

**ELABORACIÓN DE GALLETAS A BASE DE HARINA DE TRIGO CON  
EXTRACTO DE BANANO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE  
ALGUNOS COLEGIOS Y SUPERMERCADOS DE LOS MUNICIPIOS DEL  
EJE BANANERO**

**CENÉN MURILLO SALAZAR  
EDGAR ALONSO RIVAS LOBÓN**

**POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID  
APARTADÓ – ANTIOQUIA  
2007**

**ELABORACIÓN DE GALLETAS A BASE DE HARINA DE TRIGO CON  
EXTRACTO DE BANANO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE  
ALGUNOS COLEGIOS Y SUPERMERCADOS DE LOS MUNICIPIOS DEL  
EJE BANANERO**

**CENEN MURILLO SALAZAR  
EDGAR ALONSO RIVAS LOBÓN**

**TRABAJO DE GRADO PARA EJERCER DE TECNÓLOGO EN  
PRODUCCIÓN AGROPECUARIA**

**ASESOR DEL PROYECTO  
DAVID ALEJANDRO MARÍN  
INGENIERO DE PROCESOS**

**POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID  
APARTADÓ – ANTIOQUIA  
2007**

TTPA  
4

NOTA DE ACEPTACIÓN

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

PRESIDENTE DEL JURADO

---

JURADO

---

JURADO

Apartadó, \_\_\_\_\_ de 2007

Donaciones: Automa Oct 06 - 2010

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A DIOS:**

Gracias por darme la vida y la oportunidad para poder hacer cosas importantes en cada uno de los días de mi existencia.

Debemos agradecer a ti señor, por permitirnos disfrutar de todo lo que has creado y además de poder aprender de muchas personas.

Señor, gracias a ti por darnos la sabiduría e inteligencia para seguir adelante y poder lograr los objetivos que nos proponemos venciendo los obstáculos.

### **Familia:**

Gracias por el apoyo y voz de aliento para lograr este objetivo.

Gracias a nuestros Padres que siempre son y serán el soporte en nuestras vidas para perfilarnos al triunfo.

Gracias a mi esposa por el apoyo y paciencia en estos tres años y a mis hijos que son el estímulo para no desfallecer

### **AMIGOS:**

Gracias por la motivación y ayuda que siempre me brindaron, además las palabras de aliento como son tu puedes, eres capaz, aprovecha las oportunidades.

## TABLA DE CONTENIDO

JUSTIFICACIÓN .....	9
OBJETIVOS .....	10
GENERAL .....	10
ESPECÍFICOS .....	10
MISIÓN.....	11
VISIÓN .....	12
FUNCIÓN EMPRESARIAL.....	13
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN .....	13
TALENTO HUMANO .....	14
EQUIPO DE TRABAJO.....	15
PLAN DE MERCADO.....	18
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	18
DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES QUE PUEDE SUPLIR .....	19
EL PRODUCTO.	
SATISFACCIÓN DE NECESIDADES DE LOS CLIENTES.....	19
BENEFICIOS QUE OFRECE EL PRODUCTO.....	19
DESCRIPCIÓN DE LOS FACTORES FUNDAMENTALES .....	20
DE DIFERENCIACIÓN.	
COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	20
MARCO LEGAL .....	22
BARRERAS DE ENTRADA.....	23
OPORTUNIDADES .....	23
TASA DE CRECIMIENTO.....	23
NATURALEZA.....	24
RELACIÓN PRODUCTO MERCADO .....	25
DEFINICIÓN DE CLIENTES.....	25

NOMBRE DEL CLIENTE O CLIENTES POTENCIALES .....	25
TAMAÑO DEL CLIENTE .....	26
NATURALEZA DEL CLIENTE .....	26
ACTIVIDAD DE LA EMPRESA .....	26
CRITERIO DE COMPRA DE SUS CLIENTES .....	26
TÉCNICOS .....	27
AMBIENTALES .....	27
PREFERENCIAS DEL CLIENTE .....	27
ESTRATEGIAS CON EL CLIENTE .....	28
APOYO AL CLIENTE .....	28
MEDIDAS DE SATISFACCIÓN .....	28
OPTIMIZACIÓN DEL CLIENTE .....	29
PRECIO POR UNIDAD DEL PRODUCTO .....	30
MARGEN DE UTILIDAD ESPERADA POR UNIDAD .....	30
DEFINICIÓN DE COMPETIDORES .....	30
DESCRIPCION DE LA EMPRESA .....	30
REFERENCIA DE PRODUCTOS CON RESPECTO AL .....	31
DE LA COMPETENCIA	
VENTAJAS DE SU PRODUCTO CON RELACIÓN AL .....	31
DE LA COMPETENCIA.	
FORTALEZAS DEL COMPETIDOR .....	32
DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA FRENTE A SU PRODUCTO .....	32
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....	32
APORTE DE LA EMPRESA COMPETIDORA .....	33
PRECIO DEL PRODUCTO DE LA COMPETENCIA .....	33
IMAGEN DEL COMPETIDOR EN EL MERCADO .....	34
MERCADO PARA SU PRODUCTO .....	34
ESTRATEGIAS DE PRECIOS .....	35
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN .....	35

PLAN DE ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS .....	35
INSUMOS UTILIZADOS EN EL PROCESO .....	36
LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS ZONAS.....	37
DE PRODUCCION.	
PRODUCCIÓN DE LA MATERIA PRIMA .....	37
PRODUCTIVIDAD DE LA MATERIA PRIMA .....	37
PRECIO DE COMPRA DE LA MATERIA PRIMA .....	38
PRECIOS DE COMPRA DE LOS INSUMOS UTILIZADOS .....	38
PLAN DE OPERACIÓN .....	38
RECEPCIÓN DEL MATERIAL .....	39
PROCESO PRINCIPAL .....	39
PROCESO DE EMPAQUE.....	40
PARÁMETROS DE CALIDAD.....	40
ESTANDARIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	41
EMPAQUE DEL PRODUCTO TRANSFORMADO.....	41
SISTEMA DE ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO FINAL .....	41
PROCESO PRINCIPAL .....	42
ALMACENAMIENTO FINAL .....	43
ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....	43
CONTENIDO NUTRICIONAL .....	43
PLAN ORGANIZACIONAL.....	44
CONTINGENCIAS .....	45
VIGILANCIA .....	46
INVERSION.....	47
ANÁLISIS DE INGRESOS .....	50
ANÁLISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO .....	53
BALANCE GENERAL .....	55

## JUSTIFICACIÓN

Este proyecto busca satisfacer algunas necesidades de colegios y supermercados en cuanto al consumo de productos realizados en la zona.

Podemos satisfacer a cabalidad ciertos colegios y supermercados logrando fortalecer el desarrollo de estos municipios y mostrar las riquezas de nuestros productos.

Con este proyecto buscamos innovar y dar a conocer principalmente la simpleza de crear empresa.

Nuestro primer objetivo es dar a conocer nuestro producto y que satisfaga al consumidor.

Nuestro compromiso es lograr que el consumidor final cada vez este más conforme con el consumo de nuestro producto.



## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Satisfacer las necesidades de todos nuestros consumidores mediante entregas puntuales, calidad de producto y calidad del servicio.

### **ESPECÍFICOS**

Analizar estrategias del mercado teniendo en cuenta los parámetros de calidad, honestidad, puntualidad y eficiencia para con nuestros clientes.

1. Capacitar a nuestro empleados para lograr un servicio que satisfaga al cliente.
2. crear un lugar donde nuestros clientes puedan expresar las inquietudes con respecto al servicio ofrecido.

## **MISIÓN**

Prestación de servicio a nuestros clientes tanto local como regional en un momento determinado con una eficiencia. Puntualidad y calidad de productos.

## **VISIÓN**

Para el año 2010 la Empresa estima haber logrado un crecimiento considerable que permita satisfacer las necesidades de por lo menos un 60% de los colegios y supermercados de los Municipios Chigorodó, Carepa y Apartadó y posteriormente poder extender el producto a todos los Municipios de la región.

## **FUNCIÓN EMPRESARIAL**

La empresa fabrica galletas a base de harina de trigo y extracto de banano, teniendo en cuenta todas las pautas y requerimientos establecidos para lograr estabilizar sus ventas.

El producto va dirigido a todo tipo de personas en general, la empresa procesadora de galletas caramelitas vende su producto a un precio cómodo y con una buena disposición además suele hacer entregas a domicilio directamente a sus clientes.

## **PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN**

La inversión utilizada para la formación de la empresa fue realizada por partes iguales para cada uno de los socios de ahí que su porcentaje de participación es del 50%. El costo total del montaje es de \$23.696.160 con los cuales se obtuvo todos los materiales y utensilio a utilizar, cada socio aportó \$6.226.580.

## **Condiciones cláusulas y reglas especiales o particulares**

La empresa tiene como reglas especiales las siguientes:

- No habrá liquidación parcial de ganancias obtenidas hasta tanto los socios acuerden dar por concluida la sociedad.
- Se efectuará consenso trimestral para evaluar el comportamiento de la empresa.

- El sistema de contratación estará a cargo de los socios individual o colectivamente.
- Se efectuará inventario de activos fijos cada 4 meses con el objetivo de revisar su estado y corroborar su existencia.

### **Estructura organizacional áreas funcionales**

Las áreas funcionales son las siguientes:

- **Área de compras:** Consiste en acordar la compra de los productos para la elaboración de las galletas.

### **Área de producción y servicios**

Aquí se tiene en cuenta la parte de la ejecución del producto acorde a los requerimientos, dirigidos por parte de la gerencia.

Área de comercialización. Distribución y venta

Se encarga de velar por la consecución de contratos para la respectiva empresa y a su vez distribuirlos de tal forma que genere impacto.

## **TALENTO HUMANO**

La empresa velará por tener personal competente con la respectiva experiencia para la elaboración de su producto, esto con el objetivo de poder satisfacer al cliente y no correr riesgos en el momento de ejecutar y promocionar el producto. La empresa optará por realizar convocatorias por

medio de hojas de vida con las cuales podrá seleccionar el personal que requiera utilizar.

La empresa requiere de los siguientes cargos operacionales

- **Recibidor de materia prima:** Este se encarga de recibir la materia prima, almacenarla y adecuarla de tal forma que esté lista en el momento de su utilización.
- **El galletero:** Es la persona encargada de la elaboración de las galletas.
- **El empacador:** Este tiene a su cargo empacar el producto terminado y disponerlo al distribuidor.
- **El distribuidor:** Este tiene como función llevar el producto a los diferentes compradores.

## **EQUIPO DE TRABAJO**

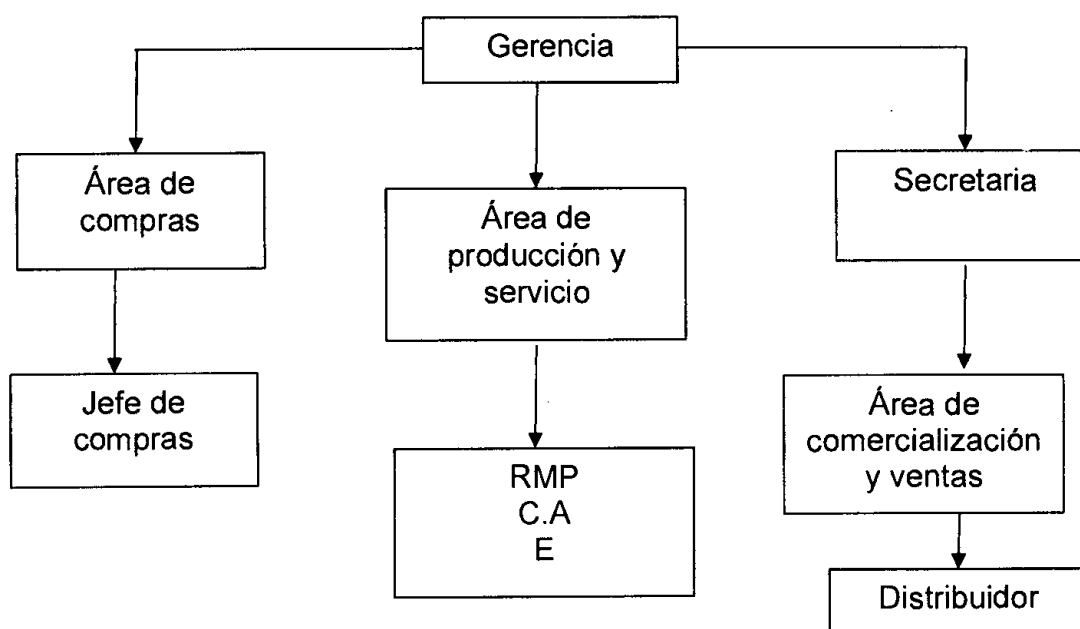
**Cenen Murillo Salazar:** 32 años tecnólogo agropecuario con 12 años de experiencia en producción en el cultivo del banano, experiencia en manejo de fertiriego en el cultivo del banano, experiencia en acciones correctivas y preventivas para empresas certificadas, experiencia en prevención de accidentalidad

**Edgar Alonso Rivas:** 25 años tecnólogo agropecuario con 6 años de experiencia en manejo producto de plátano, productor de harina de plátano.

**Adres Felipe González:** Tecnólogo agropecuario con experiencia de 7 años en manejo de agroquímicos, técnico en sistemas, experto en manejo de software y el programa de sofmanager.

**Oscar Quintana Roa:** 35 Años con experiencia de 15 años elaboración de panes y ponqués, técnico en manipulación de alimentos, técnico en culinaria, bachiller académico.

Relación de organigrama correspondiente.



### Asociación

La empresa Caramelitas está soportada por dos socios que a través del tiempo han desarrollado formulaciones que les permita realizar derivados del banano específicamente galletas, se han asociado con el objetivo de generar empleo y llevar al mercado producto nuevos con materia prima de la región.

### Equipo en su conjunto

Edgar Rivas	Cenen Murillo	Habilidades	
	X	Tecnología	Factores fijos
	X	Finanzas	
	X	Dirección de proyectos	
	X	Investigación y desarrollo	
X		Ventas y marketing	
X		Producción	
X		Manejo de personal	Factores Variables
X		Capacidad social	
	X	Iniciativa	
X		Comunicación	
	X	Capacidad para ventas	
	X	Habilidad negociadora	
X		Resistencia	



## **PLAN DE MERCADO**

La galleta se estima vender en Chigorodó, Apartadó, Carepa. Los clientes son los diferentes colegios, supermercados y restaurantes del municipio de chigorodó.

Con respecto al municipio de Apartadó se venderá en supermercado los Ibáñez y el Éxito. En lo que concierne a Carepa se venderá en supermercado Papagayo y restaurantes.

Estas ventas se realizarán por medio de pedidos definidos entre productor y comprador.

### **Objetivo**

Buscar por medio de está cobertura un crecimiento significativo para la empresa, satisfaciendo al cliente, mejorando cada vez la calidad del producto y no excediendo los precios.

## **DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

El producto se definirá o se denominará con el nombre de ***“Galletas Caramelitas”***

### **Descripción General del Producto**

El producto es una galleta de color café y rojo de forma redonda, tamaño 6cm, su empaque es en bolsa plástica y etiqueta impregnada al empaque sabor dulce y consistencia rugosa.

## **DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES QUE PUEDE SUPLIR EL PRODUCTO.**

Con este producto se espera satisfacer al cliente llevándole al consumo de un pasabocas o una galleta más fresca, de la región, con esencia de banano.

La necesidad es poder mostrar al consumidor un producto con características diferentes al de la competencia.

## **SATISFACCIÓN DE NECESIDADES DE LOS CLIENTES.**

Los clientes fijos y esporádicos estarán satisfechos por el saber de la galleta, precio, higiene y empaque, además como estrategia a los clientes fijos se les otorgará crédito hasta máximo de 45 días.

### **Las Necesidades que se van a satisfacer son las siguientes:**

- Producto fresco
- Abastecimiento de producto
- Ofrecimiento de producto oportunamente
- Facilidades de pago
- Entrega a domicilio

## **BENEFICIOS QUE OFRECE EL PRODUCTO.**

El producto ofrece beneficios tales como:

Frescura y sabor no tradicional a banano, beneficios económicos, técnicos dado la garantía de su elaboración acorde con los requerimientos exigidos por ley; se cuenta también con beneficios ambientales puesto que se hace

recolección de los residuos sólidos hay trampas de grasa, manejo integrado de plagas y roedores, buena disposición de residuos y deshechos, se cuenta con la documentación requerida legalmente como son: permisos, licencias de funcionamiento, para fiscales.

## **DESCRIPCIÓN DE LOS FACTORES FUNDAMENTALES DE DIFERENCIACIÓN.**

La diferencia considerable que marca la pauta es el sabor que adquiere la galleta a través de la esencia del banano, también la suavidad que logra tener el producto, su consistencia y durabilidad fuera del empaque.

**La marca del producto será "Galletas Caramelitas"**

Costo de las acciones de protección del producto.

La empresa para lograr mantener la protección de su producto debe cancelar oportunamente lo concerniente al impuesto de timbre, nombre comercial y requisitos legales que asuma el negocio como tal.

## **COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

Los meses de mayor demanda serán de enero a mayo y de Julio a Noviembre, dado que en dichos mese se vende a los Colegios continuamente y crece la demanda. En los meses de Junio y Diciembre bajan los pedidos ya que es vacaciones y solo compran los supermercados.

El producto será comercializado directamente con el comprador.

### Unidades del producto que se espera vender.

Las unidades relacionadas a continuación fueron calculadas de acuerdo a la información recopilada por parte de los compradores fijos quienes presupuestaron sus compras para todo el año, teniendo en cuenta esto, fueron tomados los datos a vender por meses adjuntándoles valor del precio por unidad y valor total en el primer año.

MESES	UNIDADES	VR. UNID	VR. TOTAL
Enero	24.700	\$ 180	\$ 4.446.000
Febrero	22.100	\$ 180	\$ 3.978.000
Marzo	27.000	\$ 180	\$ 4.860.000
Abril	23.000	\$ 180	\$ 4.140.000
Mayo	22.800	\$ 180	\$ 4.104.000
Junio	22.000	\$ 180	\$ 3.960.000
Julio	23.400	\$ 180	\$ 4.212.000
Agosto	23.800	\$ 180	\$ 4.284.000
Septiembre	24.000	\$ 180	\$ 4.320.000
Octubre	24.900	\$ 180	\$ 4.482.000
Noviembre	24.100	\$ 180	\$ 4.338.000
Diciembre	19.000	\$ 180	\$ 3.420.000
<b>Total</b>	<b>280.800</b>	<b>\$ 180</b>	<b>\$ 50.544.000</b>

Las empresas que fabrican galletas a nivel local son: Panadería la Fina, Panadería Yupanky, Panadería Ponky Tortas, están ubicadas en el municipio de Chigorodó. A nivel nacional está Saltín Noel.

### **Que tipo de mercado (objetivo) se espera atender con el producto**

La empresa espera atender supermercado, tiendas y colegios, estas con el objetivo de que el producto llegue a todo tipo de personas, desde niños hasta adultos y de esta forma se pueda garantizar su apreciación

La localización del mercado es local por el momento, teniendo en cuenta que se distribuye en el mismo municipio de su elaboración, es decir (Municipio de Chigorodó), lo que permite disminuir gastos de transporte para su respectiva distribución.

### **Tamaño**

Los habitantes de Chigorodó ascienden a 59.597 de los cuales el 22% consume de este producto.

### **Tendencia del mercado en general**

El dato que se relaciona a continuación es concerniente a las ventas esperadas en un año ya relacionadas anteriormente por meses, la demanda actual calculada para el primer año en 280.800 unidades que se estiman vender a \$180, pesos

### **MARCO LEGAL**

El Marco Legal de la empresa está regulado bajo el decreto 3075, registro Invima registro sanitario RSAA11/17203, REGISTRO ICA.

## **BARRERAS DE ENTRADA**

Las barreras que se pueden referenciar son las de los competidores como son panadería la Fina, Panadería Ponky Torta, Panadería Yupanky y por otra parte la no aceptación del cliente y la parte legal.

## **OPORTUNIDADES**

Las posibilidades de existencia en el mercado están basadas en la comercialización del producto y su reconocimiento por parte de los consumidores. Teniendo en cuenta esto se estima crecer un porcentaje por año equivalente al 1.06% que satisfaga las necesidades de los clientes. En el momento se espera vender anualmente 280.800 unidades lo que representa una cantidad de 23.400 unidades en promedio mensual.

## **TASA DE CRECIMIENTO**

La tasa de crecimiento correspondiente a 280.800 unidades en el año, partiendo de la cantidad correspondiente al primer año, con un porcentaje de incremento anual del 1.06% lo que nos representaría una cantidad de galletas para el segundo año de 308.880 unidades.

## **¿Factores que puedan afectar el consumo actuales o futuro.**

Algunos factores que pueden afectar el consumo pueden ser:

Inicialmente la competencia puede incidir en cuanto a ventas se refiere.

- ▶ Tener a disposición mano de obra no calificada para la ejecución de los productos.

- No regirse por los parámetros establecidos por ley con respeto a higiene y manipulación de alimentos.
- El incumplimiento en las entregas del producto.
- El incumplimiento en el pago oportuno de los clientes, esto básicamente afectaría en el sentido de no poder disponer de la cantidad de materia prima requerida en el momento determinado para el cumplimiento de las entregas a otros clientes, no tener la licencia de funcionamiento, no tener registro invima.

## **NATURALEZA.**

El mercado es dinámico, se debe ajustar a las exigencias de los clientes y cada vez mejorar la calidad de los productos ofrecidos, hacer innovación de galletas.

### **Nivel de regulación del mercado.**

Aquí se tiene clientes establecidos y alguna parte del producto se vende al público en general que desee suministrarlo, la competencia es transparente y acorde a los requerimientos que se presenten.

### **Niveles De Innovación**

En el mercado en general se innova con frecuencia en la incursión de valores agregados a estos productos es decir, en sabor, aditivos que permitan crear ciertas diferencia de lo que está consumiendo el cliente.

## RELACIÓN PRODUCTO MERCADO

La proyección de la tasa de crecimiento que se espera tener por mes es de 0.088% lo que equivale a un crecimiento anual del 1.06%.

<b>Mercado</b>			<b>Producto</b>
Existente	→	Desarrollo	Existente
		Del mercado	Desarrollo del producto
Nuevo	--→	Mercados nuevos	Penetración
		Diversificación	del mercado

Por medio de la diversificación y teniendo en cuenta el desarrollo del producto la empresa cada vez puede llegar a ser mas solvente.

## DEFINICIÓN DE CLIENTES

El tipo de clientes son empresa (persona Jurídica), teniendo en cuenta que sus compras son constantes y regularmente los pedidos están ya estipulados con anterioridad.

## NOMBRE DEL CLIENTE O CLIENTES PONTENCIALES.

Colegio 10 de Enero Chigorodó

Supermercado Urabá Chigorodó

Mercado la Canasta Chigorodó

Tienda mi Barrio Ubicada en el Barrio Casa Blanca Chigorodó



## **TAMAÑO DEL CLIENTE**

El tamaño del cliente identificado es calificado como tamaño medio debido a que estos compran el producto y lo revenden a granel, con base en esto se puede catalogar como medianos compradores y se puede hacer referencia si ellos como clientes potenciales ya que sus compras son regulares y se mantienen durante todo el año.

## **NATURALEZA DEL CLIENTE**

El cliente revende el producto a todo tipo de persona por consiguiente este tipo de ventas le permite mantener su negocio rentable y no esperar aquel determinado comprador adquiera su producto específicamente este cliente es tipo mixto.

## **ACTIVIDAD DE LA EMPRESA**

A quienes se vende el producto de sector comercial, dado que todo el producto recibido es revendido a nivel general sin restricciones de ningún tipo y sin contraprestaciones.

## **CRITERIO DE COMPRA DE SUS CLIENTES**

Comprar el producto.

## **TÉCNICOS.**

Aquí predomina la calidad, requieren que el producto que reciben esté en óptimas condiciones de calidad.

## **AMBIENTALES**

Están pendientes de que la empresa cumpla con todos los requerimientos en esta área dado que aquí se involucra la protección al medio ambiente y la producción limpia.

## **PREFERENCIAS DEL CLIENTE**

### **El cliente prefiere:**

Imagen. Por medio de esta se asegura la venta del producto dicha imagen se obtiene con calidad del producto y el cumplimiento de las entregas.

### **Presentación**

Esta es muy importante, teniendo en cuenta que un producto bien presentado es más fácil de vender por su apariencia cosmética.

### **Suplir Necesidad**

Esta parte es fundamental para ellos debido a que si se suple su necesidad, logran cumplir a cabalidad con lo presupuestado y no tiene retraso en la entrega del producto a sus compradores.

## **ESTRATEGIAS CON EL CLIENTE**

Inicialmente hay que mostrar al cliente la disponibilidad del producto y su fácil adquisición, ya que por medio de esta él tendrá una satisfacción que seguro le motiva a tener fidelidad con la empresa, por otra parte hay que ofrecer ayuda con la forma de pago sin que se vea afectada la empresa, pero que el pueda obtener su producto y ambos se beneficien de estos acuerdos establecidos.

## **APOYO AL CLIENTE**

El cliente se puede ayudar en un momento determinado que lo requiera realmente, siendo elástico hasta cierto punto con el pago del producto, es decir, si su tiempo para pagar eran treinta días se le puede alargar a 45 o 60 días para hacerlo durante un periodo determinado, siempre y cuando no se afecte la empresa y que el pueda salir del impace.

Si el cliente por razones adversas sufre deterioro en las galletas se le garantiza el reemplazo de estas.

## **MEDIDAS DE SATISFACCIÓN**

Aquí se puede elaborar unas encuestas que permitan detectar algunas falencias del producto que está ofreciendo.

Dichas encuestas van a permitir mejorar donde se requiera y hacer ajustes al producto hasta lograr la satisfacción del cliente, lo cual es muy importante para la empresa.

En la encuesta se plantearan las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Gusta o no el sabor de la galleta?
- ✓ ¿Su precio es acorde con su tamaño?
- ✓ ¿Su empaque es satisfactorio o no?
- ✓ ¿Compraría al por mayor o al detal?
- ✓ ¿Le gustaría revender el producto?
- ✓ ¿Qué ajustes podría hacerle al producto?
- ✓ ¿En que forma podríamos mejorar el producto que satisfaga al cliente?

## **OPTIMIZACIÓN DEL CLIENTE**

Aquí se puede realizar una serie de investigaciones con respecto a los otros mercados que permitan estar al tanto de las expectativas del cliente, se debe pensar en alternativas de mejoramiento continuo para satisfacer al cliente y tener un mercado continuo.

### **Precios**

Los precios se establecen con base en la recopilación de datos que permitan determinar si es viable o no comercializar este producto, esto se establece después de haber hecho una investigación de mercado, una planeación, haber evaluado parámetros de costo beneficio.

Es decir un estudio detallado del negocio antes de establecerlo para no registrar pérdidas de entrada.

## **PRECIO POR UNIDAD DEL PRODUCTO**

El precio por unidad del producto es de ciento ochenta pesos.

## **MARGEN DE UTILIDAD ESPERADA POR UNIDAD**

El margen de utilidad esperada por unidad es de \$1.908 teniendo en cuenta que se obtendrá una ganancia o utilidad anual del 1.06%.

## **DEFINICIÓN DE COMPETIDORES**

Los competidores se pueden referenciar de la siguiente forma.

Competencia directa y competencia indirecta.

Dentro de los competidores se tienen:

- Galletas de mantequilla
- Galletas chusquitas

## **DESCRIPCION DE LA EMPRESA**

### **Galletas de mantequilla**

Esta empresa está ubicada en el municipio de Apartado, esta realiza unas galletas que se asemejan al producto que la empresa elabora, no tiene mucho crecimiento en el mercado actualmente.

## **Galletas Chusquitas**

Son galletas elaboradas por la fábrica BIMBO concede en Itagüí, las cuales se encuentran incursionando en los mercado locales por que su participación es mediana.

### **REFERENCIA DE PRODUCTOS CON RESPECTO AL DE LA COMPETENCIA**

Las galletas de mantequilla vienen empacadas en frascos de vidrio, poseen una presentación simple, su valor es de \$100 las galletas chusquitas vienen en empaques individuales, su valor es de \$200.

Las galletas que produce la empresa, son rugosas, tiene un punto rojo en la mitad y su valor es \$180, su empaque es global en paquetes de 24 unidades se utiliza bolsa plástica.

### **VENTAJAS DE SU PRODUCTO CON RELACIÓN AL DE LA COMPETENCIA.**

El producto que elabora la empresa tiene una mejor presentación, de fácil adquisición se puede adquirir por paquete o por unidad.

Se puede adquirir en el punto de venta o mediante clientes de la empresa.

Algo de suma importancia es que la puede adquirir con precios de fábrica y facilidades de pago.

## **FORTALEZAS DEL COMPETIDOR**

La competencia lleva más tiempo en el mercado, tiene más comercio debido a su reconocimiento en el mercado, ha adquirido compradores que llevan tiempo considerable con ellos y son fieles, es reconocido a nivel regional y nacional.

## **DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA FRENTE A SU PRODUCTO.**

La competencia respecto al producto de la empresa, tiene las siguientes debilidades:

Su producto no es de fácil consumo para todo tipo de personas debido a que su consistencia es dura, su adquisición es de contado, en la empresa existen créditos; su adecuación no le permite introducirle cambios que generen impacto en el mercado.

## **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

La empresa de las galletas de mantequilla tiene una mediana capacidad de producción anual de 156.000 unidades lo que representa un promedio mensual de 13.000 unidades.

La empresa de las galletas chusquitas tiene una capacidad anual un poco más alta debido a que posee más infraestructura y su tiempo en el mercado es más amplio, su capacidad es de 246.000 al año, lo que equivale a 20.500 unidades mensuales.

## **APORTE DE LA EMPRESA COMPETIDORA**

Se puede destacar como aporte importante la incursión a los mercados del producto que ofrece la empresa, dado que el respaldo adquirido en cuanto a los contratos de venta se refiere son de suma importancia para lograr estabilidad y poder posesionarse en el mercado teniendo en cuenta que ya el mercado está creado y la empresa tiene incursión más fácil para poder llevar a cabo la estabilización de ventas, por otra parte también se puede destacar los contactos establecidos, ya que por medio de estos no se limita la empresa y no se corre el riesgo de que el producto se quede almacenado en un momento determinado. También se puede destacar los medios utilizados para dar a conocer su producto, debido a que esto es fundamental en el momento de incrementar los porcentajes de venta.

## **PRECIO DEL PRODUCTO DE LA COMPETENCIA**

Los precios de la competencia se relacionan a continuación teniendo en cuenta que una posee un valor inferior al de la empresa y otra un valor superior.

La empresa procesadora de galletas de mantequilla tiene un valor por unidad de \$100.

La empresa procesadora de galletas chusquitas posee un valor de \$200, mientras que la empresa procesadora de Galletas Caramelitas tiene un valor de \$180 por unidad lo cual la posesiona en medio de estas dos.



## **IMAGEN DEL COMPETIDOR EN EL MERCADO**

Con respecto al competidor de las galletas de mantequilla, su imagen en el mercado no es la mejor dado que aun falta reconocimiento de su producto y no es de fácil adquisición, por otra parte la calidad del producto no es la mejor comparada con la empresa.

En lo que respecta a las galletas chusquitas; estas tienen más reconocimiento debido al tiempo en el mercado pero la calidad del producto no es la mejor, dado que su consumo no se asemeja a todo tipo de personas debido a su consistencia.

## **MERCADO PARA SU PRODUCTO**

### **Estrategias de comercialización**

La empresa adoptará las siguientes estrategias de comercialización.

- El producto será entregado directamente al comprador en la fábrica.
- La forma de pago del mismo con las empresas que se tenga contrato será a crédito y de contado con quien lo adquiera eventualmente.
- La distribución del producto está a cargo de los supermercados y colegios con quienes se tiene contrato establecido.
- El alcance del producto se estima a nivel regional en los municipios de Chigorodó, Carepa y Apartadó.

## **ESTRATEGIAS DE PRECIOS**

Los precios establecidos se mantendrán acordes a los contratos existentes y se respetará dicho compromiso por el tiempo que se halla acordado, los valores de adquisición del producto para los compradores fijos y que poseen contratos son unos; los valores para los compradores esporádico son otros, dado que la empresa vende al por mayor y al detal.

## **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

La empresa promocionará su producto por medio de cuñas radiales y ventas puerta también implementará carteleras distribuidas en los diferentes puntos de venta.

## **PLAN DE ABASTECIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS**

### **Características de la materia prima**

- El banano para sacar el extracto debe tener las siguientes características:
- Grado entre 7 y 12 líneas, provenientes de plantas con mínimo 6 hojas funcionales en el momento del corte, debe ser recientemente cosechado, olor fresco.
- La harina a utilizar debe ser preferiblemente con poco tiempo de almacenamiento, color gris natural, grado de madurez 100%, proveniente de empaques totalmente sellados, que tengan máximo 1% de humedad.

## **INSUMOS UTILIZADOS EN EL PROCESO**

### **Azúcar.**

Esta debe ser pura y debe tener las siguientes características:  
Suavidad, color original, total mente seca.

### **Optipan.**

Debe ser fresco suave y con aceptable consistencia.

### **Mixo.**

Se debe adquirir de empaques confiables, bien sellados.

### **Fécula.**

Esta se requiere con grado de madurez total, 0% de humedad. Ya que es la que le da la consistencia a la galleta.

A continuación relacionamos la cantidad de insumo a utilizar para sacar 45 paquetes de galletas con 24 unidades cada uno.

- Azúcar 10 Libras 22 %
- Optipan 11 Libras 24 %
- Mixo ¼ Libras 0.5%
- Fécula 4 uds.
- Acpm 2 Lts
- Energía 5 mv
- Agua 3 Lts.

Materia prima utilizada para este proceso

- Harina 20 Lbs 44%
- Banano (extracto) ½ Lbs 10%

## **LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS ZONAS DE PRODUCCION.**

El proceso se realiza en el municipio de Chigorodó y la materia prima se adquiere en este mismo municipio, ya que la zona de producción del banano está ubicada cerca de la planta procesadora de las galletas, por lo que el material se obtiene de forma directa, no existe flete ya que este se transporta en el moto carruaje proveniente de los propietarios de la finca.

**La harina que se utilizará es:** Haz de oro se adquiere en mercados surtimos de Urabá.

## **PRODUCCIÓN DE LA MATERIA PRIMA**

La producción de la materia prima está a cargo de productores independientes y se obtiene por medio de contratos establecido con estos.

## **PRODUCTIVIDAD DE LA MATERIA PRIMA**

La productividad de la materia prima concerniente al material utilizado y cantidades, está plasmado en el contrato existente y se abastece de una finca lo que respeta al banano, lo que tiene que ver con la harina, la empresa la adquiere en mercado SURTIMOS DE URABA, ubicado en el municipio de Chigorodó.

## PRECIO DE COMPRA DE LA MATERIA PRIMA

Banano \$700 Kilogramo

Harina \$540 Libra

## PRECIOS DE COMPRA DE LOS INSUMOS UTILIZADOS

Azúcar	\$800	Libra
Optipan	\$800	Libra
Mixo	\$2.500	Libra
Fécula	\$1.800	Kilogramo

Estos insumos son adquiridos en mercados SURTIMOS DE URABA.

## PLAN DE OPERACIÓN

### Macrolocalización

La planta de transformación está ubicada en el municipio de Chigorodó Antioquia, las ventajas son:

Localización de la planta cerca de vías de acceso, cerca a centro de producción de la materia prima, se cuenta con agua potable y energía.

### Microlocalización

El lugar donde se ubicará la planta es el barrio 10 de Enero, Cra 102 Calle 87, local # 48 – 67, lote de 14 x 20 mts diagonal a Taller Ciclo Rivas.

## RECEPCIÓN DEL MATERIAL

El producto es recibido por un operario, se coloca sobre mesones existentes en el lugar de almacenamiento, se recibe contabilizado y soportado con las facturas que envía el proveedor, con respecto a la harina, fécula, mixo, azúcar, optiman, también se soporta su cantidad y verifica con facturas para poder disponer a su almacenamiento antes del proceso.

### Selección

Se revisa el material de tal forma que cumpla con las características requeridas para su procesamiento, como son: color, olor, textura.

### Adecuación de la materia prima

El banano se lava antes de utilizarlo, la harina se desempaca y se dispone en las cantidades acordes a utilizar.

## PROCESO PRINCIPAL

1. Pelado del banano
2. Obtención extracto de banano (se pela, lava, diseca, y posteriormente se muele).
3. Mezcla de la grasa 2 o 3 días antes de la elaboración de la galleta. Esto con el objetivo de lograr mayor fermentación.
4. Se coloca la cantidad de harina requerida en la batidora.
5. **Mezcla:** Se agrega azúcar, fécula, mixo, la grasa, agua o leche.
6. **Batido:** Se procede a batir los ingredientes durante 20 minutos.

7. **Llenado:** Se dispone a llenar los recipientes.
8. Se colocan las latas dispersas sobre la mesa debidamente limpia y se dispone a armar las galletas.
9. Se dejan las galletas en las latas durante 30 minutos para lograr consistencia.
10. **Horneado:** Se colocan las galletas en el horno durante 45 minutos a temperatura de 250° C.
11. Después de sacarlas se dejan reposar durante 45 minutos y se procede al empaque.
12. Luego del empaque se procede al sellado y almacenamiento del producto.

## **PROCESO DE EMPAQUE**

El empaque se hace manualmente, se colocan 24 unidades de galletas en bolsas plásticas debidamente selladas para posteriormente almacenar.

El almacenamiento se debe hacer en un lugar donde no penetre la luz solar, libre de humedad y preferiblemente en vitrinas de vidrio y de aluminio.

## **PARÁMETROS DE CALIDAD**

### **Pruebas organolépticas**

Consiste en tomar una muestra de las galletas y realizarle pruebas sensoriales de olor, color y sabor.

## **Pruebas microbiológicas**

Estas pruebas se realizan en laboratorios contratados por la empresa, para determinar si las galletas están libres de bacterias y hongos.

## **ESTANDARIZACIÓN DEL PRODUCTO**

El producto tiene las siguientes especificaciones:

**Tamaño:** 6 Cm en circunferencia

**Peso:** 16.67 Grs

**Color:** Café

**Textura:** Suave

**Sabor:** Banano

El producto conserva siempre su sabor, color, grasas, basados en la norma.

## **EMPAQUE DEL PRODUCTO TRANSFORMADO**

El producto se empaqueta en bolsas plásticas, manualmente, la bolsa tiene las siguientes medidas; 8 Cm de ancho por 13 Cm de largo con capacidad para 24 unidades.

## **SISTEMA DE ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO FINAL**

El sistema de almacenamiento una vez dispuesto en las bolsas, es una vitrina donde no penetren los rayos solares preferiblemente, se puede tener a temperatura ambiente antes de salir al mercado.



## **Maquinaria, equipos y herramientas**

### **Recepción**

- ✓ Báscula con capacidad para 100 Kg (marca Challenyer Eléctrica).
- ✓ Mesa de acero inoxidable (Altura 1 metro, ancho 1.5 Mts, largo 3 Mts).
- ✓ Estantería donde se almacena la materia prima (Altura 2 Mts, Ancho 80 Cm, Largo 2.5 Mts).

### **Adecuación**

Aquí se utilizaran mesones de 1 Mts de altura y 3 mts de largo por 1.5 mts de ancho.

## **PROCESO PRINCIPAL**

**Maquinaria:** Transportador (Lleva las galletas al horno).

**Equipos:** Batidora, báscula (Marca Challenyer)

**Herramientas:** Guantes de cuero.

## **EMPAQUE DEL PRODUCTO**

**Maquinaria:** Selladora

**Equipo:** Báscula

**Herramientas:** Mesa, guantes, tapaboca, gorro.

**Ancho Máximo del sellado:** 10 Cms.

**Longitud máxima de la bolsa:** 13 Cms.

**Rendimiento Promedio:** 120 paquetes/hora

**Material utilizado:** Bolsas

**Selladores:** Manuales.

## **ALMACENAMIENTO FINAL**

Este se efectúa en estanterías metálicas de tal forma que no halla ingreso de agentes extraños que deterioren el producto.

### **Mano de obra directa**

Los operarios utilizados para el proceso son dos y el tiempo utilizado para el proceso es el siguiente:

Batido 20 minutos, llenada de recipientes 10 minutos, proceso de horneado 45 minutos, periodo en reposo 30 minutos.

## **ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

### **CONTENIDO NUTRICIONAL**

**Tamaño de la porción** 16.67 Gr.

**Cantidad de porciones por paquete** 24.

**Calorías** 79 sobre 400 Grs

**Calorías desde la grasa** 27

**Grasa total:** 39 5%

**Sodio:** 67 Mg 3%

**Carbohidratos:** 12 Grs 4%

**Proteína:** 1 Grs

**Calorías totales:** 2000

**Vitaminas:** B1 – B2

Niacina, Ácido fólico, hierro, grasa vegetal (palma), azúcar, fécula de maíz, sal emulsificante, saborizantes, artificiales, colorantes artificiales.

## PLAN ORGANIZACIONAL

La empresa está organizada mediante una sociedad de hecho dado que sus propietarios son dos los cuales tienen igualdad de responsabilidades y ambos responden al manejo de la misma.

Los aportes respectivos para el funcionamiento de la empresa fueron a cargo de los dos socios es decir 50% cada uno, para lograr el establecimiento de la misma.

## CONTINGENCIAS

Teniendo en cuenta que en un negocio como este se pueden presentar situaciones que afecten la economía de la empresa, se ha optado por establecer algunas estrategias o alternativas que contrarresten las anomalías en los diferentes puntos sensibles del negocio como son:

Proveedores, compradores, materia prima y la parte humana.

En cuanto a los proveedores se debe tener muy claro que la empresa no puede depender de uno solo, lo cual representaría un caos en algún momento que no se cuente con materia prima para trabajar, por lo cual se requiere de otros proveedores secundarios que puedan suplir las necesidades de la empresa.

Con respecto a los compradores la empresa inicialmente tiene contratos para establecer sus ventas, lo cual represente cierta tranquilidad, no obstante, se debe tener alternativas que le permitan poder vender el producto en el momento en que falle alguno de los compradores iniciales.

Por lo que se debe tener compradores alternos que no estén comprometidos por medio de contratos y que adquieran el material libremente y lo adquieran cuando lo estimen conveniente.

En lo que tiene que ver con la parte humana inicialmente hay que cuidar el potencial que se tiene pero se debe tener alternativas al alcance que permitan mantener la funcionalidad del proceso como tal, es decir, en ningún momento debe estar paralizado el proceso salvo los días de descanso.

## VIGILANCIA

La empresa para estar a la vanguardia, con alternativas continuas de mejoramiento y conciente de que para el mercado actual compitiendo con precios, calidad y buen servicio, debe optar por llevar a cabo estrategias que le permitan acceder a la obtención de información acorde con los parámetros y requisitos necesarios para su negocio, debiendo estar actualizado en cuanto a normatividad vigente teniendo en cuenta las diferentes clases de competidores directos e indirectos para esto la empresa ha establecido tener a mano información actualizada por medio de Internet, también por medio de revistas especializadas, como: tecnología y maquinaria para procesar, ingeniería de alimentos procesados; por medio de encuestas llevadas a cabo en los lugares donde se consume productos iguales o cercanos al de la empresa, siendo esta una valiosa herramienta para establecer parámetros de mejoramiento, teniendo en cuenta que los consumidores son la mejor referencia para innovar cualquier producto.

También hay que tener en cuenta los comerciales televisivos de los diferentes productos con respecto a su estandarización y movimiento en el mercado ya que esto ayuda en cierta forma a tener una referencia en cuanto al producto comercializado por la empresa.

INVERSION							
Período	TOTAL	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos							
<b>Adecuación de punto de venta</b>	\$0	\$500.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Equipos de computo</b>	\$0	\$1.800.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Maquinaria y equipo</b>	\$2.000.000	\$2.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Muebles y enseres</b>	\$0	\$2.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>software</b>	\$500.000	\$500.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal activos fijos	\$2.500.000	\$6.800.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Activos Diferidos							
<b>Gastos de instalación</b>	\$0	\$500.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Capacitación personal</b>	\$200.000	\$200.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
<b>constitución legal</b>	\$0	\$2.500.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal activos diferidos	\$200.000	\$3.200.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
Capital intelectual							
<b>Marcas comerciales</b>	\$0	\$1.243.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal capital intelectual	\$0	\$1.243.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Subtotal Activos NC</b>	\$2.700.000	\$11.243.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
<b>Acumulado Activos NC</b>		\$11.243.000	\$11.483.000	\$11.771.000	\$12.116.600	\$12.531.320	\$13.028.984
<b>Capital de Trabajo Inicial</b>	\$0	\$12.453.160					
<b>Inversión Total</b>	\$2.700.000	\$23.696.160	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664

ANALISIS DE EGRESOS						
Periodo		1	2	3	4	5
	Incremento año					
Costos de producción	1+%					
<b>Recursos tecnológicos telecomunicaciones</b>	<b>1,06</b>	<b>\$400.000</b>	<b>\$424.000</b>	<b>\$449.440</b>	<b>\$476.406</b>	<b>\$504.991</b>
<b>Materia Prima</b>	<b>1,1</b>	<b>\$9.962.875</b>	<b>\$10.959.163</b>	<b>\$12.055.079</b>	<b>\$13.260.587</b>	<b>\$14.586.645</b>
<b>Mano de Obra</b>	<b>1,06</b>	<b>\$15.821.376</b>	<b>\$16.770.659</b>	<b>\$17.776.898</b>	<b>\$18.843.512</b>	<b>\$19.974.123</b>
TTL costos de producción	<b>1,06</b>	\$26.184.251	\$28.153.821	\$30.281.417	\$32.580.505	\$35.065.759
Costos comercialización y ventas						
<b>Publicidad</b>	<b>1,06</b>	<b>\$200.000</b>	<b>\$212.000</b>	<b>\$224.720</b>	<b>\$238.203</b>	<b>\$252.495</b>
<b>Relaciones publicas</b>	<b>1,06</b>	<b>\$200.000</b>	<b>\$212.000</b>	<b>\$224.720</b>	<b>\$238.203</b>	<b>\$252.495</b>
TTL costos distr. Y ventas	<b>1,06</b>	\$400.000	\$424.000	\$449.440	\$476.406	\$504.991
Costos Administración						
<b>Gerente</b>	<b>1,06</b>	<b>\$10.944.000</b>	<b>\$11.600.640</b>	<b>\$12.296.678</b>	<b>\$13.034.479</b>	<b>\$13.816.548</b>
<b>Asistente gerencia</b>	<b>1,06</b>	<b>\$7.910.688</b>	<b>\$8.385.329</b>	<b>\$8.888.449</b>	<b>\$9.421.756</b>	<b>\$9.987.061</b>
<b>Contador</b>	<b>1,06</b>	<b>\$433.700</b>	<b>\$459.722</b>	<b>\$487.305</b>	<b>\$516.544</b>	<b>\$547.536</b>
<b>Gastos oficina</b>	<b>1,06</b>	<b>\$200.000</b>	<b>\$212.000</b>	<b>\$224.720</b>	<b>\$238.203</b>	<b>\$252.495</b>
<b>Arrendamiento</b>	<b>1,06</b>	<b>\$1.800.000</b>	<b>\$1.908.000</b>	<b>\$2.022.480</b>	<b>\$2.143.829</b>	<b>\$2.272.459</b>
<b>Servicios públicos</b>	<b>1,06</b>	<b>\$1.440.000</b>	<b>\$1.526.400</b>	<b>\$1.617.984</b>	<b>\$1.715.063</b>	<b>\$1.817.967</b>
<b>Mantenimiento y seguros</b>	<b>1,06</b>	<b>\$500.000</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
Total costos admón.		\$23.228.388	\$24.092.091	\$25.537.617	\$27.069.874	\$28.694.066
TTL Egresos		\$49.812.639	\$52.669.912	\$56.268.474	\$60.126.785	\$64.264.816

DEPRECIACION Y AMORTIZACION							
Periodo	0	1	2	3	4	5	Valor Libros
<b>Terreno</b>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Adecuación de punto de venta</b>		\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$375.000
<b>Equipos de computo</b>		\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	(\$1.200.000)
<b>Redes</b>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Vehiculos</b>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Maquinaria y equipo</b>		\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$0
<b>Pagina Web</b>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Muebles y enseres</b>		\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$1.000.000
<b>software</b>		\$166.667	\$166.667	\$166.667	\$166.667	\$166.667	(\$333.333)
<b>Otros</b>		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>SUBTOTAL DEPR. ACT FIJOS</b>		\$1.391.667	\$1.391.667	\$1.391.667	\$1.391.667	\$1.391.667	(\$158.333)
<b>Amort. Activos diferidos</b>		\$640.000	\$688.000	\$745.600	\$814.720	\$897.664	\$1.200.000
<b>Amort capital intelectual</b>		\$248.600	\$248.600	\$248.600	\$248.600	\$248.600	\$0
<b>Capital de Trabajo</b>		\$2.490.632	\$2.490.632	\$2.490.632	\$2.490.632	\$2.490.632	\$11.487.514
<b>TTL Deprec. y Amort.</b>		\$4.770.899	\$4.818.899	\$4.876.499	\$4.945.619	\$5.028.563	\$12.370.848
<b>Acumulada Deprec. y Amort.</b>	\$0	\$4.770.899	\$9.589.797	\$14.466.296	\$19.411.914	\$24.440.477	



**ANALISIS DE INGRESOS**

<b>Periodo</b>		<b>Incremento*</b> año	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
		1+%					
Ingresos							
Galletas							
<b>unidades</b>		<b>1,1</b>	<b>280.800</b>	<b>308.880</b>	<b>339.768</b>	<b>373.745</b>	<b>411.119</b>
<b>precio</b>		<b>1,06</b>	<b>\$180</b>	<b>\$191</b>	<b>\$202</b>	<b>\$214</b>	<b>\$227</b>
<b>Total</b>			<b>\$50.544.000</b>	<b>\$58.934.304</b>	<b>\$68.717.398</b>	<b>\$80.124.487</b>	<b>\$93.425.151</b>
TTL Ingresos			<b>\$50.544.000</b>	<b>\$58.934.304</b>	<b>\$68.717.398</b>	<b>\$80.124.487</b>	<b>\$93.425.151</b>
Mezcla financiera							
préstamo	<b>50%</b>						
capital social	<b>50%</b>						

ESTRUCTURA FINANCIERA							
Periodo		0	1	2	3	4	5
Préstamos M. Plazo	\$1.350.000	\$1.350.000					
Otros préstamos	\$0	\$0					
Subtotal préstamos	\$1.350.000	\$1.350.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Capital Social	\$1.350.000	\$1.350.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
ACUM. Capital Social		\$1.350.000	\$1.590.000	\$1.878.000	\$2.223.600	\$2.638.320	\$3.135.984
TTL Fuentes	\$2.700.000	\$2.700.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664

SERVICIO DE LA DEUDA							
Periodo		0	1	2	3	4	5
tasa de interés	24%						
Préstamos M. Plazo		\$1.350.000					
Ttl Abonos a Capital		\$0	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000
Saldo Insoluto		\$1.350.000	\$1.080.000	\$810.000	\$540.000	\$270.000	\$0
Intereses		\$324.000	\$259.200	\$194.400	\$129.600	\$64.800	\$0
Otros Préstamos		\$0					
Ttl Abonos a Capital		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Saldo Insoluto		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Interés		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TTL Reembolso		\$0	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000
TTL Balance		\$1.350.000	\$1.080.000	\$810.000	\$540.000	\$270.000	\$0
TTL Interés		\$324.000	\$259.200	\$194.400	\$129.600	\$64.800	\$0

ESTADO DE RESULTADOS						
Periodo	0	1	2	3	4	5
TOTAL VENTAS		\$50.544.000	\$58.934.304	\$68.717.398	\$80.124.487	\$93.425.151
costos de producción		\$26.184.251	\$28.153.821	\$30.281.417	\$32.580.505	\$35.065.759
costos comercialización y ventas		\$400.000	\$424.000	\$449.440	\$476.406	\$504.991
COSTOS DIRECTOS		\$26.584.251	\$28.577.821	\$30.730.857	\$33.056.911	\$35.570.750
MARGEN BRUTO DE VENTAS		\$23.959.749	\$30.356.483	\$37.986.542	\$47.067.575	\$57.854.402
COSTOS INDIRECTOS						
costos de administración		\$23.228.388	\$24.092.091	\$25.537.617	\$27.069.874	\$28.694.066
DEPREC. Y AMORT.		\$4.770.899	\$4.818.899	\$4.876.499	\$4.945.619	\$5.028.563
UTIL. OPERACIÓN (UAI)		(\$4.039.538)	\$1.445.493	\$7.572.426	\$15.052.083	\$24.131.773
OTROS INGRESOS vr residual						\$0
INTERESES OPER.		\$259.200	\$194.400	\$129.600	\$64.800	\$0
UAI		(\$4.298.738)	\$1.251.093	\$7.442.826	\$14.987.283	\$24.131.773
IMPUESTOS		\$0	\$437.883	\$2.604.989	\$5.245.549	\$8.446.121
UTILIDAD NETA		(\$4.298.738)	\$813.210	\$4.837.837	\$9.741.734	\$15.685.652
DIVIDENDOS		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
GCIAS NO DISTRIBUIDAS		(\$4.298.738)	\$813.210	\$4.837.837	\$9.741.734	\$15.685.652
ACUM. GCIAS NO DISTRIBUIDAS		(\$4.298.738)	(\$3.485.527)	\$1.352.310	\$11.094.044	\$26.779.696

ANALISIS DEL CAPITAL DE TRABAJO								
SALDO EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA								
Periodo	Días* mes	Coef. Renov.	0	1	2	3	4	5
costos de producción	30	12		\$2.182.021	\$2.346.152	\$2.523.451	\$2.715.042	\$2.922.147
comercialización y ventas	30	12		\$33.333	\$35.333	\$37.453	\$39.701	\$42.083
administración	30	12		\$1.935.699	\$2.007.674	\$2.128.135	\$2.255.823	\$2.391.172
Pago de intereses	30	12		\$21.600	\$8.100	\$5.400	\$2.700	\$0
Saldo efectivo requerido en caja				\$4.172.653	\$4.397.259	\$4.694.439	\$5.013.265	\$5.355.401
Incremento saldo efectivo req.				\$4.172.653	\$224.606	\$297.180	\$318.826	\$342.136

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO									
Periodo		Días* mes	Coef. Renov	1	2	3	4	5	6
% de ventas a crédito	30%								
ACTIVO CORRIENTE									
CAJA (saldo efect. req.)				\$4.172.653	\$4.397.259	\$4.694.439	\$5.013.265	\$5.355.401	
CxC		30	12	\$1.263.600	\$1.473.358	\$1.717.935	\$2.003.112	\$2.335.629	
EXISTENCIAS									
Costos de producción		30	12	\$2.182.021	\$2.346.152	\$2.523.451	\$2.715.042	\$2.922.147	
Costos de comercialización		30	12	\$33.333	\$35.333	\$37.453	\$39.701	\$42.083	
Costos de administración		30	12	\$659.224	\$698.777	\$740.704	\$785.146	\$832.255	
TTL ACTIVOS CORRIENTES				\$8.310.832	\$8.950.879	\$9.713.983	\$10.556.267	\$11.487.514	
PASIVO CORRIENTE									
CxP Mat. Prim.		30	12	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
CxP Otras				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TTL PASIVO CORRIENTE				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
CAPITAL DE TRABAJO				\$8.310.832	\$8.950.879	\$9.713.983	\$10.556.267	\$11.487.514	
INC/DEC Capital de Trabajo				\$8.310.832	\$640.048	\$763.104	\$842.283	\$931.248	

FLUJO DE CAJA: ESTADO DE LIQUIDEZ						
Periodo	0	1	2	3	4	5
Capacidad de utilización.		\$400.000	\$424.000	\$449.440	\$476.406	\$504.991
Utilidad operacional (UAll)		(\$4.039.538)	\$1.445.493	\$7.572.426	\$15.052.083	\$24.131.773
Deprec. y Amort.		\$4.770.899	\$4.818.899	\$4.876.499	\$4.945.619	\$5.028.563
Préstamos	\$1.350.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Capital Social	\$1.350.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
Valor Residual						\$0
<b>FUENTES</b>	<b>\$2.700.000</b>	<b>\$971.361</b>	<b>\$6.552.392</b>	<b>\$12.794.525</b>	<b>\$20.412.421</b>	<b>\$29.658.000</b>
Inversiones en activos NC	\$11.243.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
Variación en Capital de Trabajo		\$8.310.832	\$640.048	\$763.104	\$842.283	\$931.248
Servicio de la Deuda						
Intereses		\$259.200	\$194.400	\$129.600	\$64.800	\$0
Abonos a Capital		\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000	\$270.000
Impuestos		\$0	\$437.883	\$2.604.989	\$5.245.549	\$8.446.121
Dividendos		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>USOS</b>	<b>\$11.243.000</b>	<b>\$9.080.032</b>	<b>\$1.830.331</b>	<b>\$4.113.293</b>	<b>\$6.837.352</b>	<b>\$10.145.032</b>
EXCESO-DEFICIT	(\$8.543.000)	(\$8.108.671)	\$4.722.061	\$8.681.232	\$13.575.069	\$19.512.967
<b>SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO</b>	<b>(\$8.543.000)</b>	<b>(\$16.651.671)</b>	<b>(\$11.929.609)</b>	<b>(\$3.248.377)</b>	<b>\$10.326.692</b>	<b>\$29.839.659</b>

BALANCE							
Periodo		0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>							
<b>Activos Corrientes</b>							
Caja: Mínima Requerida		\$0	\$4.172.653	\$224.606	\$297.180	\$318.826	\$342.136
Exceso Efectivo		(\$8.543.000)	(\$8.108.671)	\$4.722.061	\$8.681.232	\$13.575.069	\$19.512.967
Final		(\$8.543.000)	(\$12.479.017)	(\$7.532.350)	\$1.446.062	\$15.339.957	\$35.195.060
Caja: Inicial		\$0	(\$8.543.000)	(\$12.479.017)	(\$7.532.350)	\$1.446.062	\$15.339.957
CxC	12	\$0	\$1.263.600	\$1.473.358	\$1.717.935	\$2.003.112	\$2.335.629
<b>Existencias</b>							
Materias Primas	12	\$0	\$2.182.021	\$2.346.152	\$2.523.451	\$2.715.042	\$2.922.147
Productos y servicios en Proceso	12	\$0	\$33.333	\$35.333	\$37.453	\$39.701	\$42.083
Productos y servicios Terminados	12	\$0	\$659.224	\$698.777	\$740.704	\$785.146	\$832.255
TTL Activos Corrientes		(\$8.543.000)	(\$8.340.839)	(\$2.978.730)	\$6.465.606	\$20.882.958	\$41.327.173
<b>Activos no Corrientes</b>							
Acum Activos no Corrientes		\$11.243.000	\$11.483.000	\$11.771.000	\$12.116.600	\$12.531.320	\$13.028.984
Acum. Depreciación		\$0	(\$4.770.899)	(\$9.589.797)	(\$14.466.296)	(\$19.411.914)	(\$24.440.477)
Activos no Corrientes Netos		\$11.243.000	\$6.712.101	\$2.181.203	(\$2.349.696)	(\$6.880.594)	(\$11.411.493)
TTL Activos		\$2.700.000	(\$1.628.738)	(\$797.527)	\$4.115.910	\$14.002.364	\$29.915.680

<b>PASIVOS</b>							
<b>Pasivos Corrientes</b>							
<b>CxP(materias primas)</b>	<b>12</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Otras CxP</b>	<b>0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Déficit de Caja</b>							
<b>TTL Pasivos Corrientes</b>		<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Prestamos M&amp;L Plazo</b>		<b>\$1.350.000</b>	<b>\$1.080.000</b>	<b>\$810.000</b>	<b>\$540.000</b>	<b>\$270.000</b>	<b>\$0</b>
<b>TTL Pasivos</b>		<b>\$1.350.000</b>	<b>\$1.080.000</b>	<b>\$810.000</b>	<b>\$540.000</b>	<b>\$270.000</b>	<b>\$0</b>
<b>PATRIMONIO</b>							
<b>Capital Social</b>		<b>\$1.350.000</b>	<b>\$1.590.000</b>	<b>\$1.878.000</b>	<b>\$2.223.600</b>	<b>\$2.638.320</b>	<b>\$3.135.984</b>
<b>Ganancias no Distribuidas</b>		<b>\$0</b>	<b>(\$4.298.738)</b>	<b>\$813.210</b>	<b>\$4.837.837</b>	<b>\$9.741.734</b>	<b>\$15.685.652</b>
<b>Acum. Ganancias no Distribuidas</b>		<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>(\$4.298.738)</b>	<b>(\$3.485.527)</b>	<b>\$1.352.310</b>	<b>\$11.094.044</b>
<b>TTL Patrimonio</b>		<b>\$1.350.000</b>	<b>(\$2.708.738)</b>	<b>(\$1.607.527)</b>	<b>\$3.575.910</b>	<b>\$13.732.364</b>	<b>\$29.915.680</b>
<b>TTL Pasivo + Patrimonio</b>		<b>\$2.700.000</b>	<b>(\$1.628.738)</b>	<b>(\$797.527)</b>	<b>\$4.115.910</b>	<b>\$14.002.364</b>	<b>\$29.915.680</b>

FLUJOS DE CAJA						
Flujo de Caja Libre						
	0	1	2	3	4	5
Impuestos	\$0	\$0	(\$437.883)	(\$2.604.989)	(\$5.245.549)	(\$8.446.121)
UAll	\$0	(\$4.039.538)	\$1.445.493	\$7.572.426	\$15.052.083	\$24.131.773
Depreciaciones	\$0	\$4.770.899	\$4.818.899	\$4.876.499	\$4.945.619	\$5.028.563
Valor Residual	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujo de Caja Bruto	\$0	\$731.361	\$5.826.509	\$9.843.936	\$14.752.152	\$20.714.215
Ingresos por Beneficios Tributarios	\$0					
Inversiones en Activos NC	\$11.243.000	\$240.000	\$288.000	\$345.600	\$414.720	\$497.664
Variación de Capital de Trabajo	\$0	\$8.310.832	\$640.048	\$763.104	\$842.283	\$931.248
Inversiones Brutas	\$11.243.000	\$8.550.832	\$928.048	\$1.108.704	\$1.257.003	\$1.428.912
Flujo de Caja Libre	(\$11.243.000)	(\$7.819.471)	\$4.898.461	\$8.735.232	\$13.495.149	\$19.285.303

Tasa de descuento	24%		
V.P.N.		\$2.019.948	7%
T.I.R.	29%		
Valor de perpetuidad		\$84.687.636	
Valor presente del Residual		\$28.887.608	93%
Tasa de crecimiento sostenible	1%		
Valor de la Compañía		\$30.907.556	