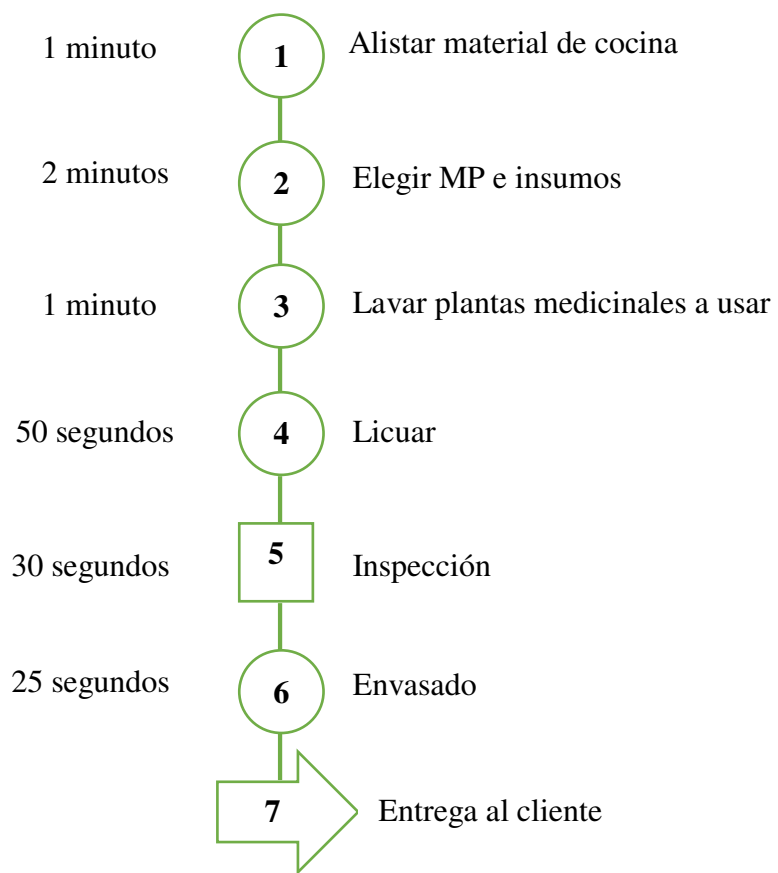
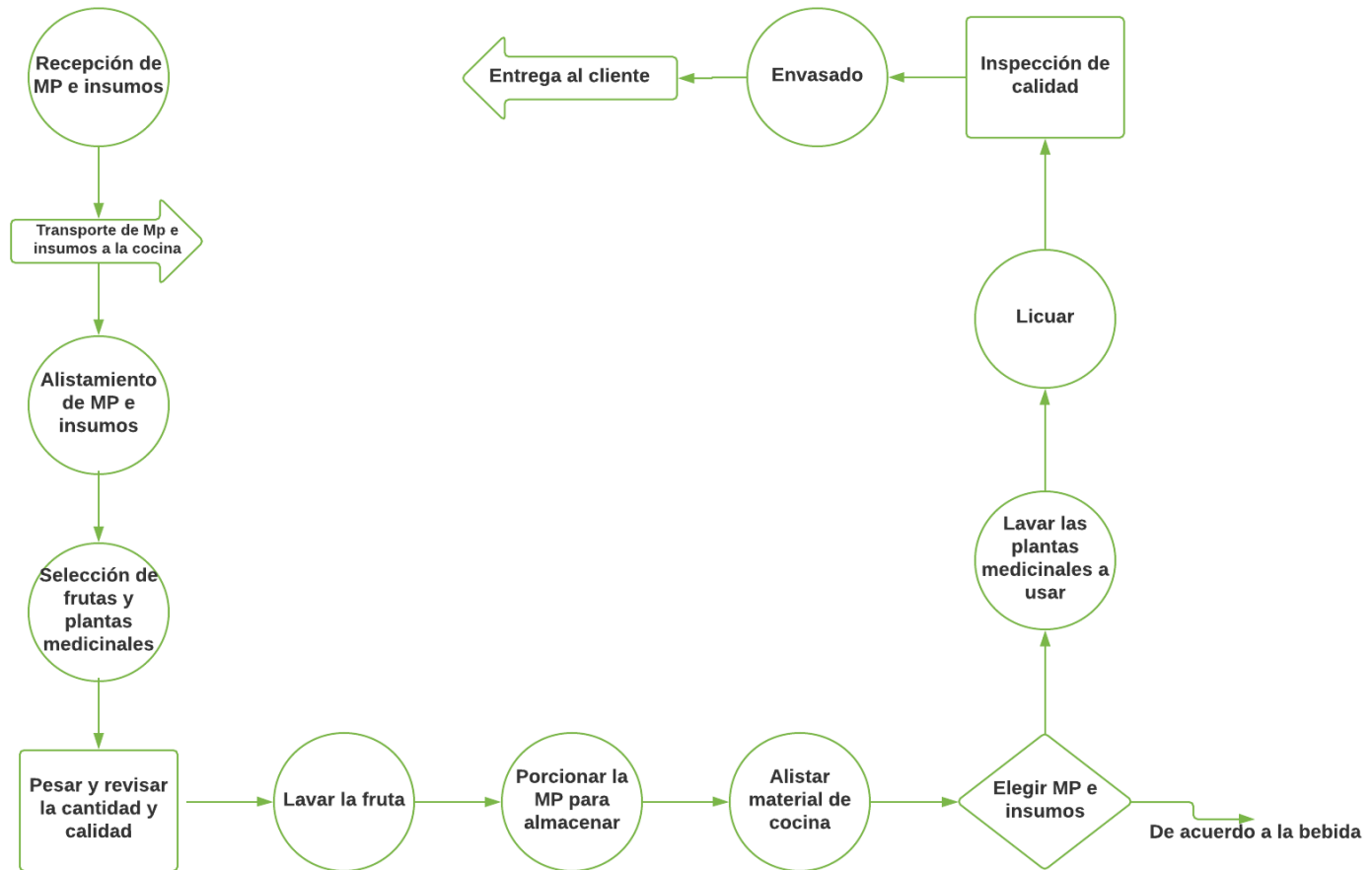


Figura 25. Diagrama de operaciones.
Fuente. Autores del proyecto

4.2.4 Diagrama de flujo.

DIAGRAMA DE FLUJO - ZUMOS DEL CAMPO LTDA

Yisell Navarro | March 16, 2018



Fuente. Autores del proyecto

4.2.5 Necesidades y requerimientos. Para la elaboración de las bebidas de Zumos del Campo, resultan indispensables las materias primas e insumos en su producción, además la maquinaria y equipo, utensilios de cocina, muebles y enseres y por último el talento humano que se requiere para cumplir con el objetivo de la organización.

4.2.5.1 Materia prima. Son los recursos extraídos de manera natural los cuales serán usados para el producto final, para la creación de la bebidas de Zumos del campo se tienen como materia prima las plantas medicinales, las frutas y el agua.

Plantas medicinales. Zumos del Campo para la producción de bebidas necesita primeramente el uso de plantas medicinales como lo son la albahaca, menta, toronjil, hierbabuena, limonaria, manzanilla y entre otras, las cuales serán obtenidas a través de convenios directamente con agricultores de la provincia y no por distribuidores, esto con el propósito de conocer la siembra de las plantas y así mismo para manejar los costos bajos en la compra en comparación a los vendedores.

Frutas. Otra materia prima a considerar en el proceso de producción de las bebidas resultando necesario son las frutas como la manzana, piña, mango, naranja, banano, sandia, papaya, entre otras frutas, mediante convenios con supermercados como autoservicio el campeón y el fruver del mercado campesino es donde se manejan precios asequibles y productos de calidad en la ciudad, por consiguiente estos dos establecimientos será donde se conseguirá dicha materia prima.

Agua. Es la materia prima indispensable en la producción ya que es la que permite mezclar las materias primas y los insumos. El agua se comprara por botellones de 20 litros directamente con el distribuidor principal de la ciudad que es Postobon.

Stevia. El endulzante a utilizar en las dos presentaciones de las bebidas es la Stevia que es procesada y apta para el consumo, la cual se agregara una baja proporción de este producto durante el proceso de producción a cada bebida.

4.2.5.2 Insumos. Son los productos terminados que serán utilizados en el proceso de producción para obtener el producto final el cual son las bebidas. Los insumos a emplear en las bebidas frías y calientes de Zumos del Campo son la avena en hojuelas, las uvas pasas, las almendras, el milo, la miel de abeja, la esencia de vainilla y el hielo.

4.2.5.3 Maquinaria y Equipo. Hace referencia a los requerimientos de batería de cocina como lo son el refrigerador, la estufa en acero inoxidable, el extractor, el lavaplatos, mesones de acero inoxidable, las repisas de acero, el escurridor de platos, así mismo la licuadora, el horno microondas, el extractor de jugos y la Gramera; es por medio de estas máquinas como se logra la transformación de la materia prima e insumos para la obtención del producto terminado. Por otra parte se tendrá el computador para registrar los ingresos y los egresos de dinero en el establecimiento.

Utensilios de cocina. Son los instrumentos que al usarlos permiten realizar determinada función como son los cuchillos, las tablas para picar, colador de acero, cucharon, pinza metálica,

recipientes plásticos, canastas, jarras plásticas, cucharas, copas, vaso roquero, copa Irlandés, manteles, servilleteros, entre otros.

4.2.5.4 Muebles y enseres. Son elementos u objetos que facilitan realizar una actividad, en Zumos del Campo se contará con Mesas Rimax cuatro puestos, Sillas sin brazos Rimax, mueble de caja registradora, biblioteca, escritorio y sofá.

4.2.5.5 Talento Humano. Para la puesta en marcha de Zumos del Campo, en la ejecución de las actividades de producción y comercialización de bebidas hechas a base de plantas medicinales con frutas, se requiere de un equipo de trabajo el cual consta de un personal capacitado o con conocimiento en gastronomía especialmente en la realización de bebidas, así mismo de un personal que haya tenido experiencia en atención al cliente y por último es importante el acompañamiento del personal capacitado funciones administrativas y contables, pues será quien lidere y dirija el establecimiento comercial.

Ver apéndice C. Cotización de necesidades y requerimientos

Ver apéndice D. Carta intensión de compra de la dotación del personal

4.2.6 Control de calidad. Para Zumos del Campo es de vital importancia ofrecer productos de alta calidad, por esta razón se harán los siguientes controles:

4.2.6.1 Control en la materia prima. Se llevará a cabo una inspección de la calidad en la que llega la materia prima en cuanto a sus características organolépticas (olor, color, textura,

sabor, apariencia), esto con el fin de no ingresar materia prima en mal estado la cual pueda afectar el producto terminado.

4.2.6.2 Control en el proceso. Se verificará que el operario del área de producción (cocina) cumpla con las especificaciones establecidas en la ficha técnica de cada producto.

4.2.6.3 Control del producto terminado. Se llevará a cabo en el área de producción antes de entregar el producto al cliente final para asegurar que éste salga en perfecto estado. Se verificarán sus características organolépticas.

4.2.6.4 Control de la maquinaria y equipo. Se inspeccionará el estado de la maquinaria y equipo con el fin de realizar el mantenimiento que sea necesario para garantizar su correcto funcionamiento.

4.2.7 Capacidad instalada. Teniendo en cuenta que la capacidad instalada se refiere al potencial máximo de producción que una empresa puede tener de acuerdo a sus recursos físicos, humanos y tecnológicos se logró determinar la capacidad instalada de Zumos del Campo considerando el tiempo que requiere la producción de cada bebida.

Tabla 22. *Tiempo para la elaboración de una bebida*

Procedimiento	Tiempo requerido
Alistamiento material de cocina	1 minuto
Elección de materia prima e insumos	2 minutos
Lavado de plantas medicinales	1 minuto
Licuada, inspección y envasado	105 segundos (1,75 minutos)
Total	5, 75 minutos

Fuente. Autores del proyecto

Para obtener el producto terminado se requieren de 5,75 minutos.

Horas de producción por día. Para la producción Zumos del Campo contará con un operario el cual laborará 8 horas diarias, de lunes a sábado, es decir, 6 días a la semana. Tanto en la jornada de la mañana como de la tarde se destinarán 10 minutos para realizar pausas activas, es decir, 20 minutos diarios. Por lo tanto:

$8 \text{ horas diarias} \times 60 \text{ minutos} = \mathbf{480 \text{ minutos}}$ $480 \text{ minutos} - 20 \text{ minutos (pausas activas)} = \mathbf{460 \text{ minutos de producción}}$ $460 \text{ minutos de producción} / 60 \text{ minutos} = \mathbf{7,67 \text{ horas diarias de producción}}$
--

Diariamente se dedican 7,67 horas a la producción de bebidas, lo que equivale a 460 minutos, es decir 27.600 segundos.

Horas de producción por semana

$460 \text{ minutos diarios de producción} \times 6 \text{ días a la semana} =$ $\mathbf{2.760 \text{ minutos semanales de producción} =}$ $\mathbf{46 \text{ horas de producción semanal}}$
--

Bebidas elaboradas diaria, semanal y mensualmente

Cantidad de bebidas a producir
$460 \text{ minutos diarios de pcc} / 5,75 \text{ minutos} = \mathbf{80 \text{ bebidas diarias}}$
$80 \text{ bebidas diarias} \times 6 \text{ días} = \mathbf{480 \text{ bebidas semanales}}$
$480 \text{ bebidas semanales} \times 4 \text{ semanas} = \mathbf{1.920 \text{ bebidas mensuales}}$

4.2.8 Localización. El proyecto tendrá como macro localización la ciudad de Ocaña, la cual está ubicada en el departamento de Norte de Santander. Está situada en la zona nororiental y conecta con las carreteras nacionales de Bucaramanga, Cúcuta y Santa Marta.

Ocaña se encuentra sobre la cordillera oriental en un territorio en el cual la región toma su nombre debido a su extensa área de influencia. Es la segunda ciudad del Departamento de Norte de Santander con 97.479 habitantes (a 2014), incluida el área rural y está situada a 8° 14' 15" Latitud Norte y 73° 2' 26" Longitud Oeste. Su altura sobre el nivel del mar es de 1.202 m; la superficie del municipio es 463Km², los cuales representan el 2,2% del departamento. La región en donde se encuentra Ocaña, se denomina "Provincia de Ocaña" la cual tiene un área de 8.602 km². Posee una altura máxima de 2.065 metros sobre el nivel del mar y una mínima de 761 metros sobre el nivel del mar. La temperatura promedio de Ocaña es de 22° C. Actualmente Ocaña ha tenido un desarrollo notable, ha concentrado sus actividades comerciales en microempresas y agricultura. (Alcaldía de Ocaña, 2014)

La zona o lugar de la ciudad de Ocaña donde se ubicará el establecimiento comercial de la microempresa Zumos del Campo es en el centro, de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se evidencia que el sitio de preferencia para encontrar la microempresa por la población estudiada es en la zona céntrica de la ciudad. Cabe mencionar que en esta zona se cuenta con un gran número de barrios los cuales conforman la Comuna 1. Llamada Central José Eusebio Caro. (Ver lista de barrios en la tabla 23)

Siendo esta zona el epicentro del comercio en Ocaña y es reconocida por el auge económico que ha desarrollado durante varios años, cuenta con empresas reconocidas en la región que ofrecen diferentes actividades comerciales como como lo son: la sede principal de Crediservir, Banco Davivienda, Banco Agrario, Bancolombia, Banco de Bogotá, BBVA, Banco Caja Social, entre otros; así mismo hoteles, restaurantes, cafeterías, panaderías, droguerías, supermercados, clínicas como la Torcoroma, Clínica del Divino Niño, consultorios médicos y odontológicos, Centros comerciales entre los más reconocidos están el C.C. Santa María, City Gold y Plazarella, almacenes de ropa y calzado, entro otros establecimientos comerciales.

Además cuenta con instituciones educativas como el Colegio José Eusebio Caro así mismo sus sedes David Hadad Salcedo y Simón Bolívar N. 1, Instituto Técnico Alfonso López, Colegio cristiano Luz y Vida, Instituto José Celestino Mutis, Don Bosco College, Escuela Modelo Adolfo Milanés, Colegio El Grillote, entre otras instituciones.

La decisión de ubicar la microempresa Zumos del Campo en el centro de la ciudad de Ocaña se ha tomado a partir del análisis de diversos factores como por ejemplo la gran movilidad, ya que al ser zona céntrica cuenta calles principales de Ocaña donde llegan vehículos que transportan a turistas; es importante resaltar que es en esta parte de la ciudad en la que diariamente habita un gran número de personas, los cuales pasan su tiempo de ocio en la calles del centro. Por otro lado es una zona que actualmente no cuenta con un establecimiento similar a la microempresa Zumos del campo, siendo esto una ventaja para la microempresa.

Por último, se debe resaltar que se tiene como proyección la puesta en marcha de dos remolques como puntos de venta con el fin de llegar a diferentes sectores de la ciudad y a su vez ampliar a Zumos del Campo; estos tendrían como ubicación la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y la Ciudadela Norte, en base a los resultados logrados en la investigación de mercados, ya que también son zonas muy transitadas y pobladas en Ocaña.

Tabla 23. *Barrios de la Comuna 1*

Comuna	Barrios y sectores que la componen
Comuna 1. Central José Eusebio Caro	Las Llanadas, 20 De Julio, El Llano Echavez, Las Cajas, Barrios Unidos: (El Tiber, Santa Marta, Sitio Nuevo y Villa Luz), Santa Ana, San José, Urbanización Central, Hacaritama, Tacaloa, San Agustín y La modelo. Además hacen parte de ésta los sectores: Caracolí, Totumalito, El Tope, El Playón, El Uvito, Punta del Llano, Santa Eudisia, Urbanización Marina, Santa Rita, San Francisco, Camino Viejo, Calle Escobar, Santa Bárbara, El Mercado, Los Altillos, La Rotina, San Cayetano, Tamaco, El Centro, Calle La Luz, La Popa, Venecia, Miraflores, El Torito, Calle de la Amargura, Calle del mango, El Cementerio, Divino Niño, Calle Antón García de Bonilla, Calle de los Teléfonos y demás proyectos urbanísticos.

Fuente. Plan de desarrollo municipal de Ocaña

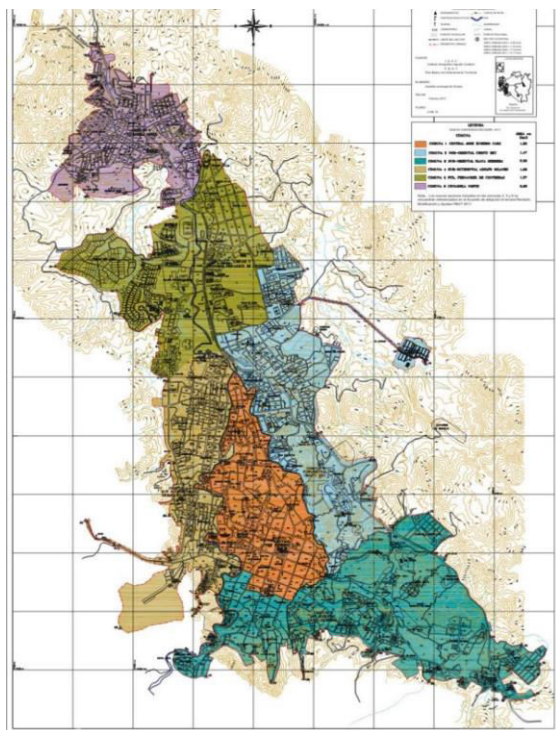


Figura 26. Macro localización de la microempresa Zumos del Campo.
Fuente. (Alcaldía de Ocaña - Norte de Santander, 2012)



Figura 27. Comunas del Municipio de Ocaña
Fuente. (Alcaldía de Ocaña - Norte de Santander, 2012)

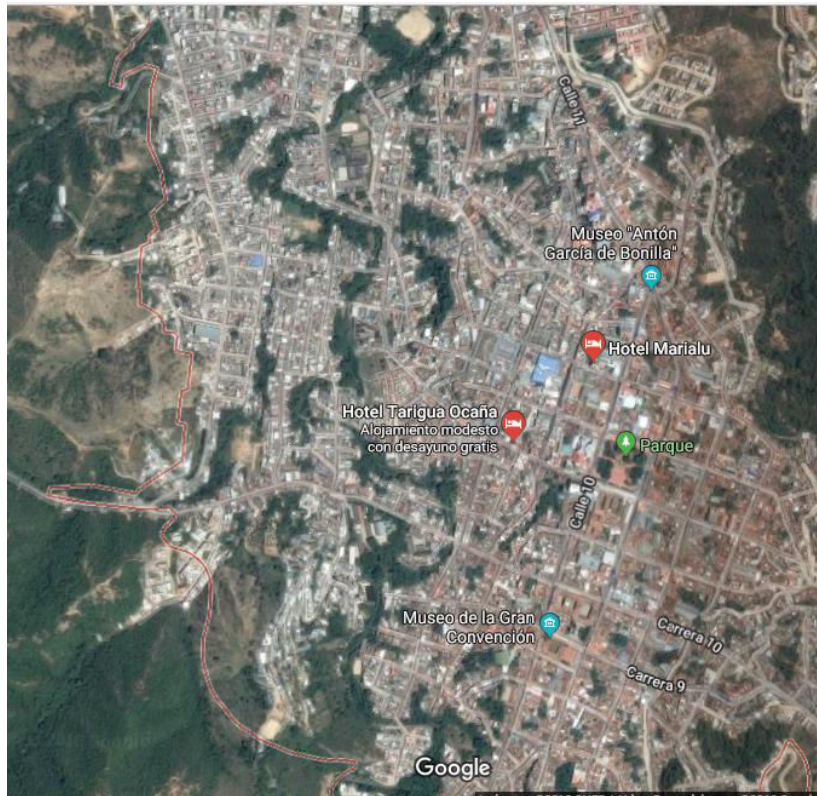


Figura 28. Zona céntrica de Ocaña
Fuente. Google Maps

4.2.9 Tamaño del proyecto. El tamaño del plan de negocios para la creación de la microempresa Zumos del Campo Ltda. En Ocaña Norte de Santander, se considera mediano por la materia prima, insumos, requerimientos físicos, tecnológicos, humanos, el proceso de producción y la fuente de financiación que se va utilizar para la puesta en marcha.

Conforme al estudio de mercado realizado, se determinó que el 95% de la población encuestada estaría dispuesta a probar una nueva fusión de plantas medicinales fusionado con frutas ácidas, semiácidas y dulces; en base a la información mencionada anteriormente se evidencia que la demanda de los productos será alta, ya que a los clientes les atrae todos los beneficios y variedades a brindar, considerando también que un poco más de la mitad de la

población (aproximadamente el 60%) ha consumido plantas medicinales en su versión original y además se tiene como proyección de acuerdo a la estrategia de distribución, invertir en remolques estáticos que serán puntos de venta de Zumos del Campo, los cuales estarán ubicados en diferentes zonas estratégicas, con el fin de llegar a más clientes y de esta manera aumentar la demanda cubriendo las exigencias del mercado. Respecto a la oferta del producto se estima vender aproximadamente 1.800 bebidas mensuales obteniendo de este modo una oferta mensual de 21.600 bebidas hechas a base de plantas medicinales.

Por otra parte, cabe resaltar que la financiación de esta idea a desarrollar es a través de recursos propios de los autores del proyecto y así mismo se recurrirá a un crédito con una entidad financiera, para cumplir con la totalidad de capital requerido en la consecución de Zumos del Campo.

La tecnología a utilizar no sería la más avanzada para realizar los procesos de producción, con el paso del tiempo y el aumento de la demanda se puede recurrir a lo último en tecnología y así ofrecer más productos.

Por último, la disponibilidad de la materia prima e insumos a utilizar se manejará a través de alianzas estratégicas con los proveedores de las plantas medicinales y frutas, las cuales conseguirán mediante convenios. Así mismo, se considera necesario con las utilidades a adquirir realizar inversiones en el cultivo de plantas medicinales y frutas para que en un tiempo determinado se deje de comprar dicha materia prima a los proveedores, de esta manera reducir costos de producción y así generar mayores ganancias.

4.2.10 Distribución en planta. La distribución en planta de la microempresa Zumos del Campo se diseñó teniendo en cuenta los espacios que se requieren para el correcto funcionamiento de la misma, ya que si esto no se tiene en cuenta se puede ver afectada la productividad, pues en muchos casos el flujo de trabajo puede ser interrumpido, causando efectos negativos en las actividades de la microempresa.

Para Zumos del Campo es importante que los clientes se sientan satisfechos no sólo por la calidad de las bebidas a ofrecer, sino también por la comodidad que genera el establecimiento comercial donde pueden llegar a consumir sus bebidas.

Para el inicio de Zumos del Campo se pretende laborar en un establecimiento comercial pequeño, pero cómodo, esto a raíz de que no se tiene la solvencia económica suficiente para contar con unas amplias instalaciones. Pero así mismo es importante resaltar que se tiene una proyección sobre la infraestructura que tendrá Zumos del Campo con el transcurso del tiempo, pues con sus utilidades se pretende contar con unas instalaciones amplias que permitan un mejor funcionamiento de la misma. Es por esta razón que se cuenta con dos planos de distribución, siendo el primero con el que se dará inicio a las actividades de Zumos del Campo, y el segundo la proyección que se desea lograr con el paso del tiempo.

El primer plano muestra el espacio donde se llevará a cabo la producción de las bebidas, contando con una barra que separa la cocina del lugar donde los clientes pueden degustar dichas bebidas.

El segundo plano muestra una infraestructura más amplia la cual cuenta con los siguientes espacios:

Zona de barra y caja. Está ubicada en la parte izquierda después de la entrada y allí es donde se atiende a los clientes y donde deben realizar el pago de sus bebidas después de su consumo. Además esta zona cuenta con disponibilidad para cuatro puestos.

Zona para el público (salón). En esta zona se encuentra un salón amplio donde se ubican las mesas y las sillas para que los clientes degusten las bebidas que ofrece Zumos del Campo.

Cocina y bodega. Esta es la zona donde se llevará a cabo el proceso de producción y de igual manera allí será almacenada la materia prima con el fin de reducir tiempos en cuanto a su transportación al punto donde será transformada para convertirse en un producto final. Se tendrán en cuenta las condiciones necesarias para que ésta se mantenga en perfecto estado.

Administración. Corresponde al espacio donde se encuentra el gerente para establecer las actividades de planeación, organización, dirección y control de la microempresa. Esto con el fin de llevar más de cerca los procesos de la misma.

Mini-biblioteca. Este es un espacio donde los clientes pueden escoger un libro de su preferencia para degustar la bebida acompañada de una buena lectura. Cuenta con estantes donde se encuentran los libros, con muebles y sillas para que los clientes tengan la opción de leer en ese

espacio cerrado o en el salón donde están ubicadas las mesas. Esta mini-biblioteca se implementó con el fin de incentivar el gusto por el buen leer.

Baños. Se contará con dos baños, uno para damas y otro para caballeros; cada uno cuenta con sus elementos necesarios, sanitarios, lavamanos, espejos, jabones, etc.

Para establecer la distribución en planta se tuvo en cuenta los siguientes criterios.

Funcionalidad. Que las cosas queden donde se puedan trabajar efectivamente.

Económico. Ahorro en distancias recorridas y utilización plena del espacio.

Flujo. Permitir que los procesos se den continuamente y sin tropiezos.

Comodidad. Cree espacios suficientes para el bienestar de los trabajadores y el traslado de los materiales.

Iluminación. No descuide este elemento dependiendo de la labor específica. (Serna, s.f.)

Ver apéndice E. Proyección de distribución en planta

4.2.11 Plan de producción. De acuerdo a la capacidad instalada de la microempresa Zumos del Campo la cual es de 1.920 bebidas mensuales, se determinó la producción que se tiene prevista llevar a cabo la cual se encuentra entre 70 y 80 bebidas diarias, obteniendo así una producción anual de 21.600 bebidas; siendo los tres primeros meses de baja producción, esto teniendo en cuenta que es una empresa nueva en el mercado.

Tabla 24. *Plan de producción*

Mes	Número de días por mes	Producción por día	Producción semanal	Producción mensual
Enero	25	71	426	1.704
Febrero	24	73	438	1.752
Marzo	24	74	444	1.776
Abril	25	75	450	1.800
Mayo	25	70	420	1.680
Junio	24	78	468	1.872
Julio	24	75	450	1.800
Agosto	24	76	456	1.824
Septiembre	25	77	462	1.848
Octubre	26	74	444	1.776
Noviembre	24	77	462	1.848
Diciembre	24	80	480	1.920
TOTAL	294	-	-	21.600

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 25. *Proyección anual del plan de producción*

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	21.600	22.680	23.814	25.005	26.255

Fuente. Autores del proyecto

4.2.12 Costos de producción. Es de vital importancia determinar los costos que incurren en cada una de las bebidas a ofrecer para definir el precio de venta al público. Se elaboró una hoja de costos para cada una de las bebidas teniendo en cuenta que no todas requieren de la misma materia prima.

Para determinar los costos que incurren en la producción de las bebidas fue necesario realizar un inventario del costo de la merma de la materia prima, teniendo en cuenta que para la

producción no se puede utilizar el 100% de las frutas y las plantas medicinales debido a que parte de éstas (piel de la fruta) no se utiliza en la elaboración del producto.

Para realizar este inventario se empleó el factor rendimiento el cual permite conocer la cantidad usable en comparación a la cantidad comprada logrando así conocer la cantidad de provecho apta para transformación que permita la obtención del producto terminado.

Luego de realizar el inventario de costo de merma se procedió a realizar los costos de la materia prima e insumos para cada una de las bebidas (frías y calientes).

Ver apéndice F. Inventario de costos de la merma

Ver apéndice G. Costo de la materia prima e insumos por bebida

Ver apéndice H. Costos de materia prima e insumos de acuerdo a las ventas mensuales de cada una de las bebidas

Así mismo, fue necesario realizar la nómina del operario de cocina y el mesero(a) quienes hacen parte de la mano de obra directa, logrando de este modo determinar el costo de producción de cada una de las bebidas.

Tabla 26. Nómina del operario de cocina y mesero (a)

Nombre del empleado	DEVENGADO							DEDUCCIONES			NETO PAGADO
	Salario	Días trabajados	Básico	Horas Extras	Comisiones	Auxilio de transporte	Total devengado	Aportes Salud	Aportes pensión	Total deducciones	
Ismael Arriaga	\$ 781.242	30	\$ 781.242			\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 62.499	\$ 806.954
Torcoroma Rojas	\$ 781.242	30	\$ 781.242			\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 62.499	\$ 806.954
TOTAL	\$ 1.562.484	30	\$ 1.562.484			\$ 176.422	\$ 1.738.906	\$ 62.500	\$ 62.500	\$ 124.998	\$ 1.613.908

DATOS LIQUIDACIÓN EMPLEADOR	
Periodo	01/01/2018 al 01/02/2018
Días laborados	30
Salario	\$ 781.242
Transporte	\$ 88.211
Prestaciones sociales	
Cesantías	\$ 72.454
Prima	\$ 72.454
Int. Sobre cesantías	\$ 725
Descanso remunerado	
Vacaciones	\$ 32.552
TOTAL	\$ 178.185

Prestaciones sociales	
Cesantías	\$ 72.425
Primas	\$ 72.425
Int. Sobre cesantías	\$ 8.695
Descanso remunerado	
Vacaciones	\$ 32.578
Aportes a la seguridad social	
Pensiones	\$ 93.749
Salud	\$ 66.406
Riesgos laborales	\$ 4.078
Parafiscales	
Parafiscales	\$ 70.312
Total	\$ 420.668

Fuente. Autores del proyecto

Total mano de obra directa			
Cargo	Neto pagado	Prestaciones sociales	TOTAL
Operario de cocina	\$ 806.954	\$ 420.668	\$ 1.227.622
Mesero (a)	\$ 806.954	\$ 420.668	\$ 1.227.622

Fuente. Autores del proyecto

4.2.12.1 Costo de venta. A continuación se detalla los costos que incurren en la fabricación de las bebidas.

Tabla 27. Costo de venta

COSTOS DE VENTAS						
DETALLE	SUELDO	NETO PAGADO	PRESTACIONES	TOTAL	MES	AÑO
Salario Chef	\$ 781.242	\$ 806.954	\$ 420.668	\$ 1.227.622	12	\$14.731.464
Salario Mesero(a)	\$ 781.242	\$ 806.954	\$ 420.668	\$ 1.227.622	12	\$14.731.464
DETALLE	VALOR MENSUAL			TOTAL	MES	AÑO
Arrendamiento	\$ 500.000			\$ 500.000	12	\$ 6.000.000
Servicios públicos	\$ 115.000			\$ 115.000	12	\$ 1.380.000
MP e insumos	\$ 3.251.325			\$ 3.251.325	12	\$39.015.900
TOTAL COSTOS DE VENTA MENSUAL				\$ 6.321.569	12	\$75.858.828
TOTAL COSTOS DE VENTA ANUAL						\$75.858.828

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 28. *Proyección de costos de ventas.*

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de venta	\$ 75.858.828	\$ 79.651.769	\$ 83.634.358	\$ 87.816.076	\$ 92.206.880

Fuente: Autores del proyecto

4.2.12.2 Hojas de costos. Se calculó los costos que incurren en la fabricación de cada una de las bebidas

Ver apéndice I. Hoja de costo de las bebidas que ofrece Zumos del Campo y su proyección

4.2.13 Precio de venta. El precio de venta de las bebidas de Zumos del Campo oscila entre \$ 4.000 y \$5.700 con un margen de utilidad del 50%. Para hallarlo se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo} + (\text{Costo} * \% \text{utilidad})$$

Tabla 29. *Precio de venta*

BEBIDA	COSTO	PRECIO DE VENTA
Mojito	$3.273 + (3.273 * 50\%)$	\$ 5.000
Festival amarillo	$3.406 + (3.406 * 50\%)$	\$ 5.200
Frutos exóticos	$3.317 + (3.317 * 50\%)$	\$ 5.000
Frutos especies	$3.084 + (3.084 * 50\%)$	\$ 4.700
Mix de Cítricos y Frutos Silvestres	$3.415 + (3.415 * 50\%)$	\$ 5.200
Daiquirí de milo	$3.763 + (3.763 * 50\%)$	\$ 5.700
Infusión estilo jamaicano	$2.934 + (2.934 * 50\%)$	\$ 4.500
Fresca armonía	$3.054 + (3.054 * 50\%)$	\$ 4.600
Frutos del bosque	$3.154 + (3.154 * 50\%)$	\$ 4.800
Festival cítrico	$2.652 + (2.652 * 50\%)$	\$ 4.000
Almendaris	$3.307 + (3.307 * 50\%)$	\$ 5.000
Maxifibra	$3.049 + (3.049 * 50\%)$	\$ 4.600

Fuente. Autores del proyecto

A continuación se muestra la proyección del precio de venta durante los primeros cinco años.

Tabla 30. *Proyección del precio de venta*

BEBIDA	PRECIO DE VENTA				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mojito	\$5.000	\$5.250	\$5.550	\$5.800	\$6.100
Festival amarillo	\$5.200	\$5.500	\$5.750	\$6.050	\$6.350
Frutos exóticos	\$5.000	\$5.250	\$5.550	\$5.800	\$6.100
Frutos especies	\$4.700	\$4.950	\$5.200	\$5.450	\$5.750
Mix de Cítricos y Frutos Silvestres	\$5.200	\$5.500	\$5.750	\$6.050	\$6.350
Daiquirí de milo	\$5.700	\$6.000	\$6.300	\$6.600	\$6.950
Infusión estilo jamaiquino	\$4.500	\$4.750	\$5.000	\$5.250	\$5.500
Fresca armonía	\$4.600	\$4.850	\$5.100	\$5.350	\$5.600
Frutos del bosque	\$4.800	\$5.050	\$5.300	\$5.600	\$5.850
Festival cítrico	\$4.000	\$4.200	\$4.450	\$4.650	\$4.900
Almendaris	\$5.000	\$5.250	\$5.550	\$5.800	\$6.100
Maxifibra	\$4.600	\$4.850	\$5.100	\$5.350	\$5.600

Fuente: Autores del proyecto

4.2.14 La carta. La carta de un restaurante es quizás la herramienta de marketing más importante, ya que ayuda a publicitar el local, sería como una especie de Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) que ayuda al propietario del restaurante a promocionar sus productos y elaboraciones, y atraer al comensal a su restaurante. Por lo tanto, el diseño del menú o carta es de suma importancia.

El menú o carta cumple una función informativa. Es decir, se exponen todos los platos que ofrece el restaurante. En algunos, además de relacionar el nombre de sus platos, añaden ingredientes y la forma en que se cocinan. (GASTROMKG, 2015)

Teniendo en cuenta lo anterior, para Zumos del Campo es muy importante crear su propia carta con el propósito de que los clientes conozcan acerca de las bebidas que se ofertan, logrando

así captar su atención; de igual manera para generar mayor satisfacción en los clientes ya que de esta forma ellos podrán elegir las bebidas de acuerdo a los ingredientes que quieran consumir.

Para estructurar la carta de Zumos del Campo se tuvo en cuenta varios aspectos como lo son: los colores que representan a esta microempresa, siendo en este caso el color verde principalmente; así mismo las bebidas fusión e infusión a ofrecer, dando una breve descripción sobre los ingredientes que componen cada una de ellas, relacionando así mismo su precio correspondiente.

Ver apéndice J. Carta de las bebidas de Zumos del Campo

4.3 Estudio administrativo y legal

4.3.1 Razón social. Zumos del Campo Ltda

4.3.2 Personalidad jurídica. Es muy importante que la microempresa Zumos del Campo al tratarse de una empresa nueva sea formalizada legalmente, para ello se ha decidido ser una sociedad de responsabilidad Limitada. A continuación se muestra el estatuto para la constitución de dicha microempresa.

ARTICULO PRIMERO. Constitución: Son socios de la compañía comercial Yisell Dayana Navarro Vaca, mayor de edad, domiciliada y residente en la ciudad de Ocaña e identificada con cédula de ciudadanía No. 1.091.675.961 de Ocaña, Norte de Santander; y Yessica Lorena Pineda Trigos, mayor de edad, domiciliada y residente en la ciudad de Ocaña e identificada con cédula de ciudadanía No. 1.091.675.775 de Ocaña, Norte de Santander,

manifestaron su voluntad de constituir una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada que se registrará por los siguientes estatutos.

ARTICULO SEGUNDO. Denominación: Girara bajo la denominación de ZUMOS DEL CAMPO LTDA.

ARTICULO TERCERO. Domicilio social: El domicilio de la sociedad será la ciudad de Ocaña, Norte de Santander pero podrá crear sucursales o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la junta general de socios y con arreglos a la ley.

ARTICULO CUARTO. Objeto social: La sociedad tendrá como objeto principal la siguiente actividad: producción y comercialización de bebidas a base de plantas medicinales, fusionados frutas en la presentación fría o caliente al gusto de la población en la ciudad Ocaña N. de S.

ARTICULO QUINTO. Capital: (monto del capital por el que se constituye la sociedad) con un valor nominal de dos millones quinientos mil de pesos (\$2.500.000), cada una, las cuales corresponden a los socios en proporción a sus aportes, totalmente pagados y recibidos a satisfacción de la sociedad, conforme se describe a continuación: **Socios- cuotas valor:** Yisell Dayana Navarro Vaca = \$2.500.000; Yessica Lorena pineda trigos = \$2.500.000, siendo el total de las cuotas de cinco millones de pesos (\$5.000.000), por otra parte se solicitará una financiación en un banco local por la suma de quince millones de pesos (\$15.000.000), a un tiempo de cinco (5) años. De esta manera se obtiene como capital total para la puesta en marcha de Zumos del Campo la suma de veinte millones de pesos (\$20.000.000).

ARTICULO SEXTO. Administración: El uso de la razón social de la Compañía y su representación legal y administrativa estarán a cargo de un Gerente con su respectivo Suplente,

(o de los cargos que se creen) quien remplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales con las mismas facultades y atribuciones de éste, designados por la Junta de Socios.

En el Gerente delegan los socios la personería de la empresa y su administración con las más amplias facultades dispositivas y administrativas.

ARTICULO SÉPTIMO. Funciones: Además de los actos de disposición y administración concernientes al giro ordinario de las operaciones de la Sociedad, son atribuciones del Gerente: a.- Representar legalmente a la sociedad y celebrar toda clase de actos o contratos sin límite de cuantía. (Los socios pueden limitar por cuantía). b.- Ejecutar las decisiones y órdenes de la Junta de Socios y convocarla cuando así lo requieran los intereses sociales. c.- Custodiar los bienes sociales. d.- Informar cada seis (6) meses a la Junta de Socios acerca de los negocios ejecutados y a ejecutarse. e.- Rendir los informes respectivos y presentar los balances anuales correspondientes. f.- Constituir apoderados o mandatarios que representen a la sociedad judicial administrativa o extrajudicialmente. g.- Nombrar y remover los empleados de la sociedad que no sean de la competencia de la Junta de Socios y fijarles su remuneración.

ARTICULO OCTAVO. Reuniones: La Junta general la integran los socios reunidos con el número de asistentes que sean requeridos y de esa manera se pueda adoptar una decisión formalmente válida; así como las demás condiciones establecidas en los estatutos y en la ley. Sus reuniones serán ordinarias o extraordinarias. Las ordinarias se celebraran dentro de los primeros meses de cada año, por convocatoria hecha por el gerente o el 20% de los socios, mediante comunicación escrita dirigida a cada uno de los socios con quince (15%) días hábiles de anticipación y su objeto será tratar y examinar cualquier situación relacionada con el giro normal de los negocios sociales. Si convocada la junta esta no se reúnen con la anticipación indicada, entonces se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, en la oficina de la

administración del domicilio. Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando las necesidades imprevistas o urgentes de la compañía así lo exijan, la convocatoria para este tipo de reuniones se hará en la misma forma prevista para las reuniones ordinarias pero con una antelación de cinco (5) días comunes.

ARTICULO NOVENO. Atribuciones: Son atribuciones de la Junta de Socios: 1.- Autorizar la reforma de los estatutos sociales 2.- Nombrar al Gerente y su suplente. (o los cargos que se creen) 3.- Reunirse ordinaria o extraordinariamente cuando lo estime conveniente o necesario 4.- Aprobar o improbar los balances. 5.- Decretar la venta total de los bienes sociales 6.- Decretar y distribuir las utilidades 7.- Crear y proveer los cargos que la ley o los estatutos señalen 8.- Acordar las reservas para la protección del capital social 9.- Decretar la disolución y liquidación de la Sociedad; 10.- Aprobar la cesión de cuotas o partes de interés social 11.- Las demás funciones que le corresponden como suprema autoridad directiva y administrativa de la Sociedad.

ARTICULO DÉCIMO. Balance: El treinta y uno (31) de Diciembre de cada año se cortarán las cuentas y se formará el balance de liquidación del respectivo ejercicio para ser sometidos al estudio y aprobación de la Junta de Socios; una vez aprobados, de las utilidades liquidadas resultantes se destinará el diez por ciento (10%) para la constitución de la reserva legal que debe ascender al cincuenta por ciento (50%) del capital social. Además de la anterior reserva, la Junta de Socios podrá crear o decretar las que considere convenientes o necesarias, siempre y cuando tengan una destinación específica y se aprueben con la mayoría prevista en estos Estatutos. Una vez deducidas las reservas, el saldo restante de las utilidades se acumulará con el fin de reinvertir dicho dinero en las operaciones de Zumos del Campo. Ninguno de los socios podrá retirar suma alguna de la Sociedad, salvo las utilidades que le correspondan después

del balance actual respectivo. Las pérdidas si las hubiere, se distribuirán igualmente entre los Socios en proporción a sus respectivos aportes.

ARTICULO DÉCIMO PRIMERO. Disolución: La Sociedad se disolverá: a.- Por expiración del término fijado para su duración o de las prórrogas que se hubieren acordado oportunamente; b.- Si las pérdidas redujeren el capital de la sociedad y las reservas, a menos del cincuenta por ciento (50%) de aquél; c.- Por decisión de todos los socios; d.- Por cualquiera otra causa legal.

ARTICULO DÉCIMO SEGUNDO. Liquidación: Disuelta la Sociedad, su liquidación se hará por el Gerente o por la persona o personas que la Junta de Socios designe. La liquidación se efectuará de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

4.3.3 Misión. Somos una empresa de elaboración y comercialización de bebidas de fusión e infusión hechas a base de plantas medicinales y frutas que satisfacen las necesidades de la población contribuyendo al bienestar y al cuidado de la salud mediante nuevas experiencias; trabajamos bajo políticas sociales y ambientales propias.

4.3.4 Visión. Posicionar Zumos del Campo como la empresa líder por su innovación en la producción y comercialización de productos elaborados a base de plantas medicinales y ser reconocida por su aporte en la adquisición de hábitos para llevar una vida saludable.

4.3.5 Objetivos. Ofrecer productos 100% naturales hechos a base de plantas medicinales con frutas, brindando un cuidado a la salud mediante los beneficios que ofrecen las bebidas.

Contar con excelente equipo de trabajo para lograr mayor productividad en Zumos del Campo.

Satisfacer las necesidades de los clientes por medio de las bebidas fusión e infusión, al aportar productos nutritivos y saludables permitiendo el reconocimiento de la marca.

Promover al equipo de trabajo a la creatividad, para innovar en los productos que se ofrecen y de esta manera incrementar el portafolio de productos.

Abrir otros puntos de ventas a través de remolques, con el fin de llegar a otras partes de la población de acuerdo a puntos estratégicos.

Utilizar las medidas de higiene y sanidad adecuadas para brindar productos aptos para el consumo humano.

Posicionar a la microempresa a nivel local y nacional para que de esta manera se puedan establecer permisos o licencias en el uso de la marca Zumos del campo mediante franquicia.

Realizar productos de alta calidad, conforme a la materia prima suministrada por proveedores conocidos en la ciudad.

4.3.6 Valores Corporativos. Zumos del Campo es una microempresa que trabaja en base a los siguientes valores.

Integridad. Nos relacionamos con los demás de una manera autentica y respetuosa, cumpliendo las promesas realizadas a los Stakeholders.

Pasión. Somos apasionados por nuestro trabajo, esforzándonos siempre por dar lo mejor de sí mismos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Respeto. Se admira, entiende y valora a nuestros clientes internos y externos en la microempresa Zumos del campo.

Responsabilidad. Mantendremos el compromiso de brindar productos saludables y 100% naturales, así mismo, adquirir la obligación con la sociedad de ofrecer

Honestidad. Tenemos la obligación y deber de ser transparentes en las actividades ya sea con proveedores, trabajadores, clientes y estado.

4.3.7 Principios. De acuerdo a nuestras normas y creencias se adoptaron como principios de Zumos del campo los siguientes:

Calidad. Los productos y servicios ofrecidos son de excelencia por la materia prima, insumos, implementos, así como el personal de trabajo, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

Mejora continua. Mejoramiento constante en los procesos y operaciones de la organización para obtener mejores resultados que direccionen hacia el éxito.

Trabajo en equipo. Contamos con el personal capacitado e íntegro para realizar las actividades, encaminados todos hacia el mismo objetivo en común.

Atención al cliente. Brindamos una excelente atención a nuestros clientes para que se sientan parte importante de la organización.

Comunicación. Se busca establecer fuertes lazos de comunicación con el fin de crear relaciones y conexiones tanto con los miembros de la empresa como con los clientes.

Pro actividad. Aprovecharemos las oportunidades diarias de acuerdo a los recursos con los que se cuente para actuar de forma positiva ante las dificultades que se vayan presentando, reaccionando al instante y de esta manera alcanzar el éxito.

4.3.8 Políticas.

4.3.8.1 Políticas de calidad. Para Zumos del Campo uno de los pilares fundamentales es la calidad de las bebidas a ofrecer y el servicio al cliente lo cual se logrará a través de estrategias de mejora continua en los procesos, productos y servicio a ofrecer, teniendo en cuenta así mismo la normatividad exigida en materia de seguridad alimentaria con el fin de brindar productos seguros y confiables logrando así un mayor nivel de satisfacción en los consumidores. Se ejecutarán controles de calidad y éstos se evidenciarán desde la recepción de materias primas hasta la entrega del producto al consumidor final.

4.3.8.2 Política de talento humano. El direccionamiento de Zumos del Campo hacia el éxito depende en gran proporción del talento humano, por esta razón la microempresa tendrá en cuenta criterios para la selección del personal en cuanto a sus actitudes, aptitudes y la experiencia en el cargo en el cual se desempeñará.

De igual manera, se llevarán a cabo estrategias que permitan crear un clima organizacional favorable de tal manera que genere motivación en el personal para la ejecución de sus actividades laborales.

De igual manera, se realizarán evaluaciones de desempeño con el fin de conocer el rendimiento del personal y así mismo medir el logro de los objetivos propuestos por Zumos del Campo.

Por último, se llevarán a cabo capacitaciones de personal que permitan fortalecer los conocimientos y las habilidades con el propósito de aumentar el rendimiento laboral.

4.3.8.3 Política de servicio al cliente. En busca de lograr la satisfacción de los clientes, Zumos del Campo está comprometida con ofrecer un óptimo servicio de atención al cliente de manera constante, respondiendo oportunamente a sus necesidades ofreciendo un amplio portafolio de bebidas que contribuyan al cuidado de la salud con el fin de que los clientes se familiaricen con la microempresa.

Cabe resaltar que se pretende conocer y analizar el comportamiento de los clientes, para satisfacer sus preferencias. Así mismo ante la inconformidad de un cliente insatisfecho, se escuchara su punto de vista para tomar los procedimientos necesarios y de esta manera cumplir con sus expectativas.

4.3.9 Organigrama. Al tratarse de una microempresa nueva se decidió incorporar tres puestos de trabajo debido a los costos que implica el manejo de personal.

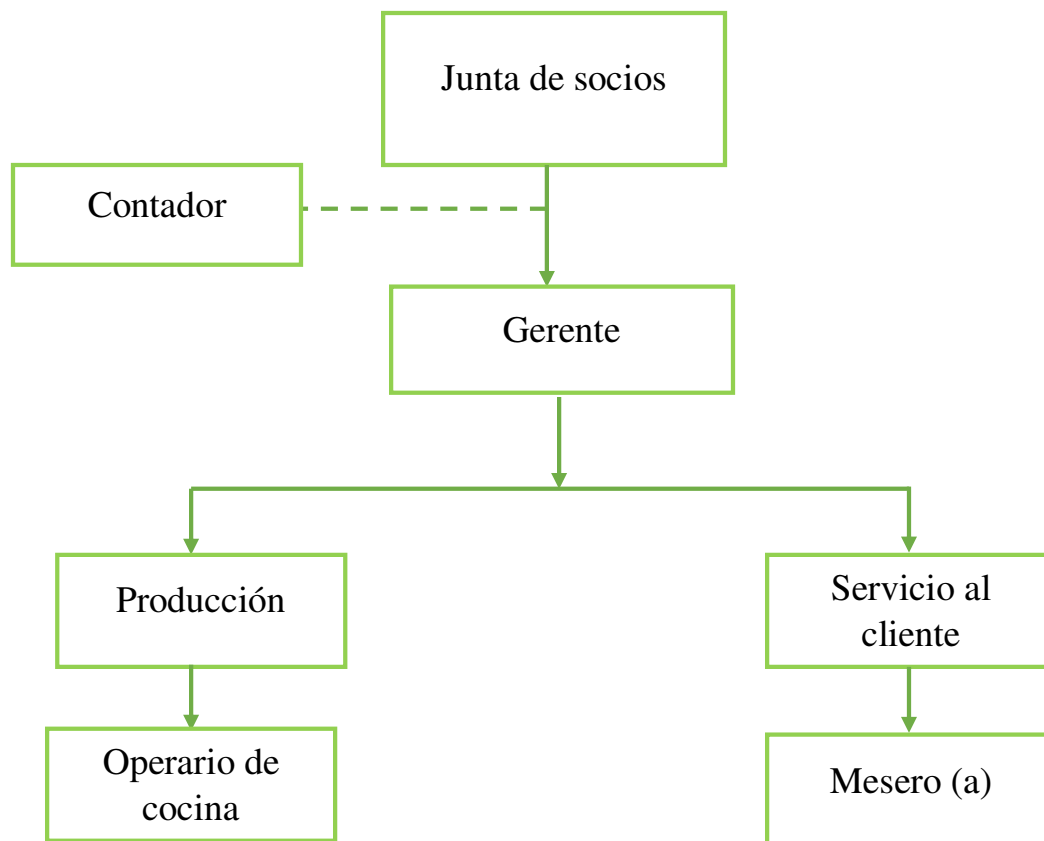


Figura 29. Organigrama Zumos del Campo
Fuente. Autores del proyecto

4.3.10 Manual de funciones. Da a conocer las funciones y responsabilidades de cada uno de los cargos de la estructura organizacional, así como las competencias laborales que se requieren para la ejecución de las actividades en cada uno de los puestos de trabajo.

Ver apéndice K. Manual de funciones Zumos del Campo Ltda.

4.3.11 Manual de salud y seguridad en el trabajo. Promover y brindar a los trabajadores a través del siguiente manual los posibles riesgos que pueden ocasionarse al realizar las actividades de la organización y así mismo se dictan las medidas preventivas que deben ejecutar ante un riesgo presente, cuya finalidad es ofrecer seguridad y salud a los colaboradores al desempeñarse en el lugar de trabajo.

Ver apéndice L. Manual de salud y seguridad en el trabajo Zumos del Campo Ltda.

4.3.12 Manual de higiene en el trabajo. Se ha establecido un manual de higiene en el trabajo que pretende no sólo proteger la salud física y mental de los colaboradores sino también la del cliente al consumir productos libres de contaminantes generando aportes a su salud.

Ver apéndice M. Manual de higiene en el trabajo - Zumos del Campo Ltda.

4.3.13 Reglamento interno de trabajo. Establece las normas internas que rigen las responsabilidades, derechos y deberes tanto del empleador como del empleado.

Ver apéndice N. Reglamento interno de trabajo de Zumos del Campo Ltda.

4.3.14 Aspectos legales para la constitución de la empresa. Para la puesta en marcha de Zumos del Campo se tendrá en cuenta los aspectos que se mencionan a continuación.

4.3.14.1 Sociedad de responsabilidad limitada de acuerdo al Código de Comercio.

TÍTULO V.

De la sociedad de Responsabilidad Limitada

ARTÍCULO 353. Responsabilidad de los socios en la sociedad de responsabilidad limitada. En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.

ARTÍCULO 354. Capital social en la sociedad de responsabilidad limitada. El capital social se pagará íntegramente al constituirse la compañía, así como al solemnizarse cualquier aumento del mismo. El capital estará dividido en cuotas de igual valor, cesibles en las condiciones previstas en la ley o en los estatutos.

Los socios responderán solidariamente por el valor atribuido a los aportes en especie.

ARTÍCULO 356. Número máximo de socios en la sociedad de responsabilidad limitada. Los socios no excederán de veinticinco. Será nula de pleno derecho la sociedad que se constituya con un número mayor. Si durante su existencia excediere dicho límite, dentro de los dos meses siguientes a la ocurrencia de tal hecho, podrá transformarse en otro tipo de sociedad o reducir el número de sus socios. Cuando la reducción implique disminución del capital social, deberá obtenerse permiso previo de la Superintendencia, so pena de quedar disuelta la compañía al vencerse el referido término.

ARTÍCULO 359. Junta de socios-decisiones en la sociedad de responsabilidad limitada. En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía.

En los estatutos podrá estipularse que en lugar de la absoluta se requerirá una mayoría decisoria superior.

ARTÍCULO 369. Derecho de inspección de los socios de la sociedad de responsabilidad limitada. Los socios tendrán derecho a examinar en cualquier tiempo, por sí o por medio de un representante, la contabilidad de la sociedad, los libros de registro de socios y de actas y en general todos los documentos de la compañía. (Secretaría General del Senado, 2018)

4.3.14.2 Requisitos comerciales. Establecer previamente el tipo de sociedad a constituir y el posible nombre.

Verificar en la página web de la cámara de comercio que el nombre de la empresa sea único y consultar la clasificación por actividad económica (código CIU).

Realizar documento privado de constitución, posterior a la reunión de junta de socios.

Autenticar las firmas del documento privado de constitución ante la notaria

Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial y Social – RUES-, el formulario adicional de registro con otras entidades y el formulario de matrícula mercantil ante el centro de atención empresarial de la Cámara de Comercio.

Inscribirse en el registro mercantil, en la Cámara de Comercio

Una vez relacionados los activos, pasivos y patrimonio, puede obtener el certificado de existencia y representación legal y debe crear una cuenta bancaria. (Actualícese, 2017)

4.3.14.3 Requisitos de funcionamiento. Teniendo en cuenta que Zumos del Campo funcionará en el municipio de Ocaña, se acudió a la Alcaldía para obtener información sobre los requisitos que se deben cumplir para el funcionamiento de esta microempresa, a continuación se muestra la información que se obtuvo por parte de la Secretaría de Hacienda.

Capítulo II. Impuesto de Industria y Comercio

Artículo 31. Autorización legal. El impuesto de industria y comercio y complementarios se encuentran autorizados por la Ley 14 de 1983.

Artículo 58. Registro. Los contribuyentes del impuesto de industria y comercio estarán obligados a registrarse ante la Secretaría de Hacienda Municipal – Jefatura de Rentas, dentro de los treinta (30) días siguientes a la iniciación de las actividades gravadas, suministrando los datos y documentos que exija la Administración Tributaria, de acuerdo con las instrucciones y formularios que para tal efecto expida dicha dependencia.

Artículo 61. Declaración de industria y comercio. Las personas naturales o jurídicas o sociedades de hecho que realicen actividades gravadas por el Impuesto de Industria y Comercio dentro de la jurisdicción del Municipio, están obligadas a presentar la declaración privada del mismo ante la Secretaría de Hacienda o en las entidades financieras autorizadas para ello. Por el

periodo gravable se entiende el tiempo dentro del cual se causa la obligación tributaria del Impuesto de Industria y Comercio, el cual es anual.

Parágrafo 1º Los contribuyentes sin domicilio en el Municipio que realicen actividades ocasionales podrán optar por no presentar la Declaración de Industria y Comercio, siempre que sus ingresos recibidos en el Municipio hayan sido objeto de Retención a título de este tributo. En caso contrario tienen la obligación de presentar la declaración correspondiente y pagar el impuesto a su cargo.

4.4 Factibilidad económica y financiera

4.4.1 Presupuestos de ingresos. El presupuesto ingresos muestra la entrada de dinero a la microempresa producto de sus ventas tanto en el primer año de funcionamiento como en los siguientes cuatro años donde se tiene en cuenta un incremento anual del 5%.

Para conocer el presupuesto de ingresos es necesario conocer las ventas que se tienen estimadas. Por ello, a continuación se muestran las siguientes tablas.

Tabla 31. *Producción diaria, semanal y mensual*

Mes	Número de días por mes	Producción por día	Producción semanal	Producción mensual
Enero	25	71	426	1.704
Febrero	24	73	438	1.752
Marzo	24	74	444	1.776
Abril	25	75	450	1.800
Mayo	25	70	420	1.680
Junio	24	78	468	1.872
Julio	24	75	450	1.800
Agosto	24	76	456	1.824

Septiembre	25	77	462	1.848
Octubre	26	74	444	1.776
Noviembre	24	77	462	1.848
Diciembre	24	80	480	1.920
TOTAL	294	-	-	21.600

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 32. *Producción mensual de cada una de las bebidas*

Mes	Producción mensual en general	Producción mensual de cada una de las bebidas
Enero	1.704	142
Febrero	1.752	146
Marzo	1.776	148
Abril	1.800	150
Mayo	1.680	140
Junio	1.872	156
Julio	1.800	150
Agosto	1.824	152
Septiembre	1.848	154
Octubre	1.776	148
Noviembre	1.848	154
Diciembre	1.920	160
	21.600	1.800

Fuente. Autores del proyecto

El procedimiento a seguir para obtener la tabla anterior fue: Dividir la producción mensual de la tabla 27 entre 12 que corresponde al número del tipo de bebidas a ofrecer en Zumos del Campo.

Tabla 33. Proyección de ingresos del año

PROYECCIÓN DE INGRESOS DE ACUERDO A LAS VENTAS DE CADA UNA DE LAS BEBIDAS												
# de bebidas al mes	Mojito	Festival amarillo	Frutos exóticos	Frutos especies	Daiquiri de milo	Mix de cítricos y frutos silvestres	Infusión estilo jamaicano	Festival cítrico	Almendaris	Frutos del bosque	Maxifibra	Fresca armonía
Enero 142	\$ 710.000	\$ 738.400	\$ 710.000	\$ 667.400	\$ 809.400	\$ 738.400	\$ 639.000	\$ 568.000	\$ 710.000	\$ 681.600	\$ 653.200	\$ 653.200
Febrero 146	\$ 730.000	\$ 759.200	\$ 730.000	\$ 686.200	\$ 832.200	\$ 759.200	\$ 657.000	\$ 584.000	\$ 730.000	\$ 700.800	\$ 569.400	\$ 671.600
Marzo 148	\$ 740.000	\$ 769.600	\$ 740.000	\$ 695.600	\$ 843.600	\$ 769.600	\$ 666.000	\$ 592.000	\$ 740.000	\$ 710.400	\$ 577.200	\$ 680.800
Abril 150	\$ 750.000	\$ 780.000	\$ 750.000	\$ 705.000	\$ 855.000	\$ 780.000	\$ 675.000	\$ 600.000	\$ 750.000	\$ 720.000	\$ 585.000	\$ 690.000
Mayo 140	\$ 700.000	\$ 728.000	\$ 700.000	\$ 658.000	\$ 798.000	\$ 728.000	\$ 630.000	\$ 560.000	\$ 700.000	\$ 672.000	\$ 546.000	\$ 644.000
Junio 156	\$ 780.000	\$ 811.200	\$ 780.000	\$ 733.200	\$ 889.200	\$ 811.200	\$ 702.000	\$ 624.000	\$ 780.000	\$ 748.800	\$ 608.400	\$ 717.600
Julio 150	\$ 750.000	\$ 780.000	\$ 750.000	\$ 705.000	\$ 855.000	\$ 780.000	\$ 675.000	\$ 600.000	\$ 750.000	\$ 720.000	\$ 585.000	\$ 690.000
Agosto 152	\$ 760.000	\$ 790.400	\$ 760.000	\$ 714.400	\$ 866.400	\$ 790.400	\$ 684.000	\$ 608.000	\$ 760.000	\$ 729.600	\$ 592.800	\$ 699.200
Septiembre 154	\$ 770.000	\$ 800.800	\$ 770.000	\$ 723.800	\$ 877.800	\$ 800.800	\$ 693.000	\$ 616.000	\$ 770.000	\$ 739.200	\$ 600.600	\$ 708.400
Octubre 148	\$ 740.000	\$ 769.600	\$ 740.000	\$ 695.600	\$ 843.600	\$ 769.600	\$ 666.000	\$ 592.000	\$ 740.000	\$ 710.400	\$ 577.200	\$ 680.800
Noviembre 154	\$ 770.000	\$ 800.800	\$ 770.000	\$ 723.800	\$ 877.800	\$ 800.800	\$ 693.000	\$ 616.000	\$ 770.000	\$ 739.200	\$ 600.600	\$ 708.400
Diciembre 160	\$ 800.000	\$ 832.000	\$ 800.000	\$ 752.000	\$ 912.000	\$ 832.000	\$ 720.000	\$ 640.000	\$ 800.000	\$ 768.000	\$ 624.000	\$ 736.000

Fuente. Autores del proyecto

La tabla muestra los ingresos de acuerdo al número de bebidas que se estima vender y su respectivo precio.

Tabla 34. *Ingresos mensuales*

Mes	Ingresos
Enero	\$ 8.278.600
Febrero	\$ 8.409.600
Marzo	\$ 8.524.800
Abril	\$ 8.640.000
Mayo	\$ 8.064.000
Junio	\$ 8.985.600
Julio	\$ 8.640.000
Agosto	\$ 8.755.200
Septiembre	\$ 8.870.400
Octubre	\$ 8.524.800
Noviembre	\$ 8.870.400
Diciembre	\$ 9.216.000
Ingreso anual	\$ 103.779.400

Nota. Para hallar los ingresos mensuales fue necesario la sumatoria de forma horizontal de la tabla anterior número 29. Fuente. Autores del proyecto

Tabla 35. Proyección de ingresos del año 2

PROYECCIÓN DE INGRESOS DE ACUERDO A LAS VENTAS DE CADA UNA DE LAS BEBIDAS												
# de bebidas al mes	Mojito	Festival amarillo	Frutos exóticos	Frutos especies	Daiquiri de milo	Mix de cítricos y frutos silvestres	Infusión estilo jamaicano	Festival cítrico	Almendaris	Frutos del bosque	Maxifibra	Fresca armonía
142	\$ 745.500	\$ 781.000	\$ 745.500	\$ 702.900	\$ 852.000	\$ 781.000	\$ 674.500	\$ 596.400	\$ 745.500	\$ 717.100	\$ 688.700	\$ 688.700
146	\$ 766.500	\$ 803.000	\$ 766.500	\$ 722.700	\$ 876.000	\$ 803.000	\$ 693.500	\$ 613.200	\$ 766.500	\$ 737.300	\$ 708.100	\$ 708.100
148	\$ 777.000	\$ 814.000	\$ 777.000	\$ 732.600	\$ 888.000	\$ 814.000	\$ 703.000	\$ 621.600	\$ 777.000	\$ 747.400	\$ 717.800	\$ 717.800
150	\$ 787.500	\$ 825.000	\$ 787.500	\$ 742.500	\$ 900.000	\$ 825.000	\$ 712.500	\$ 630.000	\$ 787.500	\$ 757.500	\$ 727.500	\$ 727.500
140	\$ 735.000	\$ 770.000	\$ 735.000	\$ 693.000	\$ 840.000	\$ 770.000	\$ 665.000	\$ 588.000	\$ 735.000	\$ 707.000	\$ 679.000	\$ 679.000
156	\$ 819.000	\$ 858.000	\$ 819.000	\$ 772.200	\$ 936.000	\$ 858.000	\$ 741.000	\$ 655.200	\$ 819.000	\$ 787.800	\$ 756.600	\$ 756.600
150	\$ 787.500	\$ 825.000	\$ 787.500	\$ 742.500	\$ 900.000	\$ 825.000	\$ 712.500	\$ 630.000	\$ 787.500	\$ 757.500	\$ 727.500	\$ 727.500
152	\$ 798.000	\$ 836.000	\$ 798.000	\$ 752.400	\$ 912.000	\$ 836.000	\$ 722.000	\$ 638.400	\$ 798.000	\$ 767.600	\$ 737.200	\$ 737.200
154	\$ 808.500	\$ 847.000	\$ 808.500	\$ 762.300	\$ 924.000	\$ 847.000	\$ 731.500	\$ 646.800	\$ 808.500	\$ 777.700	\$ 746.900	\$ 746.900
148	\$ 777.000	\$ 814.000	\$ 777.000	\$ 732.600	\$ 888.000	\$ 814.000	\$ 703.000	\$ 621.600	\$ 777.000	\$ 747.400	\$ 717.800	\$ 717.800
154	\$ 808.500	\$ 847.000	\$ 808.500	\$ 762.300	\$ 924.000	\$ 847.000	\$ 731.500	\$ 646.800	\$ 808.500	\$ 777.700	\$ 746.900	\$ 746.900
160	\$ 840.000	\$ 880.000	\$ 840.000	\$ 792.000	\$ 960.000	\$ 880.000	\$ 760.000	\$ 672.000	\$ 840.000	\$ 808.000	\$ 776.000	\$ 776.000
1800	\$ 9.450.000	\$ 9.900.000	\$ 9.450.000	\$ 8.910.000	\$ 10.800.000	\$ 9.900.000	\$ 8.550.000	\$ 7.560.000	\$ 9.450.000	\$ 9.090.000	\$ 8.730.000	\$ 8.730.000
TOTAL	\$ 110.520.000											

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 36. Proyección de ingresos del año 3

PROYECCIÓN DE INGRESOS DE ACUERDO A LAS VENTAS DE CADA UNA DE LAS BEBIDAS												
# de bebidas al mes	Mojito	Festival amarillo	Frutos exóticos	Frutos especies	Daiquiri de milo	Mix de cítricos y frutos silvestres	Infusión estilo jamaicano	Festival cítrico	Almendaris	Frutos del bosque	Maxifibra	Fresca armonía
142	\$ 788.100	\$ 816.500	\$ 788.100	\$ 738.400	\$ 894.600	\$ 816.500	\$ 710.000	\$ 631.900	\$ 788.100	\$ 752.600	\$ 724.200	\$ 724.200
146	\$ 810.300	\$ 839.500	\$ 810.300	\$ 759.200	\$ 919.800	\$ 839.500	\$ 730.000	\$ 649.700	\$ 810.300	\$ 773.800	\$ 744.600	\$ 744.600
148	\$ 821.400	\$ 851.000	\$ 821.400	\$ 769.600	\$ 932.400	\$ 851.000	\$ 740.000	\$ 658.600	\$ 821.400	\$ 784.400	\$ 754.800	\$ 754.800
150	\$ 832.500	\$ 862.500	\$ 832.500	\$ 780.000	\$ 945.000	\$ 862.500	\$ 750.000	\$ 667.500	\$ 832.500	\$ 795.000	\$ 765.000	\$ 765.000
140	\$ 777.000	\$ 805.000	\$ 777.000	\$ 728.000	\$ 882.000	\$ 805.000	\$ 700.000	\$ 623.000	\$ 777.000	\$ 742.000	\$ 714.000	\$ 714.000
156	\$ 865.800	\$ 897.000	\$ 865.800	\$ 811.200	\$ 982.800	\$ 897.000	\$ 780.000	\$ 694.200	\$ 865.800	\$ 826.800	\$ 795.600	\$ 795.600
150	\$ 832.500	\$ 862.500	\$ 832.500	\$ 780.000	\$ 945.000	\$ 862.500	\$ 750.000	\$ 667.500	\$ 832.500	\$ 795.000	\$ 765.000	\$ 765.000
152	\$ 843.600	\$ 874.000	\$ 843.600	\$ 790.400	\$ 957.600	\$ 874.000	\$ 760.000	\$ 676.400	\$ 843.600	\$ 805.600	\$ 775.200	\$ 775.200
154	\$ 854.700	\$ 885.500	\$ 854.700	\$ 800.800	\$ 970.200	\$ 885.500	\$ 770.000	\$ 685.300	\$ 854.700	\$ 816.200	\$ 785.400	\$ 785.400
148	\$ 821.400	\$ 851.000	\$ 821.400	\$ 769.600	\$ 932.400	\$ 851.000	\$ 740.000	\$ 658.600	\$ 821.400	\$ 784.400	\$ 754.800	\$ 754.800
154	\$ 854.700	\$ 885.500	\$ 854.700	\$ 800.800	\$ 970.200	\$ 885.500	\$ 770.000	\$ 685.300	\$ 854.700	\$ 816.200	\$ 785.400	\$ 785.400
160	\$ 888.000	\$ 920.000	\$ 888.000	\$ 832.000	\$ 1.008.000	\$ 920.000	\$ 800.000	\$ 712.000	\$ 888.000	\$ 848.000	\$ 816.000	\$ 816.000
1800	\$9.990.000	\$10.350.000	\$9.990.000	\$9.360.000	\$11.340.000	\$10.350.000	\$9.000.000	\$8.010.000	\$9.990.000	\$9.540.000	\$9.180.000	\$9.180.000
TOTAL	\$ 116.280.000											

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 37. Proyección de ingresos del año 4

PROYECCIÓN DE INGRESOS DE ACUERDO A LAS VENTAS DE CADA UNA DE LAS BEBIDAS												
# de bebidas al mes	Mojito	Festival amarillo	Frutos exóticos	Frutos especies	Daiquiri de milo	Mix de cítricos y frutos silvestres	Infusión estilo jamaicano	Festival citrico	Almendaris	Frutos del bosque	Maxifibra	Fresca armonia
142	\$ 823.600	\$ 859.100	\$ 823.600	\$ 773.900	\$ 937.200	\$ 859.100	\$ 745.500	\$ 660.300	\$ 823.600	\$ 795.200	\$ 759.700	\$ 759.700
146	\$ 846.800	\$ 883.300	\$ 846.800	\$ 795.700	\$ 963.600	\$ 883.300	\$ 766.500	\$ 678.900	\$ 846.800	\$ 817.600	\$ 781.100	\$ 781.100
148	\$ 858.400	\$ 895.400	\$ 858.400	\$ 806.600	\$ 976.800	\$ 895.400	\$ 777.000	\$ 688.200	\$ 858.400	\$ 828.800	\$ 791.800	\$ 791.800
150	\$ 870.000	\$ 907.500	\$ 870.000	\$ 817.500	\$ 990.000	\$ 907.500	\$ 787.500	\$ 697.500	\$ 870.000	\$ 840.000	\$ 802.500	\$ 802.500
140	\$ 812.000	\$ 847.000	\$ 812.000	\$ 763.000	\$ 924.000	\$ 847.000	\$ 735.000	\$ 651.000	\$ 812.000	\$ 784.000	\$ 749.000	\$ 749.000
156	\$ 904.800	\$ 943.800	\$ 904.800	\$ 850.200	\$ 1.029.600	\$ 943.800	\$ 819.000	\$ 725.400	\$ 904.800	\$ 873.600	\$ 834.600	\$ 834.600
150	\$ 870.000	\$ 907.500	\$ 870.000	\$ 817.500	\$ 990.000	\$ 907.500	\$ 787.500	\$ 697.500	\$ 870.000	\$ 840.000	\$ 802.500	\$ 802.500
152	\$ 881.600	\$ 919.600	\$ 881.600	\$ 828.400	\$ 1.003.200	\$ 919.600	\$ 798.000	\$ 706.800	\$ 881.600	\$ 851.200	\$ 813.200	\$ 813.200
154	\$ 893.200	\$ 931.700	\$ 893.200	\$ 839.300	\$ 1.016.400	\$ 931.700	\$ 808.500	\$ 716.100	\$ 893.200	\$ 862.400	\$ 823.900	\$ 823.900
148	\$ 858.400	\$ 895.400	\$ 858.400	\$ 806.600	\$ 976.800	\$ 895.400	\$ 777.000	\$ 688.200	\$ 858.400	\$ 828.800	\$ 791.800	\$ 791.800
154	\$ 893.200	\$ 931.700	\$ 893.200	\$ 839.300	\$ 1.016.400	\$ 931.700	\$ 808.500	\$ 716.100	\$ 893.200	\$ 862.400	\$ 823.900	\$ 823.900
160	\$ 928.000	\$ 968.000	\$ 928.000	\$ 872.000	\$ 1.056.000	\$ 968.000	\$ 840.000	\$ 744.000	\$ 928.000	\$ 896.000	\$ 856.000	\$ 856.000
1800	\$ 10.440.000	\$ 10.890.000	\$ 10.440.000	\$ 9.810.000	\$ 11.880.000	\$ 10.890.000	\$ 9.450.000	\$ 8.370.000	\$ 10.440.000	\$ 10.080.000	\$ 9.630.000	\$ 9.630.000
TOTAL	\$ 121.950.000											

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 38. Proyección de ingresos del año 5

PROYECCIÓN DE INGRESOS DE ACUERDO A LAS VENTAS DE CADA UNA DE LAS BEBIDAS												
# de bebidas al mes	Mojito	Festival amarillo	Frutos exóticos	Frutos especies	Daiquiri de milo	Mix de cítricos y frutos silvestres	Infusión estilo jamaicano	Festival citrico	Almendaris	Frutos del bosque	Maxifibra	Fresca armonía
142	\$ 866.200	\$ 901.700	\$ 866.200	\$ 816.500	\$ 986.900	\$ 901.700	\$ 781.000	\$ 695.800	\$ 866.200	\$ 830.700	\$ 795.200	\$ 795.200
146	\$ 890.600	\$ 927.100	\$ 890.600	\$ 839.500	\$ 1.014.700	\$ 927.100	\$ 803.000	\$ 715.400	\$ 890.600	\$ 854.100	\$ 817.600	\$ 817.600
148	\$ 902.800	\$ 939.800	\$ 902.800	\$ 851.000	\$ 1.028.600	\$ 939.800	\$ 814.000	\$ 725.200	\$ 902.800	\$ 865.800	\$ 828.800	\$ 828.800
150	\$ 915.000	\$ 952.500	\$ 915.000	\$ 862.500	\$ 1.042.500	\$ 952.500	\$ 825.000	\$ 735.000	\$ 915.000	\$ 877.500	\$ 840.000	\$ 840.000
140	\$ 854.000	\$ 889.000	\$ 854.000	\$ 805.000	\$ 973.000	\$ 889.000	\$ 770.000	\$ 686.000	\$ 854.000	\$ 819.000	\$ 784.000	\$ 784.000
156	\$ 951.600	\$ 990.600	\$ 951.600	\$ 897.000	\$ 1.084.200	\$ 990.600	\$ 858.000	\$ 764.400	\$ 951.600	\$ 912.600	\$ 873.600	\$ 873.600
150	\$ 915.000	\$ 952.500	\$ 915.000	\$ 862.500	\$ 1.042.500	\$ 952.500	\$ 825.000	\$ 735.000	\$ 915.000	\$ 877.500	\$ 840.000	\$ 840.000
152	\$ 927.200	\$ 965.200	\$ 927.200	\$ 874.000	\$ 1.056.400	\$ 965.200	\$ 836.000	\$ 744.800	\$ 927.200	\$ 889.200	\$ 851.200	\$ 851.200
154	\$ 939.400	\$ 977.900	\$ 939.400	\$ 885.500	\$ 1.070.300	\$ 977.900	\$ 847.000	\$ 754.600	\$ 939.400	\$ 900.900	\$ 862.400	\$ 862.400
148	\$ 902.800	\$ 939.800	\$ 902.800	\$ 851.000	\$ 1.028.600	\$ 939.800	\$ 814.000	\$ 725.200	\$ 902.800	\$ 865.800	\$ 828.800	\$ 828.800
154	\$ 939.400	\$ 977.900	\$ 939.400	\$ 885.500	\$ 1.070.300	\$ 977.900	\$ 847.000	\$ 754.600	\$ 939.400	\$ 900.900	\$ 862.400	\$ 862.400
160	\$ 976.000	\$ 1.016.000	\$ 976.000	\$ 920.000	\$ 1.112.000	\$ 1.016.000	\$ 880.000	\$ 784.000	\$ 976.000	\$ 936.000	\$ 896.000	\$ 896.000
1800	\$ 10.980.000	\$ 11.430.000	\$ 10.980.000	\$ 10.350.000	\$ 12.510.000	\$ 11.430.000	\$ 9.900.000	\$ 8.820.000	\$ 10.980.000	\$ 10.530.000	\$ 10.080.000	\$ 10.080.000
TOTAL	128.070.000											

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 39. Proyección de ingresos

Periodo	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos	\$ 103.779.400	\$ 110.520.000	\$ 116.280.000	\$ 121.950.000	\$ 128.070.000

Fuente. Autores del proyecto

Nota. La tabla muestra los ingresos proyectados durante los primeros cinco (5) años de funcionamiento de la microempresa Zumos del Campo con un incremento anual del 5% teniendo en cuenta el promedio del IPC en los últimos cuatro años.

4.4.2 Presupuesto de egresos. En el presupuesto de egresos se ven reflejadas las salidas de dinero por concepto de maquinaria y equipo, muebles y enseres y utensilios de cocina los cuales son indispensables para llevar a cabo las operaciones la microempresa Zumos del Campo.

4.4.2.1 Maquinaria y equipo. Incluye los equipos necesarios para el proceso de elaboración de las bebidas.

Tabla 40. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor total
1	Mesón en acero inoxidable	\$ 1.390.000	\$ 1.390.000
1	Congelador tipo cofre	\$ 1.750.000	\$ 1.750.000
1	Repisa superior en acero inoxidable	\$ 450.000	\$ 450.000
2	Licuada de vidrio	\$ 140.000	\$ 280.000
1	Horno Microondas en acero inoxidable	\$ 240.000	\$ 240.000
1	Extractor de jugos Oster	\$ 260.000	\$ 260.000
1	Nevera 250 L	\$ 666.300	\$ 666.300
1	Gramera digital	\$ 80.000	\$ 80.000
1	Computador de mesa	\$ 919.800	\$ 919.800
	TOTAL	\$ 5.896.100	\$ 6.036.100

Fuente. Autores del proyecto

4.4.2.2 Muebles y enseres. Corresponde a las mesas, sillas, muebles, servilleteros y demás elementos que se ubican en la zona para el público.

Tabla 41. *Muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor total
5	Mantel	\$ 15.000	\$ 75.000
5	Mesa Rimax Eterna Wengue cuatro puestos	\$ 65.000	\$ 325.000
20	Sillas Eterna sin brazos Rimax en Plástico	\$ 30.000	\$ 600.000
5	Servilleteros	\$ 5.000	\$ 25.000
20	Individuales para vasos x 4 Und	\$ 3.000	\$ 60.000
5	Azucarera con Cuchara de 300 g	\$ 8.000	\$ 40.000
2	Tapetes	\$ 15.000	\$ 30.000
1	Mueble de caja registradora	\$ 300.000	\$ 300.000
1	Mueble de biblioteca	\$ 112.000	\$ 112.000
1	Sofá	\$ 550.000	\$ 550.000
	TOTAL	\$ 1.103.000	\$ 2.117.000

Fuente. Autores del proyecto

4.4.2.3 Utensilios de cocina. Incluye todo lo relacionado al área de cocina, son elementos necesarios para la fabricación de las bebidas.

Tabla 42. *Utensilios de cocina.*

UTENSILIOS DE COCINA			
Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor Total
4	Tabla en acrílico para picar de 30 x 20 cm, rectangular.	\$ 12.000	\$ 48.000
2	Cuchillo en acero inoxidable de 20 cm	\$ 25.000	\$ 50.000
2	Cuchillo en acero inoxidable de 13 cm	\$ 17.000	\$ 34.000
4	Pinza metálica para alimentos en acero de 14 pulgadas	\$ 6.000	\$ 24.000
4	Colador de acero con malla fina de 16 cm de diámetro	\$ 16.000	\$ 64.000

6	Cucharon en acero y nylon	\$ 5.500	\$ 33.000
25	Recipientes plásticos	\$ 6.000	\$ 1.500.000
3	Canastas	\$ 8.000	\$ 24.000
2	Tijeras para cocina en acero inoxidable	\$ 10.000	\$ 20.000
10	Jarras plásticas 1,2 lt	\$ 5.000	\$ 50.000
2	Juegos de cucharas x 6 en acero	\$ 6.000	\$ 12.000
4	Bandejas plásticas de 44 x 35 cm	\$ 4.500	\$ 18.000
2	Juego de Porcionador de frutas	\$ 3.000	\$ 6.000
6	Juego de cucharitas metálicas x 6 Unidades	\$ 2.000	\$ 12.000
6	Vasos de 11 Onzas x 6 Unidades	\$ 22.000	\$ 132.000
10	Copas de 18 OZ	\$ 3.500	\$ 35.000
15	Vaso roquero	\$ 3.000	\$ 45.000
15	Copa Irlandés 4,8 OZ	\$ 6.000	\$ 90.000
TOTAL		\$ 160.500	\$ 2.197.000

Fuente. Autores del proyecto

TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 6.036.100
TOTAL UTENSILIOS DE COCINA	\$ 2.197.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.117.000
TOTAL	\$ 10.350.100

Fuente. Autores del proyecto

4.4.2.4 Dotación para el personal. Corresponde a los uniformes que serán entregados al personal cada 4 meses.

Tabla 43. *Dotación para el personal*

DOTACIÓN PARA EL PERSONAL	
Descripción	Valor
Camisa manga corta con cuello	\$ 30.000
Uniforme de operario de cocina	\$ 90.000
Camisa tipo polo	\$ 30.000
Zapatos	\$ 30.000
TOTAL	\$ 180.000

Fuente. Autores del proyecto

Ver apéndice O. Dotación para el personal

4.4.3 Depreciación. Se refiere a la disminución del valor de los bienes materiales que hacen parte de Zumos del Campo la cual se obtiene de dividir el valor del bien o activo entre la vida útil del mismo.

Depreciación de maquinaria y equipo. Su depreciación es de diez (10) años, entonces:

$$\text{Depreciación anual} = \$ 6.036.100 / 10 = \$ 603.610$$

Depreciación de muebles y enseres. Su depreciación es de cinco (5) años, entonces:

$$\text{Depreciación anual} = \$ 2.117.000 / 5 = \$ 423.400$$

Depreciación de utensilios de cocina. Su depreciación es de tres (3) años, entonces:

$$\text{Depreciación anual} = \$ 2.197.000 / 3 = \$ 732.333$$

De acuerdo a lo anterior, se puede concluir que la depreciación anual de los activos fijos de Zumos del Campo es de \$ 1.759.343

Tabla 44. Depreciación de maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Activo a depreciar	\$ 6.036.100										
Depreciación		\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610	\$ 603.610
Valor por depreciar		\$ 5.432.490	\$ 4.828.880	\$ 4.225.270	\$ 3.621.660	\$ 3.018.050	\$ 2.414.440	\$ 1.810.830	\$ 1.207.220	\$ 603.610	\$ 0

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 45. Depreciación de muebles y enseres

Muebles y enseres	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Activo a depreciar	\$ 2.117.000					
Depreciación		\$ 423.400	\$ 423.400	\$ 423.400	\$ 423.400	\$ 423.400
Valor por depreciar		\$ 1.693.600	\$ 1.270.200	\$ 846.800	\$ 423.400	-

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 46. Depreciación de utensilios de cocina

Utensilios de cocina	2018	2019	2020	2021
Activo a depreciar	\$ 2.197.000			
Depreciación		\$ 732.333	\$ 732.333	\$ 732.333
Valor por depreciar		\$ 1.464.667	\$ 732.333	\$ 0

Fuente. Autores del proyecto

4.4.4 Gastos operacionales. Dentro de estos gastos se encuentran los administrativos y los de venta. A continuación se muestran los gastos mensuales de la microempresa Zumos del Campo junto a la proyección de los primeros 5 años donde se tuvo en cuenta un incremento anual del 5%.


4.4.4.1 Gastos de administración. Dentro de estos se encuentra el sueldo del gerente, los honorarios del contador, la papelería, los elementos de aseo, dotación y suministro a trabajadores y la publicidad.

Tabla 47. *Gastos de administración y de venta*

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Mano de obra						
Detalle	Sueldo	Neto pagado	Prestaciones	Total	Mes	Año
Salario administrador	\$ 781.242	\$ 806.954	\$ 420.668	\$ 1.227.622	12	\$ 14.731.464
Total gastos mano de obra	\$ 781.242	\$ 806.954	\$ 420.668	\$ 1.227.622	12	\$ 14.731.464
Otros gastos						
Detalle	Valor mensual				Mes	Año
Honorarios contador	\$ 300.000				12	\$ 3.600.000
Papelería	\$ 30.000				12	\$ 360.000
Dotación y suministro a trabajadores	\$ 45.000				12	\$ 540.000
Elementos aseo	\$ 50.000				12	\$ 600.000
Total otros gastos	\$425.000				12	\$5.100.000
GASTOS DE VENTA						
Detalle	Valor mensual				Mes	Año
Publicidad	\$ 234.000				12	\$ 2.808.000
Total gastos de venta	\$ 234.000				12	\$ 2.808.000
TOTAL GASTOS						\$ 22.639.464

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 48. Nómina gerente

 NÓMINA GERENTE Periodo: 01 de enero al 31 de enero de 2018											
Nombre del empleado	DEVENGADO							DEDUCCIONES			NETO PAGADO
	Salario	Días trabajados	Básico	Horas Extras	Comisiones	Auxilio de transporte	Total devengado	Aportes Salud	Aportes pensión	Total deducciones	
Pepito Peláez	\$ 781.242	30	\$ 781.242			\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 62.499	\$ 806.954
TOTAL	\$ 781.242	30	\$ 781.242			\$ 88.211	\$ 869.453	\$ 31.250	\$ 31.250	\$ 62.499	\$ 806.954

Datos liquidación	
Periodo	01/01/2018 al 01/02/2018
Días laborados	30
Salario	\$ 781.242
Transporte	\$ 88.211
Prestaciones sociales	
Cesantías	\$ 72.454
Prima	\$ 72.454
Int. Sobre cesantías	\$ 725
Descanso remunerado	
Vacaciones	\$ 32.552
TOTAL	\$ 178.185

Provisión mensual	
Salario	\$ 781.242
Transporte	\$ 88.211
Prestaciones sociales	
Cesantías	\$ 72.425
Primas	\$ 72.425
Int. Sobre cesantías	\$ 8.695
Descanso remunerado	
Vacaciones	\$ 32.578
Aportes a la seguridad social	
Pensiones	\$ 93.749
Salud	\$ 66.406
Riesgos laborales	\$ 4.078
Parafiscales	
Parafiscales	\$ 70.312
Total	\$ 1.290.121

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 49. Proyección de gasto

PROYECCIÓN DE GASTOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario administrador	\$ 14.731.464	\$ 15.468.037	\$ 16.241.439	\$ 17.053.511	\$ 17.906.187
Honorarios	\$ 3.600.000	\$ 3.780.000	\$ 3.969.000	\$ 4.167.450	\$ 4.375.823
Papelería	\$ 360.000	\$ 378.000	\$ 396.900	\$ 416.745	\$ 437.582
Dotación y suministro a trabajadores	\$ 540.000	\$ 567.000	\$ 595.350	\$ 625.118	\$ 656.373
Elementos de aseo	\$ 600.000	\$ 630.000	\$ 661.500	\$ 694.575	\$ 729.304
Publicidad	\$ 2.808.000	\$ 2.948.400	\$ 3.095.820	\$ 3.250.611	\$ 3.413.142
TOTAL GASTOS	\$ 22.639.464	\$ 23.771.437	\$ 24.960.009	\$ 26.208.010	\$ 27.518.410

Nota. La proyección de gastos se estimó con un incremento anual del 5% teniendo en cuenta el promedio del IPC en los últimos cuatro años. Fuente. Autores del proyecto.

4.4.5 Fuentes de financiación. Para poner en marcha la microempresa Zumos del Campo Ltda, se recurrirá a una entidad financiera para solicitar un crédito.

Para esto se tomó el promedio de las tasas de interés que brindan 5 bancos: Banco BBVA 18,21%, Banco de Bogotá 19,16%, Bancolombia 18,07% Banco Popular 14,61% Banco de Occidente 17,87%.

Tabla 50. Información del crédito

Monto	\$ 15.000.000
Plazo	60 Meses
Tasa promedio anual	17,58%
Tasa promedio mensual	1,36%

Fuente. Autores del proyecto

4.4.5.1 Amortización anual del préstamo

Periodo	Saldo	Cuota	Intereses	Abono Capital	Saldo Final
1	\$ 15.000.000	\$ 4.407.914	\$ 2.294.545	\$ 2.113.369	\$ 12.886.631
2	\$ 12.886.631	\$ 4.407.914	\$ 1.922.638	\$ 2.485.276	\$ 10.401.355
3	\$ 10.401.355	\$ 4.407.914	\$ 1.485.284	\$ 2.922.630	\$ 7.478.725
4	\$ 7.478.725	\$ 4.407.914	\$ 970.965	\$ 3.436.949	\$ 4.041.776
5	\$ 4.041.776	\$ 4.407.914	\$ 366.138	\$ 4.041.776	\$ 0

Fuente. Autores del proyecto

4.4.5.2 Amortización mensual del préstamo

Periodo	Saldo	Cuota	Intereses	Abono Capital	Saldo Final
1	\$ 15.000.000	\$ 367.326	\$ 204.000	\$ 163.326	\$ 14.836.674
2	\$ 14.836.674	\$ 367.326	\$ 201.779	\$ 165.547	\$ 14.671.126
3	\$ 14.671.126	\$ 367.326	\$ 199.527	\$ 167.799	\$ 14.503.328
4	\$ 14.503.328	\$ 367.326	\$ 197.245	\$ 170.081	\$ 14.333.247
5	\$ 14.333.247	\$ 367.326	\$ 194.932	\$ 172.394	\$ 14.160.853
6	\$ 14.160.853	\$ 367.326	\$ 192.588	\$ 174.739	\$ 13.986.114
7	\$ 13.986.114	\$ 367.326	\$ 190.211	\$ 177.115	\$ 13.808.999
8	\$ 13.808.999	\$ 367.326	\$ 187.802	\$ 179.524	\$ 13.629.475
9	\$ 13.629.475	\$ 367.326	\$ 185.361	\$ 181.965	\$ 13.447.510
10	\$ 13.447.510	\$ 367.326	\$ 182.886	\$ 184.440	\$ 13.263.070
11	\$ 13.263.070	\$ 367.326	\$ 180.378	\$ 186.948	\$ 13.076.122
12	\$ 13.076.122	\$ 367.326	\$ 177.835	\$ 189.491	\$ 12.886.631
13	\$ 12.886.631	\$ 367.326	\$ 175.258	\$ 192.068	\$ 12.694.563
14	\$ 12.694.563	\$ 367.326	\$ 172.646	\$ 194.680	\$ 12.499.883
15	\$ 12.499.883	\$ 367.326	\$ 169.998	\$ 197.328	\$ 12.302.555
16	\$ 12.302.555	\$ 367.326	\$ 167.315	\$ 200.011	\$ 12.102.544
17	\$ 12.102.544	\$ 367.326	\$ 164.595	\$ 202.732	\$ 11.899.812
18	\$ 11.899.812	\$ 367.326	\$ 161.837	\$ 205.489	\$ 11.694.323
19	\$ 11.694.323	\$ 367.326	\$ 159.043	\$ 208.283	\$ 11.486.040
20	\$ 11.486.040	\$ 367.326	\$ 156.210	\$ 211.116	\$ 11.274.924
21	\$ 11.274.924	\$ 367.326	\$ 153.339	\$ 213.987	\$ 11.060.937
22	\$ 11.060.937	\$ 367.326	\$ 150.429	\$ 216.897	\$ 10.844.039
23	\$ 10.844.039	\$ 367.326	\$ 147.479	\$ 219.847	\$ 10.624.192
24	\$ 10.624.192	\$ 367.326	\$ 144.489	\$ 222.837	\$ 10.401.355
25	\$ 10.401.355	\$ 367.326	\$ 141.458	\$ 225.868	\$ 10.175.487
26	\$ 10.175.487	\$ 367.326	\$ 138.387	\$ 228.940	\$ 9.946.548
27	\$ 9.946.548	\$ 367.326	\$ 135.273	\$ 232.053	\$ 9.714.495

28	\$ 9.714.495	\$ 367.326	\$ 132.117	\$ 235.209	\$ 9.479.285
29	\$ 9.479.285	\$ 367.326	\$ 128.918	\$ 238.408	\$ 9.240.878
30	\$ 9.240.878	\$ 367.326	\$ 125.676	\$ 241.650	\$ 8.999.227
31	\$ 8.999.227	\$ 367.326	\$ 122.389	\$ 244.937	\$ 8.754.291
32	\$ 8.754.291	\$ 367.326	\$ 119.058	\$ 248.268	\$ 8.506.023
33	\$ 8.506.023	\$ 367.326	\$ 115.682	\$ 251.644	\$ 8.254.379
34	\$ 8.254.379	\$ 367.326	\$ 112.260	\$ 255.067	\$ 7.999.312
35	\$ 7.999.312	\$ 367.326	\$ 108.791	\$ 258.536	\$ 7.740.777
36	\$ 7.740.777	\$ 367.326	\$ 105.275	\$ 262.052	\$ 7.478.725
37	\$ 7.478.725	\$ 367.326	\$ 101.711	\$ 265.615	\$ 7.213.109
38	\$ 7.213.109	\$ 367.326	\$ 98.098	\$ 269.228	\$ 6.943.882
39	\$ 6.943.882	\$ 367.326	\$ 94.437	\$ 272.889	\$ 6.670.992
40	\$ 6.670.992	\$ 367.326	\$ 90.725	\$ 276.601	\$ 6.394.392
41	\$ 6.394.392	\$ 367.326	\$ 86.964	\$ 280.362	\$ 6.114.029
42	\$ 6.114.029	\$ 367.326	\$ 83.151	\$ 284.175	\$ 5.829.854
43	\$ 5.829.854	\$ 367.326	\$ 79.286	\$ 288.040	\$ 5.541.814
44	\$ 5.541.814	\$ 367.326	\$ 75.369	\$ 291.957	\$ 5.249.856
45	\$ 5.249.856	\$ 367.326	\$ 71.398	\$ 295.928	\$ 4.953.928
46	\$ 4.953.928	\$ 367.326	\$ 67.373	\$ 299.953	\$ 4.653.975
47	\$ 4.653.975	\$ 367.326	\$ 63.294	\$ 304.032	\$ 4.349.943
48	\$ 4.349.943	\$ 367.326	\$ 59.159	\$ 308.167	\$ 4.041.776
49	\$ 4.041.776	\$ 367.326	\$ 54.968	\$ 312.358	\$ 3.729.418
50	\$ 3.729.418	\$ 367.326	\$ 50.720	\$ 316.606	\$ 3.412.812
51	\$ 3.412.812	\$ 367.326	\$ 46.414	\$ 320.912	\$ 3.091.900
52	\$ 3.091.900	\$ 367.326	\$ 42.050	\$ 325.276	\$ 2.766.624
53	\$ 2.766.624	\$ 367.326	\$ 37.626	\$ 329.700	\$ 2.436.924
54	\$ 2.436.924	\$ 367.326	\$ 33.142	\$ 334.184	\$ 2.102.740
55	\$ 2.102.740	\$ 367.326	\$ 28.597	\$ 338.729	\$ 1.764.011
56	\$ 1.764.011	\$ 367.326	\$ 23.991	\$ 343.336	\$ 1.420.675
57	\$ 1.420.675	\$ 367.326	\$ 19.321	\$ 348.005	\$ 1.072.670
58	\$ 1.072.670	\$ 367.326	\$ 14.588	\$ 352.738	\$ 719.933
59	\$ 719.933	\$ 367.326	\$ 9.791	\$ 357.535	\$ 362.398
60	\$ 362.398	\$ 367.326	\$ 4.929	\$ 362.398	\$ 0

Fuente. Autores del proyecto

4.4.6 Estimación de costos fijos y costos variables

Costos fijos. Son aquellos que la empresa siempre debe pagar independiente del nivel de producción, en este caso se refiere al valor del arrendamiento, la nómina y la amortización del crédito.

Costos variables. Son costos en los que incurre la empresa los cuales dependen del nivel de producción.

Tabla 51. *Costos fijos y costos variables*

Costos fijos		Costos variables	
Detalle	Valor	Detalle	Valor
Arrendamiento	\$ 500.000	Materia prima e insumos	\$ 3.251.325
Nómina	\$ 2.455.244	Servicios públicos	\$ 115.000
TOTAL	\$ 2.955.244		\$ 3.366.325

Fuente. Autores del proyecto

Costo variable unitario. Para hallar el costo variable unitario, es necesario dividir el total de los costos variables mensuales entre el número de unidades a producir.

$$\text{Costo variable unitario} = \$ 3.366.325 / 1.800 = \$ 1.870$$

Tabla 52. *Proyección de costos fijos y variables*

Detalle	2018	2019	2020	2021	2022
Costos fijos	\$ 35.462.928	\$ 37.236.074	\$ 39.097.878	\$ 41.052.772	\$ 43.105.411
Costos variables	\$ 40.395.900	\$ 42.415.695	\$ 44.536.480	\$ 46.763.304	\$ 49.101.469
COSTO TOTAL	\$ 75.858.828	\$ 79.651.769	\$ 83.634.358	\$ 87.816.076	\$ 92.206.880

Nota. La proyección de costos fijos y variables con un incremento anual del 5% teniendo en cuenta el promedio del IPC en los últimos cuatro años. Fuente. Autores del proyecto

4.4.7 Estados financieros

4.4.7.1 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 53. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ZUMOS DEL CAMPO LTDA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 103.779.400	\$ 110.520.000	\$ 116.280.000	\$ 121.950.000	\$ 128.070.000
Ventas totales	\$ 103.779.400	\$ 110.520.000	\$ 116.280.000	\$ 121.950.000	\$ 128.070.000
COSTO DE VENTA	\$ 75.858.828	\$ 79.651.769	\$ 83.634.358	\$ 87.816.076	\$ 92.206.880
UTILIDAD BRUTA	\$ 27.920.572	\$ 30.868.231	\$ 32.645.642	\$ 34.133.924	\$ 35.863.120
GASTOS OPERACIONALES	\$ 23.062.864	\$ 24.194.837	\$ 25.383.409	\$ 26.631.410	\$ 27.941.810
Gastos administrativos	\$ 19.831.464	\$ 20.823.037	\$ 21.864.189	\$ 22.957.399	\$ 24.105.268
Gastos de venta	\$ 2.808.000	\$ 2.948.400	\$ 3.095.820	\$ 3.250.611	\$ 3.413.142
Depreciación	\$ 423.400	\$ 423.400	\$ 423.400	\$ 423.400	\$ 423.400
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 4.857.708	\$ 6.673.393	\$ 7.262.233	\$ 7.502.515	\$ 7.921.310
GASTOS NO OPERACIONALES					
Intereses	\$ 2.294.545	\$ 1.922.638	\$ 1.485.284	\$ 970.965	\$ 366.138
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 2.563.163	\$ 4.750.755	\$ 5.776.949	\$ 6.531.550	\$ 7.555.173
PROVISIÓN DE IMPUESTO DE RENTA 33%	\$ 845.844	\$ 1.567.749	\$ 1.906.393	\$ 2.155.411	\$ 2.493.207
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 1.717.319	\$ 3.183.006	\$ 3.870.556	\$ 4.376.138	\$ 5.061.966
Reservas					
Reserva legal 10%	\$ 171.732	\$ 318.301	\$ 387.056	\$ 437.614	\$ 506.197
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 1.545.588	\$ 2.864.706	\$ 3.483.500	\$ 3.938.524	\$ 4.555.769

Fuente. Autores del proyecto

El estado de pérdidas y ganancias de Zumos del Campo Ltda. muestra para el primer año de funcionamiento una utilidad de \$1.545.588, es relativamente baja debido a que es una empresa nueva en el mercado, pero se proyecta aumentar dicha utilidad año tras año.

Cabe resaltar que dentro de este estado de pérdidas y ganancias, se contabilizó únicamente la depreciación de muebles y enseres teniendo en cuenta que la que corresponde a maquinaria, equipo y utensilios de cocina se contabilizó en los costos de producción.

4.4.7.2 Flujo de caja

Tabla 54. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA ZUMOS DEL CAMPO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL EN CAJA	\$ 5.000.000	\$ 20.000.000	\$ 10.523.094	\$ 12.366.130	\$ 14.076.100	\$ 15.687.707
INGRESOS						
Ventas		\$103.779.400	\$110.520.000	\$116.280.000	\$121.950.000	\$128.070.000
Créditos	\$ 15.000.000					
TOTAL INGRESOS	\$ 20.000.000	\$103.779.400	\$110.520.000	\$116.280.000	\$121.950.000	\$128.070.000
EGRESOS						
Maquinaria y equipo		\$ 6.036.100				
Muebles y enseres		\$ 2.117.000				
Utensilios de cocina		\$ 2.197.000				
Materia prima		\$ 39.015.900	\$ 40.966.695	\$ 43.015.030	\$ 45.165.781	\$ 47.424.070
Mano de obra directa		\$ 29.462.928	\$ 30.936.074	\$ 32.482.878	\$ 34.107.022	\$ 35.812.373
Gastos de administración		\$ 19.831.464	\$ 20.823.037	\$ 21.864.189	\$ 22.957.399	\$ 24.105.268
Gastos de venta		\$ 2.808.000	\$ 2.948.400	\$ 3.095.820	\$ 3.250.611	\$ 3.413.142

Abono capital		\$ 2.113.369	\$ 2.485.276	\$ 2.922.630	\$ 3.436.949	\$ 4.041.776
Intereses		\$ 2.294.545	\$ 1.922.638	\$ 1.485.284	\$ 970.965	\$ 366.138
Arrendamientos		\$ 6.000.000	\$ 6.300.000	\$ 6.615.000	\$ 6.945.750	\$ 7.293.038
Servicios públicos		\$ 1.380.000	\$ 1.449.000	\$ 1.521.450	\$ 1.597.523	\$ 1.677.399
Impuesto			\$ 845.844	\$ 1.567.749	\$ 1.906.393	\$ 2.155.411
TOTAL EGRESOS	\$ -	\$113.256.306	\$108.676.964	\$114.570.030	\$120.338.392	\$126.288.615
Saldo de Caja	\$ 20.000.000	-\$ 9.476.906	\$ 1.843.036	\$ 1.709.970	\$ 1.611.608	\$ 1.781.385
FLUJO DE CAJA FINAL	\$ 20.000.000	\$ 10.523.094	\$ 12.366.130	\$ 14.076.100	\$ 15.687.707	\$ 17.469.093

Fuente. Autores del proyecto

4.4.7.3 Estado de la situación financiera

Tabla 55. Estado de la situación financiera

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA						
ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja	\$5.000.000	\$10.523.094	\$12.366.130	\$14.076.100	\$15.687.707	\$17.469.093
Bancos	\$15.000.000					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$20.000.000	\$10.523.094	\$12.366.130	\$14.076.100	\$15.687.707	\$17.469.093
ACTIVO FIJO						
Maquinaria y equipo		\$6.036.100	\$6.036.100	\$6.036.100	\$6.036.100	\$6.036.100
Muebles y enseres		\$2.117.000	\$2.117.000	\$2.117.000	\$2.117.000	\$2.117.000
Utensilios de cocina		\$2.197.000	\$2.197.000	\$2.197.000	\$2.197.000	\$2.197.000
Depreciación Acumulada		-\$423.400	-\$846.800	-\$1.270.200	-\$1.693.600	-\$2.117.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$0	\$9.926.700	\$9.503.300	\$9.079.900	\$8.656.500	\$8.233.100
TOTAL ACTIVO	\$20.000.000	\$20.449.794	\$21.869.430	\$23.156.000	\$24.344.207	\$25.702.193
PASIVO						
OBLIGACIONES FINANCIERAS						
Bancos Nacionales	\$15.000.000	\$12.886.631	\$10.401.355	\$7.478.725	\$4.041.776	\$0
Impuesto de Renta		\$845.844	\$1.567.749	\$1.906.393	\$2.155.411	\$2.493.207
TOTAL PASIVO	\$15.000.000	\$13.732.475	\$11.969.104	\$9.385.118	\$6.197.188	\$2.493.207
PATRIMONIO						
Capital social	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000	\$5.000.000
Reserva legal acumulada		\$171.732	\$490.033	\$877.088	\$1.314.702	\$1.820.899
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$1.545.588	\$2.864.706	\$3.483.500	\$3.938.524	\$4.555.769
UTILIDAD RETENIDA			\$1.545.588	\$4.410.293	\$7.893.793	\$11.832.318
TOTAL PATRIMONIO	\$5.000.000	\$6.717.319	\$9.900.326	\$13.770.881	\$18.147.020	\$23.208.985
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$20.000.000	\$20.449.794	\$21.869.430	\$23.156.000	\$24.344.207	\$25.702.193

Fuente. Autores del proyecto

4.5 Estudio económico

4.5.1 Indicadores financieros. Son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de la empresa, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad. Así mismo, permiten el análisis de la realidad financiera, de manera individual, y facilitan la comparación de la misma con la competencia y con la entidad que lidera el mercado. (Actualícese, 2015)

4.5.1.1 Indicadores de liquidez. Son utilizados para medir la solidez de la base financiera de una entidad, es decir, determinan si una empresa puede asumir oportunamente el pago de sus deudas a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Para ello, se realiza una confrontación entre los activos y pasivos y, así es como se establece el grado de liquidez de la entidad. (Actualícese, 2015)

Tabla 56. *Indicadores de liquidez*

INDICADORES DE LIQUIDEZ	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	0,76	1,03	1,50	2,53	7,01
Capital de trabajo	-\$ 3.209.381	\$ 397.026	\$ 4.690.981	\$ 9.490.520	\$ 14.975.885

Fuente. Autores del proyecto

Razón corriente: La razón corriente, también conocida como razón circulante tiene como objetivo determinar la capacidad financieras de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Expresa la relación entre activos corrientes y pasivos corrientes, e indica cuantos pesos pose la empresa en los activos corriente por cada peso de los pasivos corrientes. (Ballesteros Cerchiaro, Análisis financiero, 2017)

$$\text{Razón corriente (RC)} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

$$RC1 = \frac{10.523.094}{13.732.475} = 0,76$$

$$RC2 = \frac{12.366.130}{11.969.104} = 1,03$$

$$RC3 = \frac{14.076.100}{9.385.118} = 1,50$$

$$RC4 = \frac{15.687.707}{6.197.188} = 2,53$$

$$RC5 = \frac{17.469.093}{2.493.207} = 7,01$$

De acuerdo al resultado que se evidencia en la tabla anterior, se puede decir que por cada \$1 de pasivo corriente, Zumos del Campo cuenta con 0,76 para el año 1; 1,94 para el año 2; 1,50 para el año 3; 2,53 para el año 4 y por ultimo 7,01 para el quinto año, dichas cifras vendrían siendo el respaldo en el activo corriente, para así solventar con sus obligaciones financieras y deudas a corto plazo.

Capital de trabajo: El Capital de Trabajo es la cantidad de dinero que la empresa necesita para mantener el giro habitual del negocio.

El giro habitual de un negocio es el periodo que transcurre entre el momento en que adquieren los insumos o materia prima y el momento en que se venden los bienes o servicios, se conoce también como el ciclo operativo del negocio. Durante este podemos identificar el ciclo relacionado con los ingresos y egreso de dinero, el cual recibe el nombre de ciclo de efectivo. Este comprende el periodo que transcurre desde que se realizan los desembolsos a proveedores hasta que se reciben los ingresos producto de las ventas. (Ballesteros Cerchiaro, Análisis financiero, 2017)

$$\text{Capital de trabajo (CT)} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

$$CT1 = 10.523.094 - 13.732.475 = -3.209.381$$

$$CT2 = 12.366.130 - 11.969.104 = 397.026$$

$$CT3 = 14.076.100 - 9.385.118 = 4.690.981$$

$$CT4 = 15.687.707 - 6.197.188 = 9.490.520$$

$$CT5 = 17.469.093 - 2.493.207 = 14.975.885$$

Al analizar el resultado obtenido tal y como se muestra en la tabla anterior, se infiere que Zumos del campo contará con un capital de trabajo de \$ - 3.209.381 para el primer año, en este año no quedan recursos para financiar a largo plazo, debido a que es mayor su pasivo corriente a su activo corriente. A partir del año 2 ocurre totalmente lo contrario pues se obtendrán \$397.026, así mismo para el año 3 con \$ 4.690.981, el año 4 con \$ 9.490.520 y por último en el 5 año se contará con un capital de trabajo \$ 14.975.885, lo cual significa que para los cuatro últimos años Zumos del Campo tendrá un respaldo económico en el pago de sus obligaciones a corto plazo y a su vez podrá seguir con sus operaciones.

4.5.1.2 Indicadores de endeudamiento. Los indicadores de endeudamiento tienen por finalidad establecer el grado y la forma en que participan los acreedores dentro del financiamiento de una entidad. Así mismo, se puede establecer el riesgo que incurren dichos acreedores al otorgar un crédito, el riesgo de los dueños con relación a su inversión en la empresa y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la empresa. (Florez Sánchez, 2015)

Tabla 57. *Indicadores de endeudamiento*

INDICADORES DE ENDEDUDAMIENTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de endeudamiento	67,15%	54,73%	40,53%	25,46%	9,70%
Endeudamiento financiero	12,42%	9,41%	6,43%	3,31%	0,00%

Fuente. Autores del proyecto

Nivel de endeudamiento. Refleja el grado de apalancamiento que corresponde a la participación de los acreedores en los activos de la empresa. Mientras más alto sea este índice mayor es el apalancamiento financiero de la empresa, es decir, que tanto están comprometidos los activos de la entidad para poder cumplir con el pago de las obligaciones. (Florez Sánchez, 2015)

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$NdE\ 1 = \frac{13.732.475}{20.449.794} = 67,15\ \%$$

$$NdE\ 2 = \frac{11.969.104}{21.869.430} = 54,73\ \%$$

$$NdE 3 = \frac{9.385.118}{23.156.000} = 40,53 \%$$

$$NdE 4 = \frac{6.197.188}{24.344.207} = 25,46 \%$$

$$NdE 5 = \frac{2.493.207}{25.702.193} = 9,70 \%$$

Se puede concluir conforme al resultado expuesto en la tabla anteriormente, que por cada peso que Zumos del Campo invierte se refleja en la participación de los acreedores sobre el total de los activos de la microempresa representados en el 67,15 % para el primer año, 54,73 % para el segundo año, 40,53% para el tercer año, 25,46% para el cuarto año y 9,70% para el quinto año, lo cual evidencia la disminución en la participación por parte de acreedores en el último año, en el cual se termina de pagar la totalidad de las deudas.

Endeudamiento financiero: Determina el porcentaje que representa las obligaciones financieras de corto y largo plazo con respecto a las ventas del periodo, es decir, que porcentaje de las ventas equivalen las obligaciones con entidades financieras. (Florez Sánchez, 2015)

$$\text{Endeudamiento financiero} = \frac{\text{Oblig. financieras}}{\text{Ventas netas}}$$

$$EF 1 = \frac{12.886.631}{103.779.400} = 12,42\%$$

$$EF 2 = \frac{10.401.355}{110.520.000} = 9,41 \%$$

$$EF 3 = \frac{7.478.725}{116.280.000} = 6,43\%$$

$$EF 4 = \frac{4.041.776}{121.950.000} = 3,31 \%$$

$$EF 5 = \frac{0}{128.070.000} = 0 \%$$

De acuerdo al resultado obtenido en la tabla anterior, se infiere que las obligaciones que asume Zumos del Campo con entidades financieras equivalen en el año uno a un 12,42%, para el año dos en un 9,41%, para el año tres a un 6,43% y en el año cuatro en un 3,31% de las ventas netas del año; lo cual para el año quinto estará cancelada la obligación bancaria.

4.5.1.3 Indicadores de rentabilidad. Los indicadores de rentabilidad son aquellos índices financieros que sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa, para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir ventas en utilidades.

Tabla 58. Indicadores de rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen bruto	26,90%	27,93%	28,08%	27,99%	28,00%
Margen operacional	4,68%	6,04%	6,25%	6,15%	6,19%
Margen neto	1,49%	2,59%	3,00%	3,23%	3,56%
ROE	23,01%	28,94%	25,30%	21,70%	19,63%

Fuente. Autores del proyecto

Margen bruto: Es la relación entre la utilidad bruta (diferencias entre las ventas y el costo de los bienes vendidos) y las ventas totales (ingresos operacionales). Es el porcentaje que queda de los ingresos operacionales una vez se ha descontado el costo de venta. Entre mayor sea

este índice mayor será la posibilidad de cubrir los gastos operacionales y el uso de la financiación de la organización. (Restrepo Vélez , 2017)

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{MB 1} = \frac{27.920.572}{103.779.400} = 26,90 \%$$

$$\text{MB 2} = \frac{30.868.231}{110.520.000} = 27,93 \%$$

$$\text{MB 3} = \frac{32.645.642}{116.280.000} = 28,08 \%$$

$$\text{MB 4} = \frac{34.133.924}{121.950.000} = 27,99 \%$$

$$\text{MB 5} = \frac{35.863.120}{128.070.000} = 28 \%$$

Conforme al resultado obtenido anteriormente se evidencia una utilidad bruta para el primer año del 26,90%, para el segundo año un 27,93%, para el tercer año un 28,08%, para el cuarto año el 27,99%, y en el quinto y último año una utilidad bruta del 28%, dichos porcentajes representan lo que queda después de reducir los costos de ventas de los ingresos operacionales, a partir de que en cada año hay un aumento de este indicador se infiere que la microempresa Zumos del Campo tendrá la posibilidad de cubrir los gastos operacionales y así mismo la financiación.

Margen operacional. Es la relación entre la utilidad operacional y las ventas totales (ingresos operacionales). Mide qué tan eficientemente una empresa puede generar ganancias de sus operaciones corporativas primarias. Esta medida es especialmente útil para los inversionistas

que desean ver qué tan rentable y estable son las operaciones de un negocio. (Restrepo Vélez , 2017)

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{MO 1} = \frac{4.857.708}{103.779.400} = 4,68 \%$$

$$\text{MO 2} = \frac{6.673.393}{110.520.000} = 6,04 \%$$

$$\text{MO 3} = \frac{7.262.233}{116.280.000} = 6,25 \%$$

$$\text{MO 4} = \frac{7.502.515}{121.950.000} = 6,15 \%$$

$$\text{MO 5} = \frac{7.921.310}{128.070.000} = 6,19 \%$$

De acuerdo a los ingresos operacionales de Zumos del Campo, el margen operacional para el año 1 fue de 4,68%, para el año 2 de 6,04%, para el año 3 de 6,25%, para el año 4 de 6,15% y por último en el año 5 obtuvo un 6,19%; lo que demuestra que se permite generar ganancias de sus principales operaciones. Además, Resulta evidente el aumento de casi el 2% del margen operacional en el segundo año con respecto al primer año.

Margen neto. Es la relación entre la utilidad neta y las ventas totales (ingresos operacionales). Es la primera fuente de rentabilidad en los negocios y de ella depende la rentabilidad sobre los activos y sobre el patrimonio.

Este índice mide el rendimiento de ingresos operacionales. (Entrepreneur, 2010)

$$\text{Margen neto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{MN 1} = \frac{1.545.588}{103.779.400} = 1,49 \%$$

$$\text{MN 2} = \frac{2.864.706}{110.520.000} = 2,59 \%$$

$$\text{MN 3} = \frac{3.483.500}{116.280.000} = 3,00 \%$$

$$\text{MN 4} = \frac{3.938.524}{121.950.000} = 3,23 \%$$

$$\text{MN 5} = \frac{4.555.769}{128.070.000} = 3,56 \%$$

Conforme al resultado obtenido anteriormente, se observa que las ventas de Zumos del Campo para el primer año generaron el 1,49 % de utilidad, para el segundo año 2,59%, para el tercer año 3,00%, en el cuarto año el 3,23% y para el quinto año un 3,56% de utilidad, presentando un aumento del 1,1% de utilidad en el segundo año con respecto al primero y para los siguientes años un aumento del 0,30% e incluso superiores a este porcentaje.

ROE: ROE o rentabilidad financiera, es el indicador financiero más preciso para valorar la rentabilidad del capital es el Return on Equity (ROE). Este ratio mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas. (Lorenzana, 2014)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE 1} = \frac{1.545.588}{6.717.319} = 23,01 \%$$

$$ROE 2 = \frac{2.864.706}{9.900.326} = 28,94 \%$$

$$ROE 3 = \frac{3.483.500}{13.770.881} = 25,30 \%$$

$$ROE 4 = \frac{3.938.524}{18.147.020} = 21,70 \%$$

$$ROE 5 = \frac{4.555.769}{23.208.985} = 19,63 \%$$

La rentabilidad financiera para el primer año de Zumos del Campo es del 23,01%, para el año dos es del 28,94%, para el año tres del 25,30%, para el año cuatro del 21,70% y en el año quinto del 19,63%, siendo estos los porcentajes de remuneración que reciben los accionistas o propietarios por los fondos invertidos en la microempresa Zumos del Campo, por otra parte es importante mencionar que a partir del segundo año el porcentaje disminuye debido a que las utilidades serán acumuladas para realizar inversiones desde el quinto año, después de que se haya cancelado la totalidad de la obligación con la entidad bancaria.

4.5.2 VPN. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. Solo se debe traer a valor presente todos los flujos de caja para determinar, cuanto se va a ganar o perder con la inversión o negocio.

(Váquiro C. J. , 2013)

$$VPN = \frac{FE}{(1+i)^t}$$

Donde FE= flujo de efectivo; i= interés; t= periodo

$$VPN = \frac{10.523.094}{(1+0,1758)^1} + \frac{12.366.130}{(1+0,1758)^2} + \frac{14.076.100}{(1+0,1758)^3} + \frac{15.687.707}{(1+0,1758)^4} + \frac{17.469.093}{(1+0,1758)^5}$$

$$VPN = \$8.949.731 + \$8.944.723 + \$8.659.283 + \$8.207.779 + \$7.773.257$$

$$VPN = \$ 42.534.773$$

Al analizar los resultados de acuerdo a la proyección de cinco años del VPN, se concluye que la microempresa Zumos del Campo aumentará su valor en el futuro a una cifra estimada de \$ 42.534.773

VAN: el valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. (Universidad Esan business, 2017)

$$VAN = VPN - \text{Inversión inicial}$$

$$VAN = \$ 42.534.773 - \$ 20.000.000$$

$$VAN = \$ 22.534.773$$

El valor actual neto obtenido después de restar la inversión inicial al VPN es de \$ 22.534.773, lo cual significa que la puesta en marcha de Zumos del Campo es viable por la ganancia que genera.

4.5.3 Punto de equilibrio. Se entiende por punto de equilibrio, aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado. (Váquiro C. J. D., Pymes futuro, 2017)

Tabla 59. Valores que intervienen en el punto de equilibrio

Costo variable total	Costo Variable unitario	Unidades	Precio de venta	Costos fijos
\$3.366.325	\$ 1.870	1.800	\$58.300/12 = \$4.858	\$ 2.991.970

Fuente. Autores del proyecto

El precio de venta se tomó promediado de acuerdo a las doce bebidas que se ofrecerán, ya que cada bebida tiene un precio de venta diferente y esto se debe a la variedad a ofrecer considerando costos de producción desiguales en cada bebida.

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

$$\frac{2.991.970}{4.858 - 1.870} = 1.001$$

Punto de equilibrio en pesos

$$= \frac{\text{Costos fijos}}{(1 - \text{Costos variable unitario} / \text{Precio de venta})}$$

$$= \frac{2.991.970}{(1 - 1.870 / 4.858)} = \$ 4.864.454$$

Zumos del campo alcanzará el punto de equilibrio al vender 1.001 unidades lo que a su vez en pesos equivale a 4.864.454.

4.5.4 TIR. La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto.

(Restrepo, 2017)

F_n es el flujo de caja en el periodo n.

n es el número de períodos.

I es el valor de la inversión inicial.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

$$0 = \frac{10.523.094}{(1+0,5624)^1} + \frac{12.366.130}{(1+0,5624)^2} + \frac{14.076.100}{(1+0,5624)^3} + \frac{15.687.707}{(1+0,5624)^4} + \frac{17.469.093}{(1+0,5624)^5} - 20.000.000$$

$$0 = \$6.735.211 + \$5.065.815 + \$3.690.673 + \$2.632.634 + \$1.876.329 - 20.000.000$$

$$0 = 0$$

La tasa interna de retorno para la microempresa Zumos del Campo es del 56,24 % considerando la inversión de \$20.000.000 y de acuerdo a una proyección de cinco años, así mismo es evidente la rentabilidad en sus operaciones en conformidad a los flujos futuro permitiendo concluir la viabilidad del negocio al generar valor.

4.5.5 Razón costo beneficio. La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. (Váquiro C. J. D., Pyme futuro, 2010)

$$Razón\ costo\ beneficio = \frac{Ingresos\ netos}{Inversión} = \frac{103.779.400}{20.000.000} = \$ 5,19$$

De acuerdo al resultado obtenido, la relación costo beneficio en el primer año de las operaciones de Zumos del Campo es de \$5,19 siendo este el valor que se recuperara por cada peso invertido, y así mismo dicho valor por ser mayor que 1, indica que la microempresa será rentable en los siguientes años.

4.6 Políticas social y ambiental. Es importante resaltar el compromiso que tienen las empresas con la sociedad y el medio ambiente de recompensar los efectos negativos que se pueden generar por la puesta en marcha de las organizaciones.

Zumos del Campo es una microempresa con responsabilidad social empresarial, por esta razón trabaja en pro de la comunidad en general a través de políticas sociales y ambientales que contribuyen al desarrollo del municipio.

4.6.1 Política social. Una política social de Zumos del campo consiste en la generación de empleo para la ciudad de Ocaña, especialmente para las madres cabeza de hogar y víctimas del conflicto armado, ofreciendo salarios justos así como también un trato digno para los trabajadores incluyendo a sus familiares y haciéndolos sentir parte de la empresa. Es importante resaltar que se va a iniciar con tres trabajadores que se encontrarán en el establecimiento comercial pero se tiene como proyección la apertura de otros puntos de venta (remolque) lo cual requiere de más personal para su funcionamiento, logrando así contribuir a la reducción del desempleo a nivel local.

Otro de las políticas sociales que maneja la microempresa Zumos del campo es aporte al cuidado de la salud al ofrecer bebidas hechas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas, endulzadas con Stevia, obteniendo como producto terminado una bebida 100% natural, la cual brinda múltiples beneficios debido a las propiedades que tienen las plantas medicinales.

Una política social de gran importancia para Zumos del Campo es la recuperación del hábito por la lectura la cual se llevará a cabo por medio de la mini biblioteca que se tendrá dentro del establecimiento comercial donde los clientes podrán encontrar libros, revistas y periódicos con el fin de que las personas al momento de disfrutar de las bebidas que se ofrecen dediquen parte de su tiempo a generar un gusto por la lectura.

Por otra parte Zumos del Campo aportará a la economía y al desarrollo local de la ciudad de Ocaña, mediante el pago de impuestos, contribuyendo al gasto público que permite satisfacer las necesidades colectivas.

4.6.2 Política ambiental. Zumos del Campo realizará las actividades de producción y comercialización de sus productos basados en la prevención y control de la contaminación hacia el medio ambiente, por lo tanto se adoptan las siguientes políticas ambientales:

Como primera política ambiental se tiene el uso de envases retornables para las bebidas que sean consumidos en el establecimiento comercial y los envases biodegradables hechos en cartón para las bebidas que sean para llevar, teniendo como fin contribuir al cuidado del ambiente y reducir el impacto que se pueden generar.

Seguidamente, en la elaboración de los productos y demás procesos que se lleven a cabo, se hará separación de los residuos orgánicos de acuerdo a lo expuesto en la Norma Técnica Colombiana 007 referente al manejo y disposición de residuos, teniendo como propósito disminuir la contaminación causada por estos.

Se tiene como proyección contar con un terreno propio para llevar a cabo la siembra de las plantas medicinales, en el cual se utilizarían como abono los residuos orgánicos obtenidos en la realización de los productos.

Otra política ambiental consiste en una estrategia de publicidad que no genera efectos negativos para el medio ambiente con la cual se tiene un gran impacto publicitario en comparación a otros medios, y es a través de una bici valla (bicicleta con avisos publicitarios) cuya finalidad es visitar puntos estratégicos en los barrios de la ciudad de Ocaña exponiendo mensajes publicitarios de Zumos del Campo. La decisión de usar la bicicleta es con el objetivo de reducir la emisión de gases que generaría el uso de motocicleta o automóvil siendo esto uno de los principales causantes del deterioro de la capa de ozono.

Es importante mencionar que se realizarán evaluaciones de acuerdo a los resultados obtenidos en las políticas ambientales, en las cuales se pretende mejorar o diseñar nuevas políticas sí en las ejecutadas los resultados no son los esperados.

Además de los beneficios que genera las políticas sociales y ambientales para la sociedad, como empresa brinda credibilidad y mejora la imagen ante los clientes obteniendo como beneficio para Zumos del Campo reconocimiento, aumento de ventas y captación de nuevos clientes.

Capítulo 5. Conclusiones

En el desarrollo del proyecto se logró la ejecución de un estudio de mercado el cual permitió conocer la aceptación que tendrán las bebidas elaboradas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas en Zumos del Campo, así mismo se determinó la oferta, el precio dispuesto a pagar y las estrategias de Marketing mix.

En la realización del estudio técnico se conoció los requerimientos físicos, tecnológicos y humanos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa Zumos del Campo; de igual manera se determinó los procesos que se requieren para la obtención del producto final, la capacidad instalada cuya producción máxima son 1.920 bebidas mensuales, aunque esta no se empleará en su totalidad teniendo en cuenta que es una empresa nueva en el mercado y la producción mensual varia. Así mismo, por medio de este estudio se logró determinar los costos de producción de las bebidas a ofrecer, estableciendo así el precio de venta al público el cual oscila entre \$ 4.000 y \$5.700.

Se definió la estructura organizacional de Zumos del Campo, así como la descripción de las responsabilidades de cada uno de los cargos por medio de los manuales de funciones y a su vez se elaboró los estatutos para la constitución de la microempresa. De igual manera se logró conocer la normatividad que se debe tener en cuenta para su puesta en marcha con el fin de cumplir con todo lo que exige la ley.

Por otra parte, se determinó la factibilidad económica y financiera la cual permitió conocer la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, y las utilidades que tendrá Zumos

del Campo durante los primeros cinco años de funcionamiento; arrojando un resultado positivo ya que el negocio muestra rentabilidad a pesar del nivel de endeudamiento que tendrá en los primeros cinco años de funcionamiento como consecuencia del crédito para su puesta en marcha.

Finalmente, se fijaron unas políticas sociales y ambientales que permitirán contribuir al desarrollo socioeconómico de la región por medio de la generación de tres empleos directos a través de la contratación de madres cabeza de hogar y víctimas del conflicto armado, de igual modo Zumos del Campo está comprometida con mejorar el hábito de la lectura estableciendo una mini biblioteca en el establecimiento comercial. Por último, se fijaron estrategias de marketing verde que contribuyan a la conservación del medio ambiente.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se debe tener en cuenta que a pesar de la aceptación que se observó a través del instrumento, es importante la aplicación de estrategias como las degustaciones para dar a conocer el producto con el fin de tener acogida en el mercado.

Se recomienda hacer alianzas con proveedores que manejen precios cómodos conservando la calidad de los productos con el fin de reducir los costos en la producción y así fijar precios más asequibles teniendo en cuenta que los productos de Zumos del Campo se encuentran en etapa de introducción.

Con respecto al estudio administrativo se recomienda a la microempresa Zumos del Campo ampliar su estructura organizacional a medida que la empresa crezca en el mercado, ya que se tiene como proyección la compra de dos remolques lo cual requiere de la contratación de más personal.

Para llevar un mejor control de la rentabilidad en las ventas de las bebidas producidas por Zumos del Campo, es importante realizar constantemente estudios en las variaciones de los costos de materia prima, debido a que estos tienden a ser diferentes de acuerdo a la época del año, esto con el fin de comparar los precios del mercado en relación al de los proveedores.

Por último se recomienda la búsqueda constante de estrategias sociales y ambientales, que permitan retribuir el daño generado como consecuencia de la puesta en marcha de Zumos del Campo.

Referencias

- Edward Group . (17 de Julio de 2017). *GLOBAL HEALING CENTER*. Obtenido de <https://www.globalhealingcenter.net/salud-natural/6-beneficios-de-la-limonaria-para-apoyar-su-salud.html>
- Imacaña de la Cruz, L. M. (2013). *Plan de negocios*. Obtenido de file:///D:/Downloads/108.-IMACA%C3%91A%20DE%20LA%20CRUZ%20LOURDES.pdf
- Actualícese. (29 de Mayo de 2014). *Actualícese*. Obtenido de Requisitos de carácter tributario para crear y mantener una empresa: <https://actualicese.com/2014/05/29/requisitos-de-caracter-tributario-para-crear-y-mantener-una-empresa/>
- Actualícese. (26 de Febrero de 2015). *Actualícese*. Obtenido de Actualícese: <https://actualicese.com/2015/02/26/definicion-de-indicadores-financieros/>
- Actualícese. (26 de Febrero de 2015). *Actualícese*. Obtenido de Actualícese: <https://actualicese.com/2015/02/26/definicion-de-indicadores-de-liquidez/>
- Actualicese. (12 de Junio de 2017). *Actualicese*. Obtenido de Actualicese: <https://actualicese.com/actualidad/2017/06/12/requisitos-de-caracter-comercial-para-crear-empresa/>
- Alcaldía de Bogotá. (23 de Marzo de 1971). *Decreto 410 de 1971*. Obtenido de Decreto 410 de 1971: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- Alcaldía de Bogotá. (10 de Julio de 2000). *Alcaldía de Bogotá*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- Alcaldía de Bogotá. (22 de Julio de 2013). *Alcaldía de Bogotá*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030>
- Alcaldía de Ocaña - Norte de Santander. (28 de Noviembre de 2012). Obtenido de http://ocana-nortedesantander.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=2836340
- Alcaldía de Ocaña - Norte de Santander. (28 de Noviembre de 2012). *Alcaldía de Ocaña*. Obtenido de http://ocana-nortedesantander.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=2835865
- Alcaldía de Ocaña. (09 de Febrero de 2014). *Alcaldía de Ocaña*. Obtenido de Alcaldía de Ocaña: http://ocana-nortedesantander.gov.co/informacion_general.shtml
- Álvarez et. al. (Agosto de 2011). *Universidad del Rosario*. Obtenido de Análisis de la industria del té: <http://www.urosario.edu.co/Administracion/documentos/Documentos-de-Investigacion/BI-103-Web.pdf>
- Ballesteros Cerchiaro, L. (24 de Marzo de 2017). *Análisis financiero*. Obtenido de Análisis financiero: <https://ballesterosanalisisfinanciero.wordpress.com/2017/04/04/4-2-razon-corriente/>

- Ballesteros Cerchiaro, L. (24 de Marzo de 2017). *Análisis financiero*. Obtenido de Análisis financiero: <https://ballesterosanalisisfinanciero.wordpress.com/2017/03/24/4-1-capital-de-trabajo/>
- BBVA. (11 de Diciembre de 2015). *BBVA*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/teoria-la-oferta-la-demanda/>
- Botanical Online*. (1999). Obtenido de Historia de las plantas medicinales: <https://www.botanical-online.com/medicinalesprincipioshistoria.htm>
- Cameroni, M. G. (06 de Junio de 2012). *Historia de las hierbas aromáticas, especias y aceites esenciales*. Obtenido de http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/aromaticas/publicaciones/Hiervas_2012_06Jun.pdf
- Cebrián, J. (31 de Julio de 2017). *Web consultas, revista de salud y bienestar*. Obtenido de Web consultas, revista de salud y bienestar: <https://www.webconsultas.com/belleza-y-bienestar/plantas-medicinales/beneficios-y-propiedades-de-la-calendula>
- Clavijo, Vera, & Joya. (21 de Noviembre de 2016). *Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF*. Obtenido de Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF: <http://anif.co/sites/default/files/nov21-16.pdf>
- Cogollo Villalba , A. P., & Salinas Alvis , C. P. (2014). *Sistema Nacional de Bibliotecas Rafael García Herreros*. Obtenido de http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/3088/TA_CogolloVillalbaAngela_2014.pdf?sequence=1
- Concepto.de, E. d. (Diciembre de 2017). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto de demanda: <http://concepto.de/demanda/>
- Congreso de la República. (3 de Junio de 1993). *Ley 86 del 3 de junio de 1993*. Obtenido de <http://www.cdm.gov.co/web/ciudadano/centro-de-descargas/364-ley-86-de-1993-1/file>
- Congreso de la República. (29 de Julio de 2016). *Presidencia de la República*. Recuperado el 02 de Marzo de 2018, de Presidencia de la República: http://wsp.presidencia.gov.co/Documents/proyecto_codigo_pol.pdf
- Constitución Política de Colombia. (2016). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>
- Cosechas. (15 de Febrero de 2018). *cosechasepress*. Obtenido de cosechasepress: <http://www.cosechasepress.com/>
- Crónica global . (14 de Noviembre de 2015). *Crónica global* . Obtenido de El significado de los colores en la publicidad: https://cronicaglobal.espanol.com/creacion/vida-tecky/significado-colores-publicidad_28113_102.html

- DANE. (2005). *Proyecciones por población*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- DANE. (2014). *Proyecciones de población*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- Decreto 3075 de 1997*. (s.f.). Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>
- Delgado. (8 de Julio de 2009). *Vitónica*. Obtenido de Vitónica: <https://www.vitonica.com/dietas/te-de-hojas-de-sen-para-perder-peso>
- Destino negocio*. (22 de febrero de 2015). Obtenido de <http://destinonegocio.com/co/economia-co/aprende-a-calculiar-el-margen-de-utilidad-en-tu-negocio/>
- Ecoagricultor. (2013). *Ecoagricultor*. Obtenido de Ecoagricultor: <https://www.ecoagricultor.com/la-albahaca-para-combatir-la-fatiga-el-insomnio-o-la-ansiedad-y-su-poder-antibacteriano-y-antiinflamatorio/>
- Edward. (13 de Julio de 2017). Obtenido de <https://www.globalhealingcenter.net/salud-natural/6-beneficios-de-la-limonaria-para-apoyar-su-salud.html>
- El empaque . (Junio de 2016). *El empaque* . Obtenido de <http://www.empaque.com/temas/Industria-colombiana-de-alimentos-y-bebidas-aumentaria-12-para-2017+113211>
- Entrepreneur. (11 de Octubre de 2010). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/263733>
- Esan Business. (26 de Septiembre de 2016). *Conexionesan*. Obtenido de Conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos/>
- Espinosa, R. (17 de Septiembre de 2013). *Estrategía Marketing*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>
- Florez Sánchez, E. (9 de Mayo de 2015). *Aprende NIIF*. Obtenido de Aprende NIIF: <http://aprendeniif.com/indicadores-financieros-para-gerentes-indicadores-de-endeudamiento/>
- Francois, J. (4 de Noviembre de 2013). *CCM Salud*. Obtenido de <http://salud.ccm.net/faq/14933-organoleptico-definicion>
- Full musculo. (19 de Marzo de 2016). *Full musculo*. Obtenido de Full musculo: <https://fullmusculo.com/home/beneficios-y-propiedades-de-la-albahaca/>
- Full Musculo. (4 de Febrero de 2018). *Full Musculo*. Obtenido de Full Musculo: <https://fullmusculo.com/home/los-beneficios-del-te-de-manzanilla/>

- GASTROMKG. (13 de Febrero de 2015). *GASTROMKG*. Obtenido de <https://gastromkg.wordpress.com/2015/02/13/el-menu-o-carta-de-un-restaurante-como-herramienta-de-marketing/>
- Globo vision. (29 de Octubre de 2016). *Globo vision*. Obtenido de Globo vision: <http://globovision.com/article/beneficios-del-toronjil>
- Gold Flower . (15 de Febrero de 2018). *Gold Flower Ltda*. Obtenido de Gold Flower Ltda: <http://goldflowerltda.com/index.html>
- González , I. (22 de Agosto de 2015). *Hola doctor*. Obtenido de Hola doctor: <https://holadoctor.com/es/%C3%A1lbum-de-fotos/15-especies-que-cuidan-tu-salud>
- Granma. (22 de Noviembre de 2014). *Granma*. Obtenido de Granma: <http://www.granma.cu/salud/2014-11-22/cinco-beneficios-de-la-hierbabuena>
- Hindú. (15 de Febrero de 2018). *TéHindú*. Obtenido de TéHindú: <https://tehindu.com/#nosotros>
- Infoautónomos . (6 de Octubre| de 2017). *Infoautónomos* . Obtenido de <https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
- Infografías y Remedios. (7 de Julio de 2015). *Infografías y Remedios*. Obtenido de Infografías y Remedios: <https://www.infografiasyremedios.com/10-beneficios-de-la-manzanilla-para-nuestro-cuerpo/>
- Instituto Agropecuario Colombiano - ICA. (2011). *Plantas aromáticas y medicinales*. Obtenido de Plantas aromáticas y medicinales.
- La Teresita. (15 de Febrero de 2018). *lateresita*. Obtenido de lateresita: <http://lateresita.co/productos/>
- Lorenzana, D. (10 de Enero de 2014). *Pymes y autónomos*. Obtenido de Pymes y autónomos: <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-roe-y-para-que-sirve>
- Manene, L. M. (28 de Julio de 2011). *Luis Miguel Manene*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>
- Meneses Agudelo, E. (2013). *Repositorio Lasallista*. Obtenido de Transformación de plantas aromáticas en infusiones: http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/935/1/Trasformacion_plantas_aromaticas_infusiones.pdf
- Mercola, J. (7 de Junio de 2014). *Artículos Mercola*. Obtenido de Artículos Mercola: <https://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2014/06/07/beneficios-de-la-menta.aspx>

- Mercola, J. (7 de Junio de 2014). *Mercola*. Obtenido de Mercola:
<https://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2014/06/07/beneficios-de-la-menta.aspx>
- Mercola, J. (8 de Marzo de 2015). *Articulos mercola*. Obtenido de Articulos mercola:
<https://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2015/03/08/beneficios-de-salud-del-jengibre.aspx>
- Palacio, E. (25 de Julio de 2012). *Crear una empresa*. Obtenido de
<https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/07/25/conceptos-a-tener-en-cuenta-en-el-estudio-tecnico-del-plan-de-negocios/>
- Pérez Díaz, V. (14 de Julio de 2014). *La República*. Obtenido de
<https://www.larepublica.co/empresas/en-negocio-de-productos-saludables-las-bebidas-le-sacan-ventaja-a-los-alimentos-2145286>
- Pérez, C. (s.f). *Natursan*. Obtenido de <https://www.natursan.net/plantas-medicinales-beneficios-y-propiedades/>
- Portafolio. (2016). echas y el éxito de una franquicia que gana espacio en Colombia. *Portafolio*.
- Portalfarma. (27 de Septiembre de 2016). *Portalfarma*. Obtenido de
<http://www.portalfarma.com/Profesionales/campanaspf/categorias/Paginas/introductoryafitoterapia.aspx>
- Restrepo Vélez , L. (10 de Octubre de 2017). *Corporación Industrial Minuto de Dios*. Obtenido de Corporación Industrial Minuto de Dios: <https://mdc.org.co/2017/10/10/principales-indicadores-de-rentabilidad-empresarial/>
- Restrepo, M. (23 de Octubre de 2017). *Rankia Colombia*. Obtenido de Rankia Colombia:
<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve>
- Reyes, G. (20 de Octubre de 2010). *Zona económica*. Obtenido de
<https://www.zonaeconomica.com/teorias-desarrollo>
- Rodríguez , P. (2009). *Calaméo* . Obtenido de
<https://es.calameo.com/read/004406070a3f89a21b81b>
- Rozo, J. (2008). *Imprenta Nacional de Colombia*. Obtenido de
http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=27&p_numero=063&p_consec=18308
- Samacá y Martínez. (Octubre de 2008). *Minagricultura*. Obtenido de
<https://sioc.minagricultura.gov.co/PlantasAromaticas/Documentos/004%20-%20Documentos%20Competitividad%20Cadena/D.C.%20%E2%80%93%202008%20Octubre%20%E2%80%93%20Bogota%20%E2%80%93%20Caracterizacion%20y%20Evaluacion.pdf>

- Sánchez, J. E. (s.f.). *pwc*. Obtenido de <https://www.pwc.com/ve/es/servicios/consultoria/soluciones-de-sostenibilidad-social-y-ambiental.html>
- Secretaría General del Senado. (27 de Febrero de 2018). *Secretaría General del Senado*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio_pr011.html#353
- Sepúlveda, W. (2014 de Abril de 2014). *Escuela de organización industrial*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/05/la-cadena-de-suministro/>
- Serna, D. (s.f.). *Academia.edu*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de Academia.edu: http://www.academia.edu/9505910/CONCEPTOS_E_IMPORTANCIA_DE_LA_DISTRIBUCION_DE_PLANTA
- Siqueria, C. (4 de septiembre de 2017). *Noticias Universia*. Obtenido de <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Thompson, I. (Mayo de 2006). *Promonegocios*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Universidad Católica de Oriente - UCO. (2013). *Cultivo y producción de plantas aromáticas y medicinales*. Obtenido de <http://www.uco.edu.co/investigacion/fondoeditorial/libros/Documents/Libro%20Plantas%20Aromaticas%202013.pdf>
- Universidad Esan business. (24 de Enero de 2017). *Universidad Esan business*. Obtenido de Universidad Esan business: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- Universidad Nacional de Colombia . (s.f). *Introducción al cultivo de las hierbas aromáticas*. Obtenido de Introducción al cultivo de las hierbas aromáticas: <http://www.agronomia.unal.edu.co/introducci%C3%B3n-al-cultivo-de-las-hierbas-arom%C3%A1ticas>
- Váquiro C. , J. (29 de Marzo de 2013). *Pymes futuro*. Obtenido de Pymes futuro: <https://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- Váquiro C., J. D. (23 de Febrero de 2010). *Pyme futuro*. Obtenido de Pyme futuro: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Váquiro C., J. D. (30 de Noviembre de 2017). *Pymes futuro*. Obtenido de Pymes futuro: <https://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>
- Zanín, T. (Diciembre de 2017). *TUASAÚDE*. Obtenido de TUASAÚDE: <https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-infusion-de-toronjil/>

Apéndices

Apéndice A. Formato de la encuesta

Encuesta dirigida a los habitantes del Municipio de Ocaña con el fin de conocer la aceptación de bebidas elaboradas a base de plantas medicinales fusionadas con frutas ácidas, semiácidas y dulces.

1. ¿Conoce usted las plantas medicinales?

Sí _____ No _____

Si su respuesta es positiva continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario salte a la 5.

2. ¿Qué plantas medicinales ha consumido?

Limonaria Manzanilla Toronjil
 Hierbabuena Moringa Flor de jamaica
 Cidrón Albahaca Otra. ¿Cual? _____

3. ¿En qué presentación ha consumido plantas medicinales?

En su versión original (hojas) Procesada

4. ¿Con que frecuencia consume plantas medicinales?

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Algunas veces
- d) Nunca

5. ¿Estaría dispuesto a probar una nueva fusión de plantas medicinales?

Sí _____ No _____ ¿Por qué? _____

6. De acuerdo a la presentación y cantidad ¿qué precio estaría dispuesto a pagar por las bebidas?

Bebidas Frías		Bebidas Calientes	
Cantidad	Precio	Cantidad	Precio
6 onzas (Pequeño)	3.000 – 4.000	1.5 onzas (Pequeño)	1.500-2.000
10 onzas (Mediano)	4.100 – 5.100	3 onzas (Mediano)	2.100-3.500
12 onzas (Grande)	5.200 – 6.200	5 onzas (Grande)	3.600-4.600

7. De los siguientes lugares ¿dónde le gustaría consumir esta bebida?
- En el lugar de trabajo
 - Establecimientos comerciales
 - Parque
 - Otro ¿Cuál? _____
¿Por qué? _____
8. ¿En qué sector le gustaría encontrar el punto de venta de las bebidas?
- ___ Ciudadela Norte
___ Centro
___ UFPSO
___ Otro ¿Cuál? _____
9. ¿Le gustaría que el producto estuviera disponible por vendedores ambulantes?
- Sí _____ No _____
10. ¿Le gustaría que los empaques y recipientes para servir las bebidas fueran?
- ___ Retornables ___ Amigables con el medio ambiente.
11. ¿Cuándo toma una bebida en su lugar de preferencia con que la acompaña?
- ___ Galletas ___ Mecato
___ Pudín o torta ___ Otros. ¿Cuál? _____
___ Pan
12. ¿Al endulzar sus bebidas prefiere?
- ___ Miel de caña ___ Azúcar ___ Otros. ¿Cuál?
___ Stevia ___ Miel de abeja
13. ¿Cómo prefiere pagar por la compra de los alimentos que consume frecuentemente?
- ___ Efectivo ___ Tarjeta. ___ Otros. ¿Cuál? _____

14. ¿Qué obsequio le gustaría recibir por ser cliente fiel?

Una bebida de su preferencia _____ Descuento especiales _____

15. Horarios de atención que prefiere para el establecimiento:

- 7:00 am – 5 pm
- 8:00 am – 6 pm
- 7:00 am – 1:00 pm
- 2:00 am – 9:00 pm

16. ¿Cuál de estas personas le gustaría que trabajaran en la Microempresa?

- Personas en condición de discapacidad
- Víctimas del conflicto armado
- Recién egresados
- Desmovilizados
- Madres cabeza de hogar
- Otros ¿Cuál? _____


Apéndice B. Ficha técnica de las bebidas de Zumos del Campo

Tabla 60. Ficha técnica del mojito

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Mojito		
Descripción del producto	Bebida fusión refrescante elaborada con plantas medicinales y frutas dulces		
Ingredientes	Albahaca, menta, manzana, piña, durazno, agua, hielo y stevia (endulzante)		
Beneficios nutricionales	<p>Por las propiedades de la albahaca es beneficiosa en casos de insomnio y ansiedad, activa el funcionamiento del intestino, combate la fatiga física y mental, ayuda a eliminar los cálculos o piedras del riñón, favorece la buena digestión de los alimentos, evita la debilidad muscular, Combate el envejecimiento prematuro, fortalece el cabello y evita su caída, elimina o mitiga el dolor de cabeza o cefalea, entre otros. (Ecoagricultor, 2013). Así mismo la menta ofrece beneficios al sistema respiratorio, incluyendo a la tos, los resfriados, asma, alergias y tuberculosis, inhalar el aroma de la menta podría ofrecer mejoramiento para la memoria y alivio del estrés. (Mercola, Artículos Mercola, 2014)</p>		
Características organolépticas	OLOR	Natural	
	SABOR	Natural	
	COLOR	Apariencia verde claro	
	CONSISTENCIA	Líquida	
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 12 onzas Envase biodegradable por 12 onzas		
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato		


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 61. *Ficha técnica del festival amarillo*

		
FICHA TÉCNICA		
Nombre del producto	Festival amarillo	
Descripción del producto	Bebida fusión refrescante elaborada con plantas medicinales y frutas dulces y semiácidas	
Ingredientes	Durazno, mango, piña, papaya, naranja, toronjil y stevia (endulzante)	
Beneficios nutricionales	El toronjil es una planta con propiedades diuréticas, calmantes y expectorantes, por lo que puede ser utilizada como remedio casero en el tratamiento de la ansiedad, mejora la calidad del sueño, alivia dolores de cabeza, combate los gases, previene problemas digestivos, alivia cólicos menstruales e intestinales, alivia la tos, promueve el bienestar y la tranquilidad. (Zanín, 2017)	
Características organolépticas	OLOR	Natural
	SABOR	Natural
	COLOR	Apariencia amarillo claro
	CONSISTENCIA	Líquida
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 12 onzas Envase biodegradable por 12 onzas	
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato	

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 62. Ficha técnica de los frutos exóticos

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Frutos exóticos		
Descripción del producto	Bebida fusión refrescante elaborada con plantas medicinales y frutas dulces, ácidas y semiácidas		
Ingredientes	Sandía, melón, piña, hierbabuena, naranja, lichis y stevia (endulzante)		
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	La hierbabuena puede ayudar a los trastornos del sistema digestivo incluyendo gases, distensión abdominal y náuseas, indigestión y cólicos; Otro de los grandes beneficios de la hierbabuena es su capacidad para aliviar los dolores de cabeza; es también antibacteriana y antimicrobiana, puede mantener a raya el mal aliento y prevenir problemas de higiene dental. (Granma, 2014)		
Características organolépticas	OLOR	Natural	
	SABOR	Natural	
	COLOR	Apariencia naranja	
	CONSISTENCIA	Líquida	
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 12 onzas Envase biodegradable por 12 onzas		
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato		


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 63. Ficha técnica de frutos especies

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Frutos especies		
Descripción del producto	Bebida fusión refrescante elaborada con plantas medicinales, frutas dulces y ácidas, así mismo lo compone un cereal con alto contenido en fibra.		
Ingredientes	Banano, caléndula, naranja, mandarina, vainilla, avena, agua, hielo y stevia (endulzante)		
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	De acuerdo a las propiedades medicinales de la caléndula, resulta ser eficaz al regenerar las pieles dañadas y especialmente sensibles o alérgicas, estimula la síntesis de nucleoproteínas y de colágeno durante el proceso de regeneración cutánea. Por otra parte, la infusión de caléndula aporta como remedio tradicional combatir la anemia y las convalecencias, se emplea como alivio en caso de úlcera gástrica, se indica para tratar alteraciones hepáticas y para restaurar las funciones del hígado tras un episodio de intoxicación alimentaria o alergia, así mismo la infusión de caléndula se ha empleado también como remedio tradicional para favorecer la expulsión de los parásitos intestinales. (Cebrián, 2017)		
Características organolépticas	OLOR	Natural	
	SABOR	Natural	
	COLOR	Apariencia amarillo	
	CONSISTENCIA	Líquida	
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 12 onzas Envase biodegradable por 12 onzas		
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato		


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 64. Ficha técnica del mix de cítricos y frutos silvestres

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Mix de cítricos y frutos silvestres		
Descripción del producto	Bebida fusión refrescante elaborada con plantas medicinales y frutas dulces, ácidas y semiácidas		
Ingredientes	Piña, sandía, limonaria, fresa, melón, lulo y stevia (endulzante)		
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	<p>La limonaria es una fuente de fitoquímicos beneficiosos y nutrientes especializados que apoyan la respuesta del cuerpo a los organismos dañinos, estimulan el sistema inmune y fomentan el bienestar total, fomenta la salud cardiovascular normal y fomenta un sueño relajante. (Edward Group , 2017)</p> <p>La limonaria ofrece un enfoque a múltiples niveles para apoyar la salud cardiovascular. En primer lugar, como fuente de antioxidantes, la limonaria puede interrumpir la oxidación de la grasa en las arterias. En segundo lugar, el citral de la hierba de limón ayuda a relajar los vasos sanguíneos demasiado estresados. Por otra parte el aceite esencial de la limonaria puede ayudar a proteger la capa mucosa del estómago y según estudios se concluye que la limonaria puede aumentar la duración del sueño. (Edward, 2017)</p>		
Características organolépticas	OLOR	Natural	
	SABOR	Natural	
	COLOR	Apariencia amarillo oscuro	
	CONSISTENCIA	Líquida	
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 12 onzas Envase biodegradable por 12 onzas		
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato		


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 65. *Ficha técnica del daiquirí de milo*

									
FICHA TÉCNICA									
Nombre del producto	Daiquirí de milo								
Descripción del producto	Bebida fusión refrescante elaborada con plantas medicinales y frutas dulces y semiácidas.								
Ingredientes	Fresa, milo, hierbabuena, mora, stevia (endulzante)								
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	La hierbabuena puede ayudar a los trastornos del sistema digestivo incluyendo gases, distensión abdominal y náuseas, indigestión y cólicos; Otro de los grandes beneficios de la hierbabuena es su capacidad para aliviar los dolores de cabeza; es también antibacteriana y antimicrobiana, puede mantener a raya el mal aliento y prevenir problemas de higiene dental. (Granma, 2014)								
Características organolépticas	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">OLOR</td> <td style="text-align: center;">Natural</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">SABOR</td> <td style="text-align: center;">Natural</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">COLOR</td> <td style="text-align: center;">Apariencia marrón</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">CONSISTENCIA</td> <td style="text-align: center;">Líquida</td> </tr> </table>	OLOR	Natural	SABOR	Natural	COLOR	Apariencia marrón	CONSISTENCIA	Líquida
OLOR	Natural								
SABOR	Natural								
COLOR	Apariencia marrón								
CONSISTENCIA	Líquida								
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 12 onzas Envase biodegradable por 12 onzas								
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato								


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 66. Ficha técnica de la infusión estilo jamaicano

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Infusión estilo jamaicano		
Descripción del producto	Infusión elaborada con plantas medicinales y frutas dulces y semiácidas.		
Ingredientes	Menta, albahaca, fresa, mango, pera, uchuvas, agua y stevia (endulzante)		
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	<p>De acuerdo a las propiedades de la menta, puede proporcionar los siguientes beneficios al actuar como un expectorante y descongestionante y podría ayudarla a limpiar sus vías respiratorias, las hojas de menta en polvo han también han sido utilizadas históricamente para refrescar el mal aliento y para blanquear los dientes, así mismo es eficaz al reducir los espasmos en el colon y elimina el estrés al brindar tranquilidad y energía. (Mercola, Artículos Mercola, 2014)</p> <p>Por otra parte la albahaca se ha ganado un puesto entre los mejores antiinflamatorios naturales, siendo capaz de combatir tanto inflamaciones internas como externas; ayuda a tener una mejor oxigenación cerebral, lo cual beneficia a la memoria, combate las gripes, sobre todo las que vienen acompañadas de tos con flema y sin nombrar otros beneficios que posee. (Full musculo, 2016)</p>		
Características organolépticas	OLOR	Natural	
	SABOR	Natural	
	COLOR	Apariencia verde claro	
	CONSISTENCIA	Líquida y sólida	
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 8 onzas Envase biodegradable por 8 onzas		
Conservación del producto			


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 67. Ficha técnica fresca armonía

		
FICHA TÉCNICA		
Nombre del producto	Fresca armonía	
Descripción del producto	Infusión elaborada con plantas medicinales y especias, brindando una diferencia en comparación a las otras bebidas.	
Ingredientes	Especias, canela, clavos, chocolate, cuajada, agua y stevia (endulzante)	
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	De acuerdo a las propiedades nutricionales las especias poseen varias sustancias, sin embargo, sus principales beneficios se deberían a los polifenoles, un tipo de antioxidantes con diversas cualidades: permitiendo evitar el daño celular, aliviar la inflamación o modificar el metabolismo", explica el Dr. David Heber, de la Universidad de California en Los Angeles. Así mismo, al tomar media cucharadita de canela molida al día ayudaría a reducir la diabetes ya que disminuiría los niveles de glucosa en la sangre. (González , 2015)	
Características organolépticas	OLOR	Natural
	SABOR	Natural
	COLOR	Apariencia marrón
	CONSISTENCIA	Líquida y sólida
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 8 onzas Envase biodegradable por 8 onzas	
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato	


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 68. Ficha técnica frutos del bosque

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto		Frutos del bosque	
Descripción del producto		Infusión elaborada con plantas medicinales y frutas semiácidas.	
Ingredientes		Hierbabuena, manzanilla, manzana verde, uchuvas, ciruela pasa, agua y stevia (endulzante)	
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal		<p>La hierbabuena puede ayudar a los trastornos del sistema digestivo incluyendo gases, distensión abdominal y náuseas, indigestión y cólicos; Otro de los grandes beneficios de la hierbabuena es su capacidad para aliviar los dolores de cabeza; es también antibacteriana y antimicrobiana, puede mantener a raya el mal aliento y prevenir problemas de higiene dental. (Granma, 2014)</p> <p>Por otra parte la manzanilla posee beneficios medicinales como lo es aliviar trastornos del estómago, tales como: vómito, náuseas, indigestión, pérdida de apetito o incluso los molestos gases intestinales; previene el cáncer de mama al contener apigenina, una sustancia capaz de bloquear la capacidad de las células cancerígenas y también reduce el nivel de colesterol gracias a su alto contenido en colina, un nutriente que protege al hígado contra la acumulación de grasa. (Infografías y Remedios, 2015)</p>	
Características organolépticas		OLOR	Natural
		SABOR	Natural
		COLOR	Apariencia amarillo claro
		CONSISTENCIA	Líquida y sólida
Presentación y contenido del producto		Envase de vidrio por 8 onzas Envase biodegradable por 8 onzas	
Conservación del producto		No requiere conservación porque es de consumo inmediato	

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 69. Ficha técnica festival cítrico

 FICHA TÉCNICA		
Nombre del producto	Festival cítrico	
Descripción del producto	Infusión elaborada con plantas medicinales y frutas ácidas.	
Ingredientes	Limonaria, toronjil, naranja, limón, miel, agua y stevia (endulzante)	
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	<p>La limonaria ofrece un enfoque a múltiples niveles para apoyar la salud cardiovascular. En primer lugar, como fuente de antioxidantes, la limonaria puede interrumpir la oxidación de la grasa en las arterias. En segundo lugar, el citral de la hierba de limón ayuda a relajar los vasos sanguíneos demasiado estresados. Por otra parte el aceite esencial de la limonaria puede ayudar a proteger la capa mucosa del estómago y según estudios se concluye que la limonaria puede aumentar la duración del sueño. (Edward, 2017)</p> <p>Por otro lado el toronjil posee beneficios que tienden a ser diversos y variados, uno de ellos es su acción sedante, razón por lo cual se le usa mucho como complemento en los tratamientos de cardiopatías de origen nervioso, también es muy usado por las personas que sufren de insomnio, resulta útil también para los dolores menstruales y la cefalea (dolor de cabeza). (Globo vision, 2016)</p>	
Características organolépticas	OLOR	Natural
	SABOR	Natural
	COLOR	Apariencia amarillo claro
	CONSISTENCIA	Líquida y sólida
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 8 onzas Envase biodegradable por 8 onzas	
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato	


Fuente. Autores del proyecto

Tabla 70. Ficha técnica del Almendaris

 FICHA TÉCNICA		
Nombre del producto	Almendaris	
Descripción del producto	Infusión elaborada con plantas medicinales, especias y frutos secos	
Ingredientes	Manzanilla, jengibre, canela, uvas pasas, almendras, agua y stevia (endulzante)	
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	<p>De acuerdo a las propiedades curativas de la manzanilla, esta planta medicinal puede ayudar a combatir las fuertes úlceras gástricas y evita que aparezca en caso de que se tome antes de ingerir los alimentos, elimina el Asma, al atacar las bacterias de esta enfermedad y la manzanilla también combate la gripe a través de sus propiedades antibacterianas. (Full Musculo, 2018)</p> <p>Por otra parte el jengibre es una sustancia termo génica con efectos benéficos en el metabolismo y almacenamiento de grasa, así mismo contiene propiedades antiinflamatorias, las cuales ayudan a aliviar muchos tipos de dolores, tales como el dolor articular, menstrual, dolores de cabeza y mucho más; puede combatir el cáncer, la diabetes, la enfermedad de hígado graso no alcohólico, asma e infecciones bacterianas. (Mercola, Artículos mercola, 2015)</p>	
Características organolépticas	OLOR	Natural
	SABOR	Natural
	COLOR	Apariencia amarillo
	CONSISTENCIA	Líquida y sólida
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 8 onzas Envase biodegradable por 8 onzas	
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato	

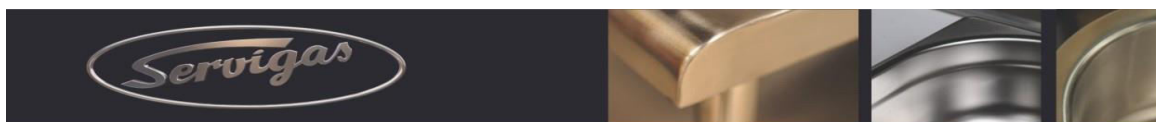
Fuente. Autores del proyecto

Tabla 71. *Ficha técnica maxi fibra*

		FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Maxi fibra		
Descripción del producto	Infusión elaborada con plantas medicinales y frutas dulces y semiácidas.		
Ingredientes	Sen, pitaya, papaya, naranja, agua y stevia (endulzante)		
Propiedades de la bebida de acuerdo a la planta medicinal	El Sen es conocido entre sus propiedades medicinales, por su alto poder depurativo y desintoxicante, entre las principales propiedades que se le atribuyen a este té destaca su efecto laxante. Debido a la cantidad de sustancias que contiene, tales como mucílagos, flavonoides, derivados activos de senósidos. Otra cualidad destacada de esta planta medicinal es que mejora el tono muscular de las vías urinarias, consiguiendo así que se mejore la eliminación de líquidos del organismo evitando así su acumulación en el cuerpo. (Delgado, 2009)		
Características organolépticas	OLOR	Natural	
	SABOR	Natural	
	COLOR	Apariencia amarillo	
	CONSISTENCIA	Líquida y sólida	
Presentación y contenido del producto	Envase de vidrio por 8 onzas Envase biodegradable por 8 onzas		
Conservación del producto	No requiere conservación porque es de consumo inmediato		

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice C. Cotización de necesidades y requerimientos



DISEÑO Y FABRICACIÓN de Cocinas Industriales

Señores: ZUMOS DEL CAMPO

COTIZACION:

01-032018-2

Item No.	Descripción del Producto	V/r Metro o Unidad sin IVA	Cant.	Precio Unitario
1	CAMPANA EXTRACTORA PARED (Marca Servigas) Elaborada en acero C20 430, canal recolector de grasa, canecas graseras, filtros, iluminación. (NO INCLUYE DUCTOS NI MOTOR) Dimensiones: 190*70*50 cm	\$ 2.090.000	1	\$ 2.090.000
2	MESON EN ACERO INOXIDABLE Cubierta elaborada en acero inoxidable C18 304, borde bajo relieve, salpicadero a pared, Estructura en tubo cuadrado de 4x4 cm en A.I, entrepaño en lamina C20 304, bases a piso en A.I Dimensiones: 100*60*90 cm	\$ 1.390.000	1	\$ 1.390.000
3	MESON CON DOS POCETAS (Marca Servigas) Cubierta elaborada en acero inoxidable C18 304, salpicadero a pared de 12 cm alto, borde bajo relieve, dos pocetas de 50*40*25 cm, griferías sencillas, sifones y canastillas; estructura en tubo cuadrado de 4x4 cm en A.I, entrepaño en lamina C20 304, bases a piso en A.I Dimensiones: 150*60*90 cm	\$ 2.925.000	1	\$ 2.925.000
4	COCINA INDUSTRIAL SIG- 4 LINEAL En acero inoxidable, con cuatro puestos con parrillas de 40*40cms en fundición de hierro gris y quemadores tipo estrella de 25.000 BTU/h, cubierta, cuerpo y entrepaño en lamina de acero inoxidable C18 y C20 tipo 304 2b, estructura en tubo de acero de 1 1/2" y bases nivelables al piso de acero. Dimensiones: 174cm x 52cm x 85cm.	\$ 4.400.000	1	\$ 4.400.000
5	CONGELADOR TIPO COFRE PUERTA SOLIDA Marca Imbera Control electromecánico de temperatura, iluminación interna LED, chapa de seguridad, Amperaje 2,6 – voltaje 115 - temperatura interior -18oC a -22oC – Capacidad: 491 litros – Peso 85 kg Dimensiones: 155*63*90 cm	\$ 1.750.000	1	\$ 1.750.000
6	ESCURRIDOR DE PLATOS DE TRES NIVELES (platos grandes, platos pequeños, tazas o pocillos) (Marca Servigas) Dimensiones: 100*30*110 cm	\$ 950.000	1	\$ 950.000

7	REPISA SUPERIOR EN ACERO INOXIDABLE PARA ENTREGA PLATOS Dimensiones: 100*40 cm	\$ 450.000	1	\$ 450.000
8	INSTALACION EQUIPOS, TRASLADO DEL PERSONAL FUERA DE LA CIUDAD	\$ 1.800.000	1	\$ 1.800.000
9	TRANSPORTE POR FUERA DE BUCARAMANGA O AREA METROPOLITANA	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000

SUBTOTAL \$ 16.955.000

IVA 19%
3.221.450 \$

NETO A PAGAR **\$ 20.176.450**

CONDICIONES DE VENTA

FORMA DE PAGO

60% anticipo - 40% a la entrega

TIEMPO DE ENTREGA

15 días hábiles

GARANTIA

1 Año

PUYANA SERVICIOS

S.A.S Nit 890.205.691-1

Ingrid Tatiana Vesga

Asesor Comercial

315 860 60 43 - 6711715

servigas@puyanaservigas.com



Señoras

Yessica Lorena Pineda Trigos

Yisell Dayana Navarro Vaca

Buen día según su mensaje le cotizo lo siguiente:

Remolque para comidas de 2.4 metros de largo por 1.6 de ancho y 2 de alto con una puerta de acceso una ventana lateral de atención y una ventana pequeña de aireación piso en aluminio 2 llantas de 13 pulgadas sistema de tiro para bola y sistema eléctrico con luz media, luz direccional y luz freno pintado al color deseado.

Valor: \$7'000.000

Entrega: 20 días

Garantía: Un año

Forma de pago: 50% al contrato saldo a la entrega

Con gusto

Javier Restrepo

Representante Legal

Celular: 3178863083

UTENSILIOS DE COCINA			
Cant.	Descripción	Valor Unit.	Valor Total
4	Tabla en acrílico para picar de 30 x 20 cm, rectangular.	\$ 12.000	\$ 48.000
2	Cuchillo en acero inoxidable de 20 cm	\$ 25.000	\$ 50.000
2	Cuchillo en acero inoxidable de 13 cm	\$ 17.000	\$ 34.000
4	Pinza metálica para alimentos en acero de 14 pulgadas	\$ 6.000	\$ 24.000
4	Colador de acero con malla fina de 16 cm de diámetro	\$ 16.000	\$ 64.000
6	Cucharon en acero y nylon	\$ 5.500	\$ 33.000
25	Recipientes plásticos	\$ 6.000	\$ 1.500.000
3	Canastas	\$ 8.000	\$ 24.000
2	Tijeras para cocina en acero inoxidable	\$ 10.000	\$ 20.000
10	Jarras plásticas 1,2 lt	\$ 5.000	\$ 50.000
2	Juegos de cucharas x 6 en acero	\$ 6.000	\$ 12.000
4	Bandejas plásticas de 44 x 35 cm	\$ 4.500	\$ 18.000
2	Juego de Porcionador de frutas	\$ 3.000	\$ 6.000
6	Juego de cucharitas metálicas x 6 Unidades	\$ 2.000	\$ 12.000
6	Vasos de 11 Onzas x 6 Unidades	\$ 22.000	\$ 132.000
10	Copas de 18 OZ	\$ 3.500	\$ 35.000
15	Vaso roquero	\$ 3.000	\$ 45.000
15	Copa Irlandés 4,8 OZ	\$ 6.000	\$ 90.000
TOTAL		\$ 160.500	\$ 2.197.000

BARATILLO
LA LOCURA PAISA
 CALLE 11 No. 10-22 - TELF: 562 5362
 OCANA, N. de S.

Apéndice D. Carta intención de compra de la dotación del personal

Ocaña, 02 de marzo de 2018

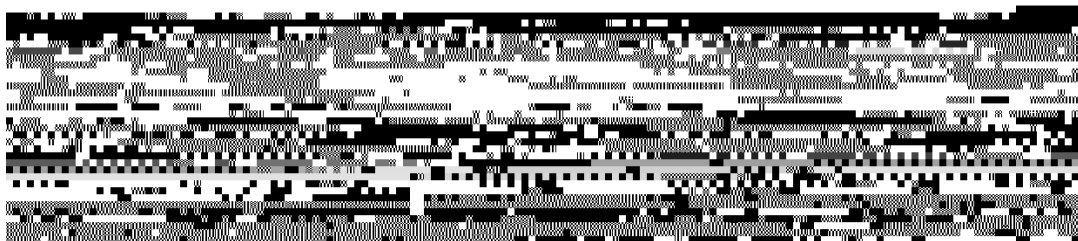
Señoras

Yessica Lorena Pineda Trigos

Yisell Dayana Navarro Vaca

Por medio de la presente me dirijo a ustedes en respuesta a su solicitud con respecto a la cotización de las siguientes prendas de vestir. A continuación les daré a conocer el precio por unidad.

- | | |
|--|-----------|
| – Buzo tipo polo en tela piqué 50% algodón y 50% poliéster | \$ 30.000 |
| Unidad | |



Apéndice E. Proyección de distribución en planta



Figura 30. Fachada del establecimiento comercial de Zumos del Campo
Fuente. Autores del proyecto



Figura 31. Parte interna del establecimiento Zumos del Campo
Fuente. Autores del proyecto



Figura 32. Parte interna en 3D del establecimiento de Zumos del Campo Fuente. Autores del proyecto

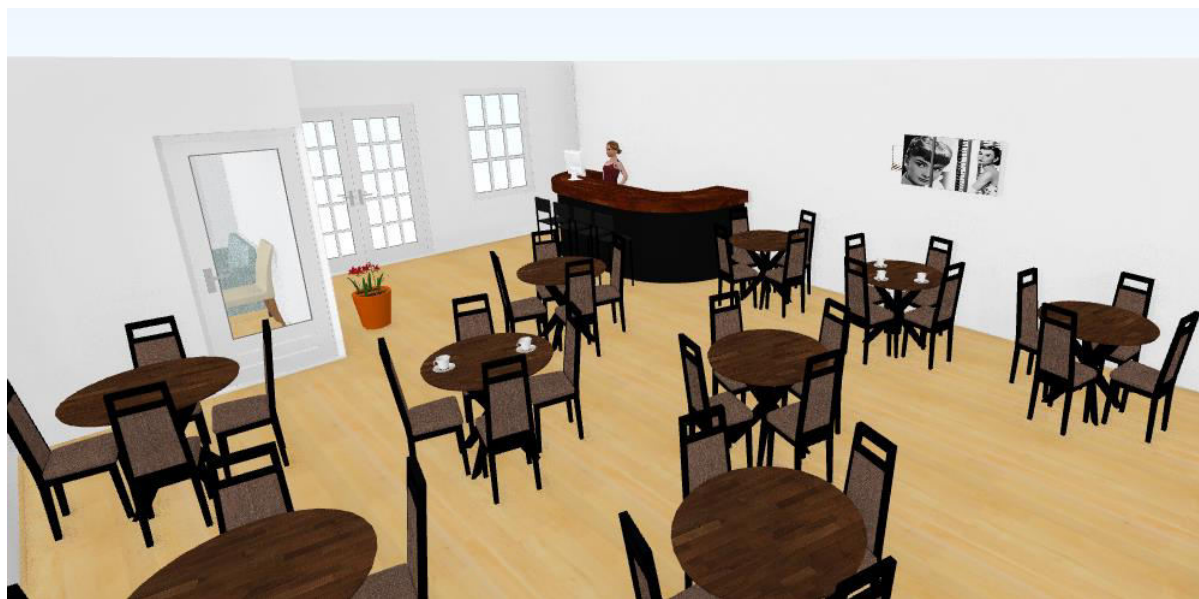


Figura 33. Zona para el público en Zumos del Campo Fuente. Autores del proyecto



Figura 34. Zona para el público en Zumos del Campo Fuente. Autores del proyecto

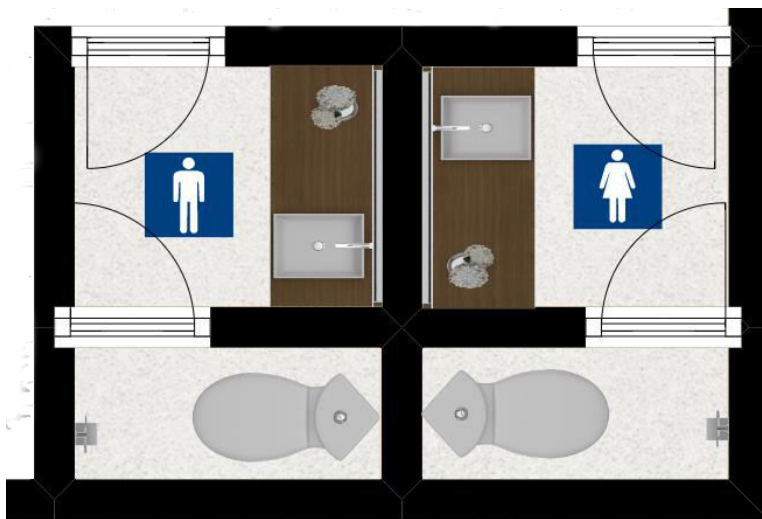


Figura 35. Baños en Zumos del Campo Fuente. Autores del proyecto

Apéndice F. Inventario de costos de la merma

Tabla 72. Inventario de costos de la merma

FRUTA							
MEDIDA	DETALLE	PRECIO	MERMA	RENDIMIENTO	PESO LIMPIO EN GRAMOS	VALOR LIMPIO	VALOR GRAMO
Kg	Manzana	\$ 5.000	14%	86%	860	\$ 5.814	\$ 5,81
Kg	Piña	\$ 1.500	38%	62%	620	\$ 2.419	\$ 2,42
Kg	Durazno	\$ 4.400	19%	81%	810	\$ 5.432	\$ 5,43
Kg	Mango	\$ 3.000	30%	70%	700	\$ 4.286	\$ 4,29
Kg	Papaya	\$ 1.400	32%	68%	680	\$ 2.059	\$ 2,06
Kg	Naranja	\$ 1.400	32%	68%	680	\$ 2.059	\$ 2,06
Kg	Sandía	\$ 1.200	30%	70%	700	\$ 1.714	\$ 1,71
Kg	Melón	\$ 4.400	33%	67%	670	\$ 6.567	\$ 6,57
Kg	Banano	\$ 1.800	30%	70%	700	\$ 2.571	\$ 2,57
Kg	Mandarina	\$ 2.000	30%	70%	700	\$ 2.857	\$ 2,86
Kg	Fresa	\$ 4.600	4%	96%	960	\$ 4.792	\$ 4,79
Kg	Lulo	\$ 3.500	12%	88%	880	\$ 3.977	\$ 3,98
Kg	Cereza	\$ 16.000	5%	95%	950	\$ 16.842	\$ 16,84
Kg	Mora	\$ 3.600	7%	93%	930	\$ 3.871	\$ 3,87
Kg	Pera	\$ 6.000	15%	85%	850	\$ 7.059	\$ 7,06
Kg	Uchuvas	\$ 3.000	10%	90%	900	\$ 3.333	\$ 3,33
Kg	Limón Tahití	\$ 2.800	36%	64%	640	\$ 4.375	\$ 4,38
Kg	Pitaya	\$ 6.000	20%	80%	800	\$ 7.500	\$ 7,50
Kg	Papaya	\$ 1.400	32%	68%	680	\$ 2.059	\$ 2,06
PLANTAS MEDICINALES							
MEDIDA	DETALLE	PRECIO	MERMA	RENDIMIENTO	PESO LIMPIO EN GRAMOS	VALOR LIMPIO	VALOR GRAMO
Kg	Albahaca	\$ 14.000	25%	75%	750	\$ 18.667	\$ 18,67
Kg	Menta	\$ 12.000	5%	95%	950	\$ 12.632	\$ 12,63
Kg	Toronjil	\$ 14.000	10%	90%	900	\$ 15.556	\$ 15,56
Kg	Hierbabuena	\$ 13.000	16%	84%	840	\$ 15.476	\$ 15,48
Kg	Limonaria	\$ 3.700	27%	73%	730	\$ 5.068	\$ 5,07
Kg	Manzanilla	\$ 20.000	25%	75%	750	\$ 26.667	\$ 26,67
Kg	Jengibre	\$ 8.000	30%	70%	700	\$ 11.429	\$ 11,43
Kg	Caléndula	\$ 15.200	25%	75%	750	\$ 20.267	\$ 20,27

Kg	Sen	\$ 16.000	28%	72%	720	\$ 22.222	\$ 22,22
Kg	Stevia	\$ 40.000	0%	100%	1000	\$ 40.000	\$ 40,00
Kg	Canela	\$ 35.000	0%	100%	1000	\$ 35.000	\$ 35,00
Kg	Clavos	\$ 27.500	0%	100%	1000	\$ 27.500	\$ 27,50
OTROS							
MEDIDA	DETALLE	PRECIO	MERMA	RENDIMIENTO	PESO LIMPIO EN GRAMOS	VALOR LIMPIO	VALOR GRAMO
Kg	Avena en hojuelas	\$ 6.550	0%	100%	1000	\$ 6.550	\$ 6,55
Kg	Uvas pasas	\$ 8.400	0%	100%	1000	\$ 8.400	\$ 8,40
Kg	Almendras	\$ 45.000	0%	100%	1000	\$ 45.000	\$ 45,00
Kg	Especias	\$ 12.300	0%	100%	1000	\$ 12.300	\$ 12,30
Kg	Cuajada	\$ 9.000	0%	100%	1000	\$ 9.000	\$ 9,00
Kg	Milo	\$ 27.000	0%	100%	1000	\$ 27.000	\$ 27,00
Kg	Chocolate	\$ 15.500	0%	100%	1000	\$ 15.500	\$ 15,50
Lt	Miel de abeja	\$ 10.000	0%	100%	1000	\$ 10.000	\$ 10,00
Lt	Esencia de vainilla	\$ 35.000	0%	100%	1000	\$ 35.000	\$ 35,00
Lt	Agua	\$ 507	0%	100%	1000	\$ 507	\$ 0,507
Kg	Hielo	\$ 300	0%	100%	1000	\$ 300	\$ 0,300

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice G. Costo de la materia prima e insumos por bebida

Mojito		
Cantidad	Materia prima	Valor
30 g.	Albahaca	\$ 560
20 g	Menta	\$ 253
100 gr	Manzana	\$ 581
60 gr	Piña	\$ 145
9,4 gr	Limón	\$ 41
250 ml	Agua	\$ 127
200 gr	Hielo	\$ 60
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$1.847

Festival amarillo		
Cantidad	Materia prima	Valor
50 g.	Durazno	\$ 272
40 g.	Mango	\$ 171
60 gr	Piña	\$ 145
120 g.	Papaya	\$ 247
200 g.	Naranja	\$ 412
30 g.	Toronjil	\$ 467
250 ml	Agua	\$ 127
200 gr	Hielo	\$ 60
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$1.980

Frutos exóticos		
Cantidad	Materia prima	Valor
75 g.	Sandía	\$ 129
80 g.	Melón	\$ 525
60 gr	Piña	\$ 145
40 gr.	Hierbabuena	\$ 619
100 gr.	Naranja	\$ 206
250 ml	Agua	\$ 127
200 gr	Hielo	\$ 60
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.891

Frutos especies		
Cantidad	Materia prima	Valor
170 gr	Banano	\$ 437
15 gr	Caléndula	\$ 304
100 g.	Naranja	\$ 206
85 gr	Mandarina	\$ 243
2 ml	Vainilla	\$ 70
20 gr.	Avena	\$ 131
250 ml	Agua	\$ 127
200 gr	Hielo	\$ 60
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.658

Mix de Cítricos y Frutos Silvestres		
Cantidad	Materia prima	Valor
60 gr	Piña	\$ 145
120 gr	Sandía	\$ 206
30 gr.	Limonaria	\$ 152
120 gr.	Fresa	\$ 575
80 gr.	Melón	\$ 525
30 gr.	Lulo	\$ 119
250 ml	Agua	\$ 127
200 gr	Hielo	\$ 60
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.989

Daiquirí de Milo		
Cantidad	Materia prima	Valor
150 g.	Fresa	\$ 719
30 gr.	Milo	\$ 810
25 g.	Hierbabuena	\$ 387
40 gr.	Mora	\$ 155
250 ml	Agua	\$ 127
200 gr	Hielo	\$ 60
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 2.337

Infusión estilo jamaicano		
Cantidad	Materia prima	Valor
20 gr.	Menta	\$ 253
10 gr.	Albahaca	\$ 187
70 gr.	Fresa	\$ 335
30 gr.	Mango	\$ 129
60 gr.	Pera	\$ 424
10 gr.	Uchuvas	\$ 33
200 ml	Agua	\$ 101
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.542

Almendaris		
Cantidad	Materia prima	Valor
20 gr.	Manzanilla	\$ 533
10 gr.	Canela	\$ 350
10 gr.	Jengibre	\$ 114
30 gr.	Uvas pasas	\$ 252
10 gr.	Almendras	\$ 450
200 ml.	Agua	\$ 101
2 gr.	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.881

Frutos del bosque		
Cantidad	Materia prima	Valor
30 gr.	Hierbabuena	\$ 464
100 gr.	Manzana verde	\$ 581
15 gr.	Manzanilla	\$ 400
10 gr.	Uchuvas	\$ 33
8 gr.	Ciruela pasa	\$ 67
200 ml	Agua	\$ 101
2 gr	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.728

Fresca armonía		
Cantidad	Materia prima	Valor
20 gr.	Chocolate	\$ 310
5 gr.	Especies	\$ 62
10 gr.	Canela	\$ 350
10 gr.	Clavos	\$ 275
50 gr.	Cuajada	\$ 450
200 ml.	Agua	\$ 101
2 gr.	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.628

Festival cítrico		
Cantidad	Materia prima	Valor
30 gr.	Limonaria	\$ 152
100 gr.	Naranja	\$ 206
30 gr.	Limón	\$ 131
40 ml.	Miel	\$ 400
10 g.	Toronjil	\$ 156
200 ml.	Agua	\$ 101
2 gr.	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.226

Maxi fibra		
Cantidad	Materia prima	Valor
100 g.	Pitaya	\$ 750
20 g.	Papaya	\$ 41
100 g.	Naranja	\$ 206
20 gr.	Sen	\$ 444
200 ml.	Agua	\$ 101
2 gr.	Stevia	\$ 80
	TOTAL	\$ 1.623

Apéndice H. Costo de materia prima e insumos de acuerdo a las ventas mensuales de cada bebida

Tabla 73. Costo de materia prima e insumos de acuerdo a las ventas mensuales de cada bebida

COSTOS DE MATERIA PRIMA E INSUMOS DE ACUERDO A LAS VENTAS MENSUALES DE CADA UNA DE LAS BEBIDAS													
Mes	Venta	Mojito	Festival amarillo	Frutos exóticos	Frutos especies	Daiquiri de milo	Mix de cítricos y frutos silvestres	Estilo jamaicano	Festival cítrico	Almendaris	Frutos del bosque	Maxifibra	Fresca armonía
1	142	\$ 262.274	\$ 281.160	\$ 268.522	\$ 235.436	\$ 331.854	\$ 282.438	\$ 214.136	\$ 174.092	\$ 267.102	\$ 245.376	\$ 230.466	\$ 231.176
2	146	\$ 269.662	\$ 289.080	\$ 276.086	\$ 242.068	\$ 341.202	\$ 290.394	\$ 220.168	\$ 239.148	\$ 274.626	\$ 252.288	\$ 236.958	\$ 237.688
3	148	\$ 273.356	\$ 293.040	\$ 279.868	\$ 245.384	\$ 345.876	\$ 294.372	\$ 223.184	\$ 242.424	\$ 278.388	\$ 255.744	\$ 240.204	\$ 240.944
4	150	\$ 277.050	\$ 297.000	\$ 283.650	\$ 248.700	\$ 350.550	\$ 298.350	\$ 226.200	\$ 245.700	\$ 282.150	\$ 259.200	\$ 243.450	\$ 244.200
5	140	\$ 258.580	\$ 277.200	\$ 264.740	\$ 232.120	\$ 327.180	\$ 278.460	\$ 211.120	\$ 229.320	\$ 263.340	\$ 241.920	\$ 227.220	\$ 227.920
6	156	\$ 288.132	\$ 308.880	\$ 294.996	\$ 258.648	\$ 364.572	\$ 310.284	\$ 235.248	\$ 255.528	\$ 293.436	\$ 269.568	\$ 253.188	\$ 253.968
7	150	\$ 277.050	\$ 297.000	\$ 283.650	\$ 248.700	\$ 350.550	\$ 298.350	\$ 226.200	\$ 245.700	\$ 282.150	\$ 259.200	\$ 243.450	\$ 244.200
8	152	\$ 280.744	\$ 300.960	\$ 287.432	\$ 252.016	\$ 355.224	\$ 302.328	\$ 229.216	\$ 248.976	\$ 285.912	\$ 262.656	\$ 246.696	\$ 247.456
9	154	\$ 284.438	\$ 304.920	\$ 291.214	\$ 255.332	\$ 359.898	\$ 306.306	\$ 232.232	\$ 252.252	\$ 289.674	\$ 266.112	\$ 249.942	\$ 250.712
10	148	\$ 273.356	\$ 293.040	\$ 279.868	\$ 245.384	\$ 345.876	\$ 294.372	\$ 223.184	\$ 242.424	\$ 278.388	\$ 255.744	\$ 240.204	\$ 240.944
11	154	\$ 284.438	\$ 304.920	\$ 291.214	\$ 255.332	\$ 359.898	\$ 306.306	\$ 232.232	\$ 252.252	\$ 289.674	\$ 266.112	\$ 249.942	\$ 250.712
12	160	\$ 295.520	\$ 316.800	\$ 302.560	\$ 265.280	\$ 373.920	\$ 318.240	\$ 241.280	\$ 262.080	\$ 300.960	\$ 276.480	\$ 259.680	\$ 260.480

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 74. *Costo de materia prima e insumos mensual*

Costo de materia prima e insumos mensual	
Mes	Costo de MP e insumos
Enero	\$ 3.024.174
Febrero	\$ 3.169.368
Marzo	\$ 3.212.784
Abril	\$ 3.256.200
Mayo	\$ 3.039.120
Junio	\$ 3.386.448
Julio	\$ 3.256.200
Agosto	\$ 3.299.616
Septiembre	\$ 3.343.032
Octubre	\$ 3.212.650
Noviembre	\$ 3.343.032
Diciembre	\$ 3.473.280
TOTAL	\$ 39.015.904

Nota. Para obtener el costo promedio de materia prima e insumos se divide el total entre 12 meses. Fuente. Autores del proyecto

Costo de materia prima e insumos anual	Meses	Total
\$ 39.015.904	12	\$ 3.251.325

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice I. Hoja de costo de las bebidas que ofrece Zumos del Campo y su proyección

Para determinar los costos por unidad fue necesario aplicar las siguientes operaciones:

Mano de obra directa (Operario de cocina)
Salario: \$ 781.242
Neto pagado: \$ 806.954
Prestaciones sociales: \$ 420.668
Total a pagar: Neto pagado + Prestaciones 1.227.622
Días trabajados: 30
Bebidas diarias: 75
Salario diario = \$1.227.622 / 30 días = \$ 40.920
\$ 40.920 / 75 bebidas = 545

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN CIF
Mano de obra indirecta (Mesero)
Salario: \$ 781.242
Neto pagado: \$ 806.954
Prestaciones sociales: \$ 420.668
Total a pagar: Neto pagado + Prestaciones 1.227.622
Días trabajados: 30
Bebidas diarias: 75
Salario diario = \$1.227.622 / 30 días = \$ 40.920
\$ 40.920 / 75 bebidas = 545

Arriendo	
Valor a pagar: \$ 500.000	
Número de días: 30	
\$ 500.000 / 30 = \$ 16.666	
\$ 16.666 / 75 bebidas = 222	
Servicios públicos	
Luz: \$ 70.000	
Agua: \$ 30.000	
Gas: \$ 15.000	
Valor a pagar: \$ 115.000	
\$ 115.000 / 30 días = \$ 3.833	
\$ 3.833 / 75 bebidas = \$ 51	
Depreciación	
63	
Total CIF por unidad	
Mano de obra	\$ 546
Arriendo	\$ 222
Servicios públicos	\$ 51
Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 881

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 75. Hoja de costos del Mojito

HOJA DE COSTOS MOJITO						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.847	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.847	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.273			
Materia prima	\$	1.847				
Mano de obra	\$	545				
Costos indirectos de fabricación	\$	881				
TOTAL	\$	3.273				

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 76. Proyección anual del costo de producción del mojito

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.273	3.437	3.608	3.789	3.978

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 77. Hoja de costos del festival amarillo

HOJA DE COSTOS FESTIVAL AMARILLO						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.980	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.980	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.406			
Materia prima	\$ 1.980					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.406					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 78. Proyección anual del costo de producción del festival amarillo

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.406	3.576	3.755	3.943	4.140

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 79. Hoja de costos de frutos exóticos

HOJA DE COSTOS FRUTOS EXOTICOS						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.891	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.891	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.317			
Materia prima	\$ 1.891					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.317					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 80. Proyección anual del costo de producción de frutos exóticos

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.317	3.483	3.657	3.840	4.032

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 81. *Hoja de costos de frutos especies*

HOJA DE COSTOS FRUTOS ESPECIES						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.658	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.658	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.084			
Materia prima	\$ 1.658					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.084					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 82. *Proyección anual del costo de producción de frutos especies*

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.084	3.238	3.400	3.570	3.749

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 83. Hoja de costos del Mix de cítricos y frutos silvestres

MIX DE CÍTRICOS Y FRUTOS SILVESTRES						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.989	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.989	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.415			
Materia prima	\$ 1.989					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.415					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 84. Proyección anual del costo de producción del mix de cítricos y frutos silvestres

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.415	3.586	3.765	3.953	4.151

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 85. Hoja de costos del Daiquirí de Milo

DAIQUIRÍ DE MILO						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 2.337	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 2.337	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.367			
Materia prima	\$ 2.337					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.763					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 86. Proyección anual del costo de producción del daiquirí de milo

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.367	3.535	3.712	3.898	4.093

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 87. Hoja de costos Infusión estilo jamaiquino

HOJA DE COSTOS INFUSION ESTILO JAMAQUINO						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.508	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.508	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 2.934			
Materia prima	\$ 1.508					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 2.934					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 88. Proyección anual del costo de producción de la infusión estilo jamaiquino

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	2.934	3.081	3.235	3.396	3.566

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 89. Hoja de costos Fresca Armonía

HOJA DE COSTOS FRESCA ARMONIA						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.628	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.628	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.054			
Materia prima	\$ 1.628					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.054					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 90. Proyección anual del costo de producción de fresca armonía

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.054	3.207	3.367	3.535	3.712

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 91. Hoja de costos Frutos del bosque

HOJA DE COSTOS FRUTOS DEL BOSQUE						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.728	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.728	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.154			
Materia prima	\$ 1.728					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.154					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 92. Proyección anual del costo de producción de frutos del bosque

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.154	3.312	3.477	3.651	3.834

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 93. Hoja de costos Festival cítrico

HOJA DE COSTOS FESTIVAL CITRICO						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.226	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.226	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 2.652			
Materia prima	\$ 1.226					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 2.652					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 94. Proyección anual del costo de producción del festival cítrico

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	2.652	2.785	2.924	3.070	3.224

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 95. Hoja de costos del Almendaris

HOJA DE COSTOS ALMENDARIS						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.881	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.881	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.307			
Materia prima	\$ 1.881					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.307					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 96. Proyección anual del costo de producción del Almendaris

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.307	3.472	3.646	3.828	4.020

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 97. Hoja de costos Maxi fibra

HOJA DE COSTOS MAXI FIBRA						
Materia prima		Mano de obra			Costos indirectos	
Detalle	Monto	Detalle	Monto unitario	Monto total	Detalle	Monto
MP e insumos	\$ 1.623	Operario 1	\$ 545	\$ 545	MO indirecta	\$ 545
					Arriendo	\$ 222
					Servicios	\$ 51
					Depreciación	\$ 63
TOTAL	\$ 1.623	TOTAL	\$ 545	\$ 545	TOTAL	\$ 881
Costos de producción	Totales		Costo Unitario= \$ 3.049			
Materia prima	\$ 1.623					
Mano de obra	\$ 545					
Costos indirectos de fabricación	\$ 881					
TOTAL	\$ 3.049					

Fuente. Autores del proyecto

Tabla 98. Proyección anual del costo de producción del Maxi fibra

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo	3.049	3.201	3.362	3.530	3.706

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice J. Carta de las bebidas de Zumos del Campo

BIENVENIDOS



ZUMOS DEL CAMPO



¡Cuida tu salud al ritmo de la naturaleza!

BEBIDAS FRÍAS



- Mojito.....\$5.000**
Albahaca, menta, manzana , piña, limón, stevia (endulzante).
- Festival amarillo.....\$5.200**
Durazno, piña, mango, papaya, naranja, toronjil, stevia (endulzante).
- Frutos exóticos.....\$5.000**
Sandía, melón, piña, hierbabuena, naranja, stevia (endulzante).
- Frutos especies.....\$4.700**
Banano, caléndula, naranja, mandarina, vainilla, avená, stevia (endulzante).
- Citrícos y frutos silvestres.....\$5.200**
Piña, sandía, limonaria, fresa, melón, lulo, stevia (endulzante).
- Daiquiri de Milo.....\$5.700**
Fresa, milo, hierbabuena, mora, stevia (endulzante).




BEBIDAS CALIENTES



- Infusión estilo jamaicano....\$4.500**
Menta, albahaca, fresa, mango, pera, uchucas, stevia.
- Fresca armonia.....\$4.600**
Chocolate, especies, canela, clavos, cuajada, stevia.
- Frutos del bosque.....\$4.800**
Hierbabuena, manzana verde, manzanilla, uchucas, uvas pasas, stevia.
- Almendaris.....\$5.000**
Manzanilla, canela, jengibre, uvas pasas, almendras, stevia.
- Festival citrico.....\$4.000**
Limonaria, naranja, limón, miel, toronjil, stevia.
- Maxi fribra.....\$4.600**
Pitaya, papaya, naranja, sen


Figura 36. Carta de las bebidas que ofrece Zumos del Campo.
Fuente. Autores del proyecto

Apéndice K. Manual de funciones Zumos del Campo Ltda.

	<p>Manual específico de funciones y competencias laborales – Zumos del Campo Ltda.</p>
<p>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p>	
Nombre del cargo:	Junta de socios
Área:	Administrativa
<p>II. REQUISITOS MÍNIMOS</p>	
Participación	Ser socio en la compañía de responsabilidad limitada, en la cual responderán hasta el monto de sus aportes.
Competencias laborales	Capacidad de llevar cabo el proceso administrativo en las diferentes actividades de Zumos del campo, gran sentido de pertenencia, capacidad de liderazgo y principalmente de capacidad en la toma de decisiones y así mismo tener prospectiva.
Complejidad del cargo:	Al ser la cabeza principal de la estructura organizacional, recae sobre este grupo gran parte de la responsabilidad en el direccionamiento de la microempresa Zumos del Campo para el cumplimiento de los objetivos.
<p>III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elegir los funcionarios como: administrador, miembros de la Asamblea General de Accionistas o Junta de Socios, y el contador. ➤ Crear la misión, visión, objetivos, políticas, principios y valores corporativos. ➤ Fijar cuál es el límite de capacidad por parte del gerente para comprometer a la Empresa con obligaciones financieras para disponer de los activos. ➤ Diseñar las funciones, derechos y deberes para la actuación del administrador y trabajadores. ➤ Analizar la situación administrativa, contable, económica y financiera, de la microempresa Zumos del Campo. 	

- Guiar e indicar al gerente en el diseño de estrategias y de actividades que contribuyan a que le empresa alcance los objetivos que los socios quieren cumplir en la sociedad.
- Supervisar, a través del análisis de resultados y de cronogramas y presupuestos, una vez aceptado al administrador el desarrollo de estrategias y actividades, estas se adelanten dentro de lo establecido por la Junta de Socios, y orientarlo para ello.
- Designar para qué uso se destinaran las utilidades obtenidas cada año y así mismo aprobar el presupuesto anual incluido el de inversiones.
- Es el único encargado de autorizar reformas a los estatutos de la sociedad.
- Evaluar periódicamente las estrategias, decisiones, necesidades y desempeño de Zumos del Campo.
- Realizar otras actividades afines al cargo.

Fuente. Autores del proyecto


	Manual específico de funciones y competencias laborales – Zumos del Campo Ltda.
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Gerente o administrador (a)
Área:	Administrativa
Subordinado:	Operario de cocina y mesero (a)
II. REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación	Administrador de empresas
Experiencia	<p>1 año de experiencia administrando restaurante o un establecimiento comercial similar.</p> <p>Conocimiento en el manejo de herramientas de office, especialmente Excel, tablas dinámicas y análisis financieros.</p>
Competencias laborales	Capacidad para planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar actividades organizacionales, toma de decisiones, capacidad de negociación, comunicación, trabajo en equipo, liderazgo, compromiso y sentido de pertenencia.
Complejidad del cargo:	La naturaleza del cargo involucra un alto grado de responsabilidad en cuanto a la creación de estrategias que permitan el direccionamiento de la microempresa Zumos del Campo hacia el logro de objetivos que se tienen propuestos.
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejecutar procesos de planeación, organización, dirección, coordinación y control para el desarrollo de las actividades y los recursos de Zumos del Campo. ➤ Establecer los planes y estrategias para el correcto funcionamiento de la Microempresa Zumos del Campo. ➤ Organizar, dirigir y supervisar el equipo de trabajo, reclutando, capacitando y motivando al mismo. ➤ Establecer los requerimientos de materias primas para los pedidos a proveedores. ➤ Verificar que el producto salga en condiciones óptimas para la venta. 	

- Establecer las proyecciones de ventas y fijar las metas.
- Recibir y analizar ideas de sus colaboradores para mejorar los procesos productivos.
- Recibir y administrar los pagos de los productos.
- Realizar el pago de nómina a sus colaboradores.
- Crear fuertes relaciones con los clientes de Zumos del Campo.
- Supervisar periódicamente las actividades de la Microempresa
- Realizar otras actividades afines al cargo.

IV. ENTRENAMIENTO

Requiere mínimo de dos (2) meses para conocer las diferentes actividades de la microempresa Zumos del Campo y la manera cómo estas deben ser llevadas a cabo y familiarizarse con las actividades y responsabilidades que implica su cargo.

Fuente. Autores del proyecto


	Manual específico de funciones y competencias laborales – Zumos del Campo Ltda.
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Operario de cocina
Área:	Operativa
Depende de:	Administrador (a)
Subordinado:	Mesero (a)
II. REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación	Experto en preparación de bebidas.
experiencia	Mínimo un (1) año de experiencia en labores afines al cargo
Competencias laborales	Capacidad para trabajar en equipo, creatividad, tolerancia a la presión, rapidez, flexibilidad, comunicación, capacidad para seguir estándares de higiene y seguridad alimentaria, capacidad para mantener el orden, buen paladar.
Complejidad del cargo:	Seguir procedimientos preestablecidos en la ejecución de sus funciones.
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Llevar a cabo la preparación y presentación de las bebidas según la solicitud de los clientes de Zumos del Campo. ➤ Adecuar su área de trabajo de acuerdo a las normas de higiene antes al iniciar sus labores diarias y después de realizar sus actividades. ➤ Mantener en completa higiene las instalaciones. ➤ Reportar al administrador(a) las necesidades de materia prima, insumos, materiales y herramientas que se presenten. ➤ Responder por la maquinaria y equipo que esté a su cargo. ➤ Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad establecidos. ➤ Manejar los tiempos establecidos para cada preparación. ➤ Cumplir con la normatividad de calidad en los productos. ➤ Asistir y participar en todos los eventos correspondientes a capacitación y entrenamiento técnico y organizacional. ➤ Prevenir el desperdicio de la materia prima ➤ Revisar la conservación de los alimentos 	

- Garantizar la satisfacción del cliente con las bebidas preparadas.
- Realizar cualquier otra tarea asignada por su jefe.


IV. ENTRENAMIENTO

Requiere mínimo de dos (2) meses para conocer las actividades de la empresa y la manera como estas deben ser llevadas a cabo y familiarizarse con las actividades que implica su cargo.

Fuente. Autores del proyecto

	Manual específico de funciones y competencias laborales – Zumos del Campo Ltda.
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Mesero (a)
Área:	Operativa
Depende de:	Administrador (a)
II. REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación	Título de bachiller con conocimientos de servicio al cliente
experiencia	Mínimo un (1) año de experiencia en labores afines al cargo
Competencias laborales	Capacidad de comunicación y escucha, cortesía, actitud positiva, conocimientos sobre servicio al cliente, autocontrol, estabilidad emocional, carisma.
Complejidad del cargo:	Contar con la capacidad suficiente para brindar un excelente servicio al cliente.
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar el aseo del establecimiento ➤ Llevar a cabo el montaje de las mesas del servicio (manteles, individuales, azucareras, servilletas, etc.) ➤ Conocer la carta de bebidas a ofrecer ➤ Atender a los clientes, presentando la carta de las bebidas que se ofertan ➤ Tomar los pedidos de los clientes y reportarlos al operario de cocina ➤ Entregar a los clientes los pedidos solicitados. ➤ Velar por la comodidad y satisfacción de los clientes. ➤ Brindar un buen servicio al cliente ➤ Presentar a los clientes la cuenta para que efectúen su pago. ➤ Realizar otras actividades afines al cargo. 	
IV. ENTRENAMIENTO	
Requiere mínimo de un (1) mes para conocer las actividades de la empresa y la manera como estas deben ser llevadas a cabo y familiarizarse con las actividades que implica su cargo.	

Fuente. Autores del proyecto

	<p>Manual específico de funciones y competencias laborales – Zumos del Campo Ltda.</p>
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Contador (a)
Área:	Contable y financiera
Depende de:	Administrador (a)
II. REQUISITOS MÍNIMOS	
Formación	Contador público
Experiencia	<p>1 año mínimo de experiencia como contador en restaurantes o en establecimientos comerciales similares.</p> <p>Conocimiento en el manejo de herramientas de office, especialmente Excel y tablas dinámicas para facilitar el análisis e interpretación de estados financieros, así poder llevar control realizando observaciones y recomendaciones pertinentes ante insolvencias que se lleguen a presentar y por ultimo estar actualizado en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).</p>
Competencias laborales	<p>Actuar de buena fe al ser honesto y responsable en la presentación de informes, capacidad de escucha y comunicación, trabajo en equipo, disciplina, creatividad para la toma de decisiones y negociación de conflictos al proponer y desarrollar soluciones.</p>
Complejidad del cargo:	<p>El cargo incurre en un alto grado de responsabilidad debido a la toma de decisiones que debe ejercer el contador junto con el empleador, ante problemáticas o imprevistos que se puedan presentar en la parte contable o financiera de la microempresa Zumos del Campo.</p>
III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	


- Prestar el servicio como contador público en Zumos del Campo, al aplicar, manejar e interpretar la contabilidad en dicha microempresa.
- Producir informes de las operaciones realizadas en Zumos del Campo, que se utilicen para la toma de decisiones.
- Llevar registro en libros generales la contabilidad de la microempresa, de acuerdo a los movimientos monetarios de bienes y derechos económicos y así comprobar por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, llevando registro de las operaciones que realiza Zumos del Campo.
- Publicar los resultados de los informes, con el fin de informar a los asociados, o propietarios para la toma de decisiones por parte de estos.
- Conocer y apoyar las actividades y operaciones de la microempresa, proporcionando la información necesaria para una mejor toma de decisiones.
- Tener prudencia en la confidencialidad de la información obtenida en el desempeño de sus servicios y no debe revelar la información sin autorización.
- Permanecer actualizado en la legislación tributaria, procedimientos y técnicas contables.
- Cumplir con las actividades de tipo contable, administrativo y fiscal, asesoría en obligaciones fiscal / financiera.
- Realizar otras actividades afines al cargo.

IV. ENTRENAMIENTO

Requiere mínimo de dos (2) meses para conocer las diferentes actividades de la microempresa Zumos del Campo y la manera cómo estas deben ser llevadas a cabo y familiarizarse con las actividades y responsabilidades que implica su cargo.

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice L. Manual de salud y seguridad en el trabajo Zumos del Campo Ltda.

	<p>Manual de salud y seguridad en el trabajo Zumos del Campo Ltda.</p>
<p>Objetivo</p>	
<p>Dar a conocer los riesgos que se pueden presentar en la Microempresa Zumos del Campo Ltda. que pueden ocasionar accidentes o enfermedades profesionales, definiendo medidas preventivas con el fin de mitigar dichos riesgos.</p>	
<p>RIESGOS FÍSICOS</p>	
<p>Riesgo</p>	<p>Medidas preventivas</p>
<p>Quemaduras</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Adecuar espacios determinados donde se ubiquen los recipientes calientes – Usar guantes anti calóricos en la manipulación de recipientes calientes – Utilizar recipientes que cuenten con mango baquelita (plástico termoestable)
<p>Contacto eléctrico</p>	<ul style="list-style-type: none"> – No manipular los enchufes con las manos mojadas o húmedas – En caso de mal funcionamiento hacer el mantenimiento correspondiente
<p>Accidentes por caídas y golpes</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Mantener los espacios del lugar de trabajo libre de cualquier sustancia deslizante – Usar el calzado con suela antideslizante para evitar caídas – Acomodar los utensilios que no se están utilizando con el fin de que no estorben

	<ul style="list-style-type: none"> – Mantener las vías de acceso y pasos despejados eliminando elementos innecesarios.
Cortaduras	<ul style="list-style-type: none"> – El uso de guantes como medida de protección – Mantener el filo de los cuchillos de acuerdo al uso que se vaya a destinar – Tener cuchillos con mango antideslizante – No utilizar los cuchillos con las manos mojadas o grasosas – Mantener los cuchillos en el lugar correspondiente y no camuflarlos con otras herramientas para lograr su visibilidad.
RIESGOS QUÍMICOS	
Riesgo	Medidas preventivas
Contacto con sustancias químicas peligrosas como los detergentes	<ul style="list-style-type: none"> – Mantener este tipo de productos en lugares apropiados y lejos de los alimentos – Conocer las instrucciones de uso de los productos de limpieza para saber los riesgos que puede ocasionar.
RIESGOS BIOLÓGICOS	
Riesgo	Medidas preventivas
Contaminantes biológicos (Uso de alimentos descompuestos y manipulación de alimentos con heridas)	<ul style="list-style-type: none"> – Revisión al ingreso de la materia prima y durante el almacenamiento – Uso de guantes desechables para evitar el contagio de posibles infecciones
RIESGOS ERGONÓMICOS	
Riesgo	Medidas preventivas


Movimientos reiterativos	<ul style="list-style-type: none"> – Realizar pausas activas de 10 a 15 minutos durante la jornada laboral – Realizar estudios de procesos de producción para eliminar actividades innecesarias
Posturas inadecuadas	<ul style="list-style-type: none"> – Adaptar los puestos de trabajo teniendo en cuenta un diseño ergonómico – Capacitar al personal de acuerdo al área de trabajo sobre las posturas adecuadas para evitar enfermedades.
RIESGOS PSICOSOCIALES	
Riesgo	Medidas preventivas
Agotamiento físico	<ul style="list-style-type: none"> – Realizar pausas activas durante la jornada laboral – No exceder de las ocho horas diarias – Permitir el descanso durante las horas de trabajo siempre y cuando no haya actividades a realizar.
Violencia	<ul style="list-style-type: none"> – Promover estrategias de comunicación entre los trabajadores – Evaluar de manera permanente el estado del clima organizacional para prevenir casos de violencia en el trabajo – Realizar capacitaciones sobre el manejo de relaciones interpersonales

Fuente. Autores del proyecto

	<p><i>Señalización</i> <i>Zumos del Campo Ltda.</i></p>
<p>Objetivo</p>	
<p>Definir la señalización en las instalaciones de Zumos del Campo con el fin de prevenir accidentes y permitir la identificación de algunos espacios.</p>	
<p>Señales del establecimiento en general</p>	
	
<p>Señales del área de cocina</p>	



Fuente. Autores del proyecto

	<p align="center">Botiquín de primeros auxilios de Zumos del Campo Ltda.</p>
PROPÓSITO	
<p>Con el fin de estar preparados ante cualquier accidente de trabajo, Zumos del Campo cuenta con un Botiquín de primeros auxilios el cual contiene lo indispensable para prestar la primera asistencia ante posibles emergencias.</p>	
ELEMENTOS DEL BOTIQUÍN	
<ul style="list-style-type: none"> Gasas Vendas Esparadrapos Algodón Alcohol etílico Dioxigen Guantes desechables Tijeras Isodine Pomadas Medicamentos como analgésicos y suero oral 	
CAPACITACIÓN	
<p>Es de vital importancia resaltar que los colaboradores de Zumos del Campo recibirán una capacitación en primeros auxilios con el fin de saber qué hacer en un incidente o situación de emergencia que se presente.</p>	

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice M. Manual de higiene de Zumos del Campo

	<p><i>Manual de Higiene – Zumos del Campo Ltda.</i></p>
<p>I. HIGIENE PERSONAL</p>	

Dentro de Zumos del Campo la presentación personal y la higiene son factores de vital importancia, por ello durante la jornada laboral se debe hacer uso del uniforme sin excepción alguna, éste debe estar limpio y debidamente planchado.

Cabe resaltar que los trabajadores no pueden iniciar sus labores diarias sin estar bien presentados.

El administrador debe mantener constantemente su di0.9692(e)-4.98535(nec.03076(n e)-

Así mismo, con el fin de prevenir infecciones Zumos del Campo capacitará al personal sobre las técnicas del lavado de manos el cual es de vital importancia llevar a cabo antes y después de realizar cualquier actividad.

A continuación se muestra la técnica más apropiada para ello.

- Mojar las manos con agua
- Aplicar suficiente jabón
- Frotar las palmas de las manos
- Frotar palma con palma con los dedos intercalados
- Frotar la palma sobre el dorso de la mano
- Entrelazar las manos y frotar los dorsos de los dedos

II. LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

El establecimiento comercial de Zumos del Campo permanecerá limpio al practicar a diario la separación de los residuos ya sean de desechos orgánicos, vidrios, papel, plásticos y así como la tierra o el polvo que se encuentre en las instalaciones.

Así mismo se practicará la desinfección a través de productos de limpieza que contengan agentes desinfectantes, eliminando de esta manera la producción de posibles enfermedades que pueden ser generadas por bacterias o microorganismos presentes en el ambiente de trabajo.

Mediante la limpieza y desinfección se pretende brindar productos libres de contaminantes y de esta manera preservar la salud de los clientes al prevenir el contagio de enfermedades.

El procedimiento a realizar para la limpieza y desinfección del establecimiento es: Barrer, trapear y desinfectar los pisos y paredes. De igual manera realizar el procedimiento necesario para desinfectar las herramientas, equipos y utensilios del área de producción antes y después de su uso.

Hacer uso de productos de limpieza que permitan remover la suciedad y los microorganismos presentes.

III. INDUMENTARIA DEL PERSONAL DE ZUMOS DEL CAMPO

Zumos del Campo se preocupa por la buena presentación de sus colaboradores, por esta razón contará con que a su vez aportan a la higiene tanto personal como de los alimentos.

Es obligación del empleador de Zumos del Campo suministrar estos elementos a sus colaboradores, y de igual manera es obligación de éstos hacer el debido uso durante la jornada de trabajo.

A continuación se muestra la indumentaria para los colaboradores de la microempresa

Zumos del Campo.

- Cofia
- Delantal de tela
- Delantal impermeable
- Gorra
- Zapatos de caucho
- Guantes

Para el diseño de éstos se tendrán en cuenta estándares de calidad y comodidad

Fuente. Autores del proyecto

Apéndice N. Reglamento Interno de Trabajo de Zumos del Campo Ltda.

Reglamento interno del trabajo de Zumos del Campo Ltda.

La microempresa Zumos del Campo, legalmente constituida, con domicilio en la ciudad de Ocaña y en el departamento de Norte de Santander, prescribe el siguiente reglamento interno de carácter de obligatorio tanto para la microempresa como para todos los trabajadores de la organización.

CAPÍTULO I.

PROCESO DE ADMISIÓN LABORAL

Artículo1. La persona a desempeñar un cargo en la organización deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Debe presentar en la solicitud de trabajo su hoja de vida, ser mayor de edad y tener referencias laborales y familiares. Debe cumplir como bachiller académico si aspira para mesero; para administrador deberá ser egresado de administración de empresas y el operario de cocina deberá tener cursos y experiencia en gastronomía.
- b) Tener un certificado del último jefe con quien estuvo trabajando, resaltando el tiempo de trabajo, el salario recibido y el cargo que desempeño.
- c) El administrador encargado evaluará el proceso de selección de personal, después de tener los documentos correspondientes.

- d) Después de ser admitido el aspirante, se realizara la contratación del trabajador a término fijo, inferior a 1 año; teniendo un periodo de prueba que no excederá los dos meses, con el fin de conocer las fortalezas y debilidades del trabajador y por otro lado, para el empleado determinar las condiciones de trabajo que se manejan en la organización.

Parágrafo primero: El administrador de Zumos del campo no podrá rechazar a ningún aspirante que cumpla con los requisitos, por la religión que profese, ser perteneciente a un grupo étnico, ser discapacitado, ser descendiente afroamericano, entre otros aspectos que pueden negar un derecho fundamental como lo es el trabajo.

CAPÍTULO II

HORARIO DE TRABAJO

Artículo 2. El horario definido de acuerdo a la entrada y la salida de los trabajadores es como se expone a continuación:

Personal administrativo y operario

Días laborables: De Lunes a Sábado

De lunes a sábado horario en la mañana, Hora de entrada: 07:00 a.m. Hora de salida: 11:00 a.m.

Horario en la tarde, Hora de entrada: 3:00 p.m. Hora de salida: 8:00 p.m.

Teniendo en cuenta que los trabajadores tendrán un descanso de diez minutos en la mañana y en la tarde.

Parágrafo segundo: el establecimiento no trabajara domingos y festivos, ya que cumpliendo con las 48 horas semanales de la jornada laboral es obligatorio el día de descanso el cual es el domingo. Por otra parte al iniciar las labores los trabajadores, deben presentarse con anticipación para efectuar las actividades en la hora de entrada.

CAPITULO III.

PRESTACIONES SOCIALES Y SALARIO MÍNIMO

Artículo 3. Vacaciones. Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. (Artículo 192, C.S.T.).

Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas. (Decreto 13 de 1.967, artículo 5).

Artículo 4. Estipulación del Salario: el administrador y el trabajador pueden llegar a un acuerdo del salario con forme a las actividades que realice en la microempresa y las horas de trabajo, siempre y cuando se respete el salario mínimo legal vigente o el fijado en contratos.

Artículo 5. El trabajador se remunerará en periodos de pago mensuales, por periodos iguales y vencidos. Resaltando si en algún momento este necesitara de un adelanto ante una calamidad, el administrador o empleador se ve obligado a hacer el respectivo adelanto y cumplido del mes de trabajo se dará lo que resta del salario.

Artículo 6. El pago del salario se realizará en el lugar de trabajo o donde presta los servicios el trabajador, mientras este laborando o al culminar con sus actividades, de acuerdo a lo expuesto en el CST, art. 138, numeral 1°.

CAPÍTULO IV ORDEN JERÁRQUICO

Artículo 7. Los cargos que existen en zumos del campo son los siguientes: Administrador, j operario de cocina y mesero. El único que tiene la facultad para imponer sanciones a los trabajadores es el administrador o empleador de la microempresa.

CAPÍTULO V DEBERES DE LOS TRABAJADORES

Artículo 8. Los trabajadores de Zumos del campo tienen la obligación moral de cumplir con los siguientes deberes:

- a) Cumplir con lo pactado en el reglamento interno de trabajo
- b) Respeto a su superior y a su vez a los compañeros de trabajo.
- c) Realizar las labores con solidaridad hacia los compañeros, honradez hacia la empresa y mantener buena voluntad en la atención al cliente.

- d) Escuchar y aceptar las órdenes y correcciones del jefe inmediato, con el fin mejorar en beneficio propio y en las operaciones para la puesta en marcha de la empresa.
- e) Procurar hacer de manera respetuosa las observaciones pertinentes a los compañeros de trabajo y al empleador, ante inconformidades o para perfeccionar los procesos de la organización.
- f) Permanecer en el lugar de trabajo donde realiza las actividades a cargo, a menos que este en su tiempo de descanso o por orden del empleador.

CAPÍTULO VI

DEBERES DEL EMPLEADOR

Artículo 9. El empleador o administrador de Zumos del campo tiene la obligación moral de cumplir con los siguientes deberes:

- a) Pagar a los trabajadores el salario fijado, en el periodo y lugar correspondiente.
- b) Brindar respeto a la dignidad del trabajador, independientemente de su cultura, raza, creencias, y demás.
- c) Tener a los trabajadores los implementos e instrumentos en muy buen estado y los insumos o materias primas para el desarrollo de los productos.
- d) Se prestarán los primeros auxilios ante un accidente o enfermedad laboral.
- e) Ofrecer los EPP (elementos de protección personal) a los trabajadores con el fin de prevenir accidentes y enfermedades laborales.
- f) Llevar registro de horas extras, si en algún momento se llegan a realizar.
- g) Velar por el trabajador para que en su tiempo de descanso diario, ejecute pausas activas.

- h) Otorgar a las trabajadoras que se encuentren en período de lactancia los descansos establecidos en el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.
- i) Cumplir con el reglamento interno expuesto, manteniendo el orden.

CAPÍTULO VII. HIGIENE Y SEGURIDAD

Artículo 11. La microempresa Zumos del campo contará con las medidas adecuadas para brindar el cuidado necesario a los trabajadores, salvaguardando la vida, brindándoles instalaciones apropiadas en seguridad, eliminando los riesgos de accidente, enfermedades profesionales o que puedan ocasionar la muerte.

Artículo 12. Se realizarán exámenes médicos y psicológicos a los trabajadores, con el fin de prevenir enfermedades y al estar en las condiciones adecuadas puedan brindar mayor productividad.

CAPÍTULO VIII

PERMISOS Y LICENCIAS LABORALES

Artículo 13. Los permisos serán concedidos a los trabajadores mientras sea comprobado mediante certificado o autorización. Los cuales son los siguientes

Artículo 14. Por fallecimiento de familiares del trabajador por 5 días, por cuestiones de salud, por ser el día de su profesión, por acompañar en reuniones importantes a los hijos (si en llegado caso tienen). Los permisos serán concedidos por el administrador de empresas o el empleador.

Artículo 15. Las licencias se concederán a los trabajadores en los siguientes casos:

Artículo 16. Por el fallecimiento de padres, cónyuge e hijos hasta cinco días consecutivos, se puede extender hasta dos días más cuando se presenta la calamidad en una ciudad, municipio o corregimiento diferente a donde labora el trabajador; por enfermedad, intervención quirúrgica, maternidad de la colaboradora o accidente.

CAPÍTULO IX

ESTRUCTURA DE FALTAS Y SANCIONES

Artículo 17. Se establecen las siguientes faltas para los colaboradores

Artículo 18. La demora en la hora de llegada a la organización sin justa causa, por primera vez será multado el trabajador con \$5.000, en la segunda vez será el triple de los que pago la primera vez, y si hay tercera vez el día que llegue tarde solamente trabaja medio tiempo.

Artículo 19. El faltar en la mañana o en la tarde en el trabajo, incurrirá una falta cuando sea por primera vez en suspender sus actividades laborales tres días y por segunda vez se suspenden las actividades por diez días.

Artículo 20. Dejar el trabajo sin excusa justificable o no ir un día de trabajo, el trabajador por primera vez, suspender las actividades por diez días y por segunda vez se suspenderá por 50 días.

Apéndice O. Dotación para el personal



Fuente. Autores del proyecto



Fuente. Autores del proyecto