

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO: AAAr106
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	FORMATO DE DESCRIPCION DOCUMENTAL	PAGINA: 1 de 3

TITULO COMPLETO DEL DOCUMENTO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE EMPRESA EN FUSAGASUGA, PULPA BATIDOS.

AUTOR O AUTORES:

Apellidos Completos	Nombres Completos
GARCIA CALDERON	PAOLA ANDREA
RIVERA PABON	RUTH EVERLYN

DIRECTOR (ES) DEL TRABAJO DE GRADO O TESIS

Apellidos Completos	Nombres Completos
JONATHAN RODRIGUEZ	MARLON

(En caso que el Documento sea Trabajo de Grado)

FACULTAD: Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables.

PROGRAMA O PROCESO:

Pregrado X
Especialización
Maestría
Doctorado
Administrativo



MACROPROCESODE APOYO	CODIGO: AAAr106
PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
FORMATO DE DESCRIPCION DOCUMENTAL	PAGINA: 2 de 3

NOMBRE DEL PROGRAMA O ÁREA ADMINISTRATIVA: Administración de empresas.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL DIRECTOR DE PROGRAMA (Opcional):
MARLON JONATHAN RODRIGUEZ

NOMBRES Y APELLIDOS DEL DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN:
PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON, RUTH EVERLYN RIVERA PABON.

CIUDAD: Fusagasugá.

AÑO DE PRESENTACION DEL DOCUMENTO: 2016

NUMERO DE PAGINAS (Opcional): 97 paginas.

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLES: (Usar como mínimo 10 descriptores)

ESPAÑOL

Emprendimiento
Creación
Empresa
Estudio
Factibilidad
Producto
Mercadeo
Técnico
Financiero
Organizacional
Impacto

INGLES

Entrepreneurship
Creation
Company
Study
Feasibility
Product
Marketing
Technical
Financial
Organizational
Impact

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO: AAAr106
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	FORMATO DE DESCRIPCION DOCUMENTAL	PAGINA: 3 de 3

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLES:

Estudio de factibilidad para la creación de empresa en Fusagasugá, PULPA BATIDOS. Idea de negocio para la creación y producción y comercialización de batidos en la ciudad de Fusagasugá.

Feasibility study for the creation Fusagasugá Company, PULP SHAKES. Business idea for the creation and production and marketing of milkshakes in the city of Fusagasugá.

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO:AAAr105
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	AUTORIZACION DE PUBLICACION	PAGINA: 1 de 4

07 de Junio 2016, Fusagasuga.

**Señores
Biblioteca Central
Universidad de Cundinamarca
Ciudad**

Los suscritos:

PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON con C.C. No
RUTH EVERLYN RIVERA PABON con C.C. No 1.022.380.082 de Bogotá.

En nuestra calidad de autores exclusivos de la obra titulada:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE EMPRESA EN
FUSAGASUGA, PULPA BATIDOS**

(Por favor Señale con una "x" las opciones que apliquen para el caso).

Tesis: ____
Trabajo de Grado: x
Otro: ____
Cual: _

Presentado y aprobado en el año 2016, por medio del presente escrito autorizamos a la universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre nuestra obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la universidad., así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un convenio, son:

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO:AAAr105
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	AUTORIZACION DE PUBLICACION	PAGINA: 2 de 4

AUTORIZAMOS	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios la Biblioteca.	X	
2. La consulta física o electrónica según corresponda	X	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer	X	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
5. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones	X	
6. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso nuestra obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis o Trabajos de Grado, de manera complementaria, garantizamos en nuestra calidad de estudiantes y por ende autores exclusivos, que la Tesis o Trabajo de Grado en cuestión, es producto de nuestra plena autoría, de nuestro esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de nuestra creación original particular y, por tanto, somos los únicos titulares de la misma. Además, aseguramos que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifestamos que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de nuestra competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO:AAAr105
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	AUTORIZACION DE PUBLICACION	PAGINA: 3 de 4

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento continuaremos conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis o Trabajos de Grado):

Información Confidencial:

Esta Tesis o trabajo de grado, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI ___ NO _x_.**

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO:AAAr105
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	AUTORIZACION DE PUBLICACION	PAGINA: 4 de 4

NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS	No. del documento de identidad	FIRMA
PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON	1.071.987.388 de Agua de Dios.	<i>Paola Andrea Garcia</i>
RUTH EVERLYN RIVERA PABON	1.022.380.082 de Bogotá	<i>Ruth Evelyn Rivera</i>

FACULTAD:

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA ACADEMICO:

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO: AAAr107
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	LICENCIA DE PUBLICACIÓN	PAGINA: 1 de 4

Fusagasugá, 07 de Junio 2016

Los suscritos:

PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON con C.C. No 1.071.987.388 de Agua de Dios.

RUTH EVERLYN RIVERA PABON con C.C. No 1.022.380.082 de Bogotá.

En nuestra calidad de autores exclusivos de la obra titulada:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE EMPRESA EN FUSAGASUGA, PULPA BATIDOS. Como titulares del derecho de autor, conferimos a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución,

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO: AAAr107
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	LICENCIA DE PUBLICACIÓN	PAGINA: 2 de 4

comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) Los Autores, garantizamos que el documento en cuestión, es producto de nuestra plena autoría, de nuestro esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi creación original particular y, por tanto, somos los únicos titulares de la misma. Además, aseguramos que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifestamos que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de nuestro competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional, cuyo texto completo se puede consultar en biblioteca.unicundi.edu.co

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr107
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	LICENCIA DE PUBLICACIÓN	PAGINA: 3 de 4

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons : Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el (los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Ensayo.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc)
1. Estudio de factibilidad, Pulpa Batidos.	PDF

	MACROPROCESODE APOYO	CODIGO: AAAr107
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	LICENCIA DE PUBLICACIÓN	PAGINA: 4 de 4

En constancia de lo anterior, firmo (amos) el presente documento:

NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS	No. del documento de identidad	FIRMA
PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON	1.071.987.388 de Agua de Dios.	<i>Paola Andrea Calderon</i>
RUTH EVERLYN RIVERA PABON	1.022.380.082 de Bogotá	<i>Ruth Evelyn Rivera Pabon</i>

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE EMPRESA EN
FUSAGASUGA, PULPA BATIDOS.**

**PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON
RUTH EVERLYN RIVERA PABON**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
TRABAJO DE GRADO
FUSAGASUGA
2016**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE EMPRESA EN
FUSAGASUGA, PULPA BATIDOS.**

PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON

COD: 310210250

RUTH EVERLYN RIVERA PABON

COD: 110211129

TRABAJO DE GRADO

COORDINADOR DE PROGRAMA: MARLON JONATHAN RODRIGUEZ

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
AREA LINEA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO EMPRESARIAL
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TRABAJO DE GRADO
FUSAGASUGA
2016**

NOTA DE ACEPTACION

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Fusagasugá, Mayo de 2016

AGRADECIMIENTOS

Le agradecemos a Dios por darnos sabiduría para completar esta etapa necesaria para culminar nuestra carrera de administración de empresas ya que nos brindó la paciencia y conocimientos para completarla. Por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de retos y aprendizajes.

A nuestros padres Jose Chavarro, Maryery Calderon, Sara Molina y Lucinda Pabon por su apoyo incondicional en cada momento de nuestra carrera, por los valores que nos inculcado y por brindarnos la oportunidad de tener educación superior.

Al profesor Luis francisco Yañez y la Doctora Marisol Ruiz Tolosa quienes nos brindaron su confianza y nos motivaron para que realizáramos esta idea de negocio impulsándonos a realizar nuestros sueños y no tener miedo al futuro con sus consejos.

Al actual director de programa Marlon Jonathan Rodríguez quien es nuestro asesor de tesis, gracias por orientarnos y compartir sus conocimientos al desarrollar nuestra idea de negocio y hacerla realidad.

A nuestros profesores de la carrera de administración de empresas que durante estos años de estudio nos enseñaron y compartieron sus diferentes conocimientos apoyándonos en lo largo de la carrera.

Por ultimo a nuestros compañeros que estuvieron compartiendo esta hermosa etapa de la universidad, donde vivimos experiencias que nunca las olvidaremos.

Las autoras.

DEDICATORIA

A Dios primeramente por haberme dado salud y la capacidad necesaria para culminar esta etapa de mi vida, mi carrera universitaria.

A mis padres José Chavarro, Maryery Calderón, quienes me han enseñado a lograr con éxito todo lo que me propongo y superar los obstáculos que se presenten, quienes me brindan siempre su apoyo incondicional, su amor, sus consejos, y sus sacrificios.

A mi abuelita Martha Hernández quien siempre confía en mí y quien sabe brindarme su comprensión y cariño.

A mis hermanitos Diego Chavarro Calderón, Duvan Chavarro Calderón, ya que ellos me impulsan a seguir adelante para ser su ejemplo y quienes han estado presentes en las diferentes etapas de mi vida.

A Everlyn Rivera con quien he compartido toda esta etapa universitaria, no solo es mi compañera de tesis sino también mi gran amiga, juntas hemos alcanzado esta meta propuesta.

Paola Andrea García Calderón.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a Dios quien me guía y es mi amigo fiel, quien nunca me desampara y me acompaña en todo camino, a ti Dios a quien quiero dedicar todos mis triunfos, que sin ti nada es posible.

A mi familia quien es mi motor para seguir adelante en especial a mi abuela Sara quien es la persona que me crio y me enseñó a ser la mujer que soy hoy, llena de valores, perseverancia y el coraje de conseguir mis sueños, a ella le dedico mi esfuerzo y mis logros.

A mi madre Lucinda y mi padre Omar, mi Tita Alba, mi Hermano David quienes de otra manera me apoyaron con los recursos necesarios para estudiar, ellos me brindaron un consejo, una mano cuando más lo necesitaba gracias por ser parte de este sueño.

A los profesores que hicieron parte de esta etapa de mi vida, donde me apoyaron y me motivaron para lograr grandes cosas.

A mi amiga Paola “la bella” quien es mi compañera de tesis, sin ella no hubiera sido posible realizar este trabajo, gracias por su paciencia conmigo, por apoyarme y mostrarme que existe una solución a todo problema. Los momentos que compartimos juntas los llevo en mi corazón y siempre te recordare.

Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente, no temas ni desmayes, porque yo el SEÑOR tu Dios estoy contigo en donde quiera que vayas. Josué 1:7.

Everlyn Rivera Pabón.

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

La responsabilidad del contenido de esta trabajo de grado, investigación y análisis Realizados del presente trabajo corresponde exclusivamente a las autoras; y al patrimonio intelectual de la misma facultad de ciencias administrativas económicas y contables de la universidad de Cundinamarca.

Fusagasugá, 29 de abril 2016.

Paola Andrea García Calderón
C.C. 1.071.987.382

Ruth Everlyn Rivera Pabon

C.C. 1.022.380.082

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
RESUMEN	2
MODULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO.	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
1.2. TITULO DE LA MONOGRAFIA.	5
1.3. JUSTIFICACION.	6
1.4. OBJETIVOS.	7
1.4.1. Objetivo general.	7
1.4.2. Objetivos específicos.	7
1.5. MARCOS DE REFERENCIA.	8
1.5.1. MARCO TEORICO.	8
1.5.2. MARCO CONCEPTUAL.	9
1.6. ANTECEDENTES.	11
1.6.1. Historia del consumos de Smoothies / batido.	11
1.6.2. Tendencias del tipo de producto.	11
1.6.3. Competidores directos.	12
1.6.4. Competidores indirectos.	13
1.7. MARCO GEOGRAFICO.	13
MODULO 2: MERCADEO.	16
2. ANALISIS DEL SECTOR.	16
2.1. CATEGORIA DEL PRODUCTO.	16
2.2. ANALISIS DEL MERCADO.	17
2.2.1. Mercado objetivo.	17
2.2.2. Necesidad PULPA BATIDOS.	18
2.2.3. Análisis demanda y oferta.	19
2.2.4. Análisis de la muestra.	20
2.2.4.1. Ficha técnica de la encuesta	20
2.2.4.2. Tipo de encuesta	20
2.2.4.3. Diseño de la encuesta	21
2.2.4.4. Resultados obtenidos en la encuesta	22
2.2.5. Mercado potencial.	28
2.2.6. Nicho de mercado.	28
2.2.7. Perfil del cliente.	29
2.2.8. Productos sustitutos.	30
2.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.	30
2.3.1. Análisis DOFA de la competencia.	31
2.4. ESTRATEGIA DE MERCADO.	32
2.4.1. Concepto de producto.	32
2.4.2. Slogan.	34
2.4.3. Logo.	34
2.4.4. Menú.	34
2.4.5. Nosotros, PULPA BATIDOS.	35

2.4.6. Misión.	35
2.4.7. Visión.	35
2.4.8. Valores corporativos, PULPA BATIDOS.	36
2.5. EMPAQUE.	37
2.6. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION.	37
2.7. ESTRATEGIA DE PRECIO.	38
2.8. ESTRATEGIA DE PROMOCION.	38
2.9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.	39
2.10. ESTRATEGIA DE SERVICIO.	40
2.11. PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO.	40
2.12. ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO.	41
MODULO 3 TECNICO OPERATIVO.	42
3. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO.	42
3.1. NUTRIENTES DE LAS FRUTAS.	44
3.2. ESTADO DE DESARROLLO.	47
3.3. ESTUDIO TECNICO.	48
3.3.1. Definición del producto.	48
3.3.2. Descripción del producto.	48
3.3.3. Proceso del producto.	50
3.3.3.1. Proceso de llegada materias primas.	50
3.3.3.2. Elaboración del producto.	50
3.4. NECESIDADES Y REQUIRIMIENTOS.	52
3.4.1. RECURSOS TECNICOS.	52
3.4.2. Recursos tecnológicos.	52
3.5. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS.	53
3.5.1. Materias primas.	53
3.5.2. Insumos.	54
3.6. ARRIENDO.	54
3.7. MAQUINARIA Y EQUIPO.	56
3.7.1. Muebles y enseres.	59
MODULO 4: ORGANIZACIÓN.	60
4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	60
4.1. ORGANIGRAMA PULPA BATIDOS.	62
4.2. MANUAL DE FUNCIONES.	62
4.3. ANALISIS DOFA, PULPA BATIDOS.	66
4.4. ASPECTOS LEGALES.	68
4.4.1. Requisitos comerciales.	68
4.4.2. Requisitos de funcionamiento.	68
4.4.3. Requisitos de seguridad laboral.	69
4.4.4. Conformación de la empresa.	69
4.5. RAZON SOCIAL.	72
MODULO 5: FINANCIERO	72
5. ANEXOS FINANCIEROS.	72
MODULO 6: PLAN OPERATIVO E IMPACTO.	72
6. METAS SOCIALES.	72

6.1. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.	73
6.2. PLAN REGIONAL DE DESARROLLO.	73
6.3. EMPLEO.	74
6.4. EMPRENDEDORAS.	74
6.5. IMPACTO AMBIENTAL.	75
6.5.1. Legislación sanitaria.	75
6.6. NORMA TECNICA SECTORIAL COLOMBIANA.	76
6.6.1. Requisitos sanitarios para la manipulación de alimentos.	76
6.6.2. Calidad e inocuidad alimentos.	77
6.7. POLITICAS DE RESIDUOS.	77
6.7.1. Compostaje	78
7. CONCLUSIONES.	80
8. RECOMENDACIONES.	81
9. CRONOGRAMA.	82

LISTA DE ANEXOS

Anexo N.1. Análisis encuestas PULPA BATIDOS.
Anexo N.2. Cotizaciones publicidad.
Anexo N.3. Cotizaciones materias primas e insumos.
Anexo N.4. Carta intención de arriendo.
Anexo N.5. Cotizaciones maquinaria y equipo.
Anexo N.6. Cotizaciones muebles y enseres.
Anexo N.7. Requerimientos legales.
Anexo N.8. Proyecto Fundación Angelitos en la Tierra.
Anexo N.9. Encuesta hábitos saludables.
Anexo N.10. Modulo financiero.
Anexo N.11. Presentación EXPOUDEEC, PULPA BATIDOS.

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N.1. Proporción de la población por grupo, etario, municipio Fusagasugá 2005, 2015, 2020.	15
Cuadro N.2. Pirámide poblacional del municipio Fusagasugá año 2015.	15
Cuadro N.3. Producción de frutas y hortalizas 2006-2011 Colombia.	16
Cuadro N.4. Competencia.	31
Cuadro N.5. FODA, competidores.	31
Cuadro N.6. Presupuesto de la mezcla de mercado.	40
Cuadro N.7. Estrategia de aprovisionamiento.	41
Cuadro N.8. Ficha técnica batido refrescante.	42
Cuadro N.9. Ficha técnica batido nutritivo.	42
Cuadro N.10. Ficha técnica batido exótico.	43
Cuadro N.11. Nutrientes de la fresa.	44
Cuadro N.12. Nutrientes de la mora.	45
Cuadro N.13. Nutrientes de la piña.	45
Cuadro N.14. Nutrientes del mango.	46
Cuadro N.15. Nutrientes del maracuyá.	46
Cuadro N.16. Nutrientes del banano.	47
Cuadro N.17. Materias primas.	53
Cuadro N.18. Arriendo PULPA BATIDOS.	54
Cuadro N.19. Maquinaria y equipo.	56
Cuadro N.20. Muebles y enseres.	59
Cuadro N.21. Manual de funciones gerente.	62
Cuadro N.22. Manual de funciones administradora.	63
Cuadro N.23. Manual de funciones contador.	64
Cuadro N.24. Manual de funciones operario.	65
Cuadro N.25. Análisis DOFA, PULPA BATIDOS.	66
Cuadro N.26. Plan nacional de desarrollo.	73
Cuadro N.27. Plan regional de desarrollo.	73
Cuadro N.28. Empleo.	74
Cuadro N.29. Empreendedoras	74

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica N.1. Como cuida usted su salud.	22
Grafica N.2. Que hábitos saludables tiene.	23
Grafica N.3. Con que frecuencia hace deportes.	24
Grafica N.4. Entre sus hábitos que productos saludables consume.	25
Grafica N.5. Conoce los beneficios de un batido natural.	26
Grafica N.6. Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable.	27

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen N.1. Colombia región del Sumapaz.	13
Imagen N.2. Logo PULPA BATIDOS.	34
Imagen N.3. Menú N.1.	34
Imagen N.4. Menú N.2.	35
Imagen N.5. Empaque.	37
Imagen N.6. Estrategia de precio.	38
Imagen N.7. Proceso de llegada materia prima.	50
Imagen N.8. Elaboración del producto.	51
Imagen N.9. Instagram PULPA BATIDOS.	52
Imagen N.10. Facebook PULPA BATIDOS.	53
Imagen N.11. Local PULPA BATIDOS.	54
Imagen N.12. Distribución local, PULPA BATIDOS.	55
Imagen N.13. Ubicación del local, PULPA BATIDOS.	56
Imagen N.14. Compostaje.	78

INTRODUCCION

Al momento de crear una empresa es de suma importancia para un profesional ya que para lograrlo debe aplicar todos sus conocimientos vistos en la carrera de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca, donde debe realizar un estudio muy detallado enfocándose en todas las áreas de: mercadeo, técnico, operativo, organizacional, legal y financiero debe estar acorde con las nuevas modalidades y exigencias para mantener la capacidad de competitividad lográndolo con la mayor eficiencia y eficacia sus objetivos para que la probabilidad de esta iniciativa de emprendimiento de las estudiantes obtenga el mayor éxito y pueda continuar creciendo.

Con el presente estudio de creación de empresas en la ciudad de Fusagasugá se pretende generar empleo, desarrollo y crecimiento en la comunidad actual, enfocándonos en ser innovadores con nuestros productos de PULPA BATIDOS y generando un aporte competitivo donde brindaremos un producto nuevo en el mercado dando la mejor presentación y satisfaciendo las necesidades de los habitantes de Fusagasugá.

RESUMEN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social”¹, lo que supone que este concepto va más allá de la existencia o no de una u otra enfermedad. Es por ello que para los seres humanos de hoy en día es fundamental tener un estilo de vida saludable, donde la alimentación forma parte del equilibrio y es indispensable para el bienestar para la persona debido que si no se consume el desayuno el cuerpo no va a responder igual durante el día lo que con lleva una mala alimentación y puede ocasionar enfermedades y lo mismo se debe realizar ejercicio físico para que nuestro cuerpo se encuentre mejor.

Es por ello que queremos desarrollar una bebida en la ciudad Fusagasugá que ayude a tener una alimentación balanceada, que aporte considerable cantidad de calcio y frutas con la variedad de vitaminas con un sabor agradable para el paladar de los clientes y contribuye la vitalidad en nuestro organismo. Por esto nace la idea de negocio PULPA BATIDOS donde desarrollamos en el siguiente trabajo un plan estratégico de marketing, un estudio técnico, operativo y financiero evidenciando los impactos ambientales donde se analizó la viabilidad del negocio consultando por medio de encuestas en lugares estratégicos en la ciudad de Fusagasugá para demostrar la aceptación de PULPA BATIDOS.

Ver anexo 1, Análisis encuestas PULPA BATIDOS.

¹ Título del Artículo: salud mental un estado de bienestar,
http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/ tomado el 15-10-2015.

MODULO 1: NATURALEZA DEL PROYECTO

1. PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Actualmente Colombia afronta una crisis donde los egresados salimos de culminar nuestra carrera de pregrado y no encontramos en que trabajar ya que las empresas piden experiencia y muchos de nosotros no la tenemos asimismo la remuneración es baja, por ello el año pasado se realizó un estudio de los “salarios profesionales colombianos donde un administrador de empresas devenga desde 868.000 pesos, mientras que un médico puede recibir un salario de 2’520.000 pesos”² ya que según las empresas nos ofrecen poco por no tener experiencia o simplemente el mercado laboral se encuentra saturado ya que anualmente se destacó que en el “Gobierno del Presidente Juan Manuel Santos, los títulos otorgados en educación superior se incrementaron de 259.829 en 2010 a 310.229 en 2012, es decir, un aumento del 20%.”³. Por tanto las estudiantes de administración de empresas quieren desarrollar este proyecto para que al momento de salir de la universidad tengan un trabajo y puedan lograr el éxito de su idea de negocio, siendo visionarias y con espíritu empresarial que nos caracteriza.

“En junio del 2015 la tasa de desempleo en el país se ubicó en 8,2 %, siendo la más baja de los últimos 15 años con la tasa de ocupación más alta para ese mes en el mismo periodo, según lo anunciado por el director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, Mauricio Perfetti del Corral. La tasa de desempleo para junio de 2014 fue de 9,2 %”⁴. La Secretaría de Planeación de Cundinamarca ha realizado algunos ejercicios de estimación del PIB a nivel municipal (2002, 2005, 2007), y gracias a ello se pueden elaborar tablas por ramas de actividad por municipio. “Tres sectores se destacan en la economía de Fusagasugá: el agropecuario, el industrial y el turístico (comercio, restaurantes y hoteles), capturando 63% del producto.”⁵

² Título del artículo: Conozca los sueldos de los profesionales recién egresados, <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/sueldos-de-los-recien-egresados-en-colombia/16158218>, tomado el 21-02-2016.

³ Título del artículo: Aumenta el número de graduados, <http://noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2013/11/07/1061961/aumenta-numero-graduados-educacion-superior.html>

⁴ Título del artículo: Dane, tasa de desempleo, <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>, tomado el 21-02-2016.

⁵ Alcaldía de Fusagasugá, Diagnostico municipio de Fusagasugá- Cundinamarca, [file:///C:/Users/everl/Downloads/FUSAGASUGA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/everl/Downloads/FUSAGASUGA%20(1).pdf) tomado el 21-02-2016.

Aunque “el municipio de Fusagasugá registra el doble de establecimientos que los municipios sabaneros de Madrid y Mosquera según el Censo de 2005 (aproximadamente 4800 frente a 2400) no cuenta con empresas de gran escala, lo que a la vez que limita las posibilidades de empleo, también denota las condiciones de atracción para este tipo de inversiones. Sin embargo esto podría cambiar si algunas de las líneas que se han considerado como promisorias se desarrollan con las escalas y parámetros requeridos para dinamizar el empleo y la actividad económica.”⁶

Teniendo en cuenta las oportunidades de emprender en la región del Sumapaz nace este proyecto de crear empresa elaborando y comercializando PULPA BATIDOS que tiene como objetivo hacer una bebida que se prepara en el momento y cuyos ingredientes son frutas y proteínas que inciden positivamente en el bienestar del cliente y suponen una auténtica revolución en los sectores de la salud y la restauración y una amplia variedad, de sus propiedades nutritivas y un sabor único los diferencian de cualquier otro producto en el mercado.

⁶ Título del artículo: Identificación de recursos de inversión privada y potenciales para programas de empleo y generación de ingresos, diagnostico municipio de Fusagasugá- Cundinamarca, file:///c:/users/everl/downloads/fusagasuga%20(1).pdf tomado el 21-02-2016.

1.2. TÍTULO DE LA MONOGRAFIA

Estudio de factibilidad para la creación de empresa en Fusagasugá, PULPA BATIDOS.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Ante la necesidad de generar empleo en el municipio de Fusagasugá se presenta este proyecto con la idea de negocio PULPA BATIDOS que es un plan a fin con los principios de la universidad, ya que nace de la necesidad de crear empresa y ser emprendedor.

Con el fin de promover un producto innovador en el mercado y ofrecer un hábito saludable como lo son los batidos en la comunidad de esta misma ciudad, aprovechando la variedad y el alcance que tenemos de las frutas en esta región.

Con este proyecto se piensa beneficiar y brindar trabajo principalmente a mujeres cabezas de familia en la ciudad de Fusagasugá, generando empleo principalmente a dos mujeres quienes serán la operaria, y la contadora.

Así mismo creando una propia empresa donde genere ingreso satisfactorio, para mejorar las ventas y los ingresos económicos, proporcionando igualmente al consumidor un producto de buena calidad que le aporte los requerimientos nutricionales adecuados.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de empresa en Fusagasugá, PULPA BATIDOS.

1.4.2. Objetivo específicos.

1. Elaborar un estudio de mercado con las características del producto, los proveedores, consumidores, competencia, nivel de precios, demanda y sistemas de comercialización.
2. Establecer el programa de producción que identifique los procesos y recursos requeridos, (materias primas, procesos de producción, maquinaria y equipos e infraestructura).
3. Definir la estructura organizacional mediante un estudio que determine su enfoque, políticas, marco jurídico.
4. Determinar los recursos financieros necesarios para la creación y funcionamiento de la empresa de PULPA BATIDOS, definiendo la estructura de costos, presupuestos.
5. Analizar el impacto ambiental y social que tendrá la creación de la empresa sobre el medio ambiente y la comunidad en general.

1.5. MARCOS DE REFERENCIA

1.5.1. Marco teórico.

Teoría del emprendimiento.

El término “entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999). Cantillon define al entrepreneur como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).”⁷

“Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por Gunning (2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.”⁸

Jeffrey A. Timmons habla del espíritu empresarial como habilidad de crear y construir algo de la nada, es una actividad propia del ser humano, liberación de energía para la construcción de una empresa, implica tomar riesgos calculados y lucha para evitar la falla, necesita de un grupo que complemente habilidades y talentos del líder. Es la destreza de para percibir una oportunidad donde otros ven caos, contradicciones, confusiones y peligros. Peter Druker, ser emprendedor implica ser innovador, en donde, las empresas innovadoras son las que crean algo nuevo, diferente, que cambian o evolucionan los valores. El emprendimiento no es

⁷ Título del artículo: Concepto de emprendimiento y su relación con la educación, <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>, tomado el 10-11-2015.

⁸ Título del artículo: Concepto de emprendimiento y su relación con la educación, <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>, tomado el 10-11-2015.

una conducta únicamente intuitiva, de carácter, este tiene una base teórica, conceptual; base económica y social, para hacer algo diferente.

1.5.2. Marco conceptual.

Smoothie/ batido.

Un smoothie es un batido de fruta, cremosa no alcohólica preparada a base de trozos y zumos de fruta, concentrados o congelados, mezclados tradicionalmente con productos lácteos, hielo o helado.⁹

Suele tener una consistencia parecida a un batido pero algo más espeso. Se diferencia principalmente del resto de productos del mismo sector por su cremosidad. Se le suele añadir leche, leche de soja o bien yogur natural para enriquecerlo con proteínas.

Los smoothies industriales contienen trocitos triturados o licuados de varias frutas, a los que se añaden diversos zumos elaborados con deshidratados o concentrados, pudiendo algunos ser naturales. No tiene aditivos que modifiquen su aspecto o su sabor, pero contiene a menudo vitaminas añadidas para compensar la carencia de las que son naturales. La mezcla se tritura y pasteuriza para su conservación, pero el auténtico smoothie se elabora a base de una mezcla de frutas frescas o congeladas, trituradas o licuadas en el momento de consumirlo. Tradicionalmente, en Estados Unidos el smoothie se consumía mezclado con hielo picado, por lo que era parecido a un granizado natural, pero más cremoso, de ahí su nombre.¹⁰

Idea.

Una “idea (del griego ἰδέα ‘aspecto, apariencia, forma, relacionado con εἶδος eídos, ‘vista, visión, aspecto’) es una representación mental que surge a partir del razonamiento o de la imaginación de una persona. Está considerada como el acto más básico del entendimiento, al contemplar la mera acción de conocer algo.”¹¹

La capacidad humana de contemplar ideas está asociada a la capacidad de razonamiento, autorreflexión, la creatividad y la habilidad de adquirir y aplicar el intelecto. Las ideas dan lugar a los conceptos, los cuales son la base de cualquier tipo de conocimiento científico o filosófico.

⁹ Título del Artículo: Smoothie, <https://es.wikipedia.org/wiki/Smoothie>, tomado el 15-10-2015.

¹⁰ Título del Artículo: Smoothie, <https://es.wikipedia.org/wiki/Smoothie>, tomado el 15-10-2015.

¹¹ Título del Artículo: Wikipedia idea, <https://es.wikipedia.org/wiki/Idea>, tomado el 15-10-2015.

Emprendedor.

Se denomina emprendedor(a) aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo.¹²

El concepto surgió aproximadamente a principios del siglo XVI con el objetivo y la razón de ser de denominar a aquellos aventureros que viajaban al Nuevo Mundo a la búsqueda y caza de nuevas oportunidades, sin saber muy bien con que se encontrarían cuando estuviesen en la meta. También, a las personas involucradas con expediciones militares se las solía denominar emprendedores. Luego, ya en el siglo XVIII, los franceses se adueñaron del término porque lo utilizaban mucho para designar a aquellos que se dedicaban a la construcción, como ser los arquitectos.¹³

Innovación.

Es un cambio que introduce novedades. Además, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. En el sentido estricto, en cambio, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos, que realmente encuentran una aplicación exitosa, imponiéndose en el mercado a través de la difusión.¹⁴

En economía, Joseph Schumpeter fue quien introdujo este concepto en su teoría de las innovaciones, en la que lo define como el establecimiento de una nueva función de producción. La economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico, y quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores.

¹² Título del Artículo: Definiciones ABC, <http://www.definicionabc.com/economia/emprendedor.php>, tomado el 15-10-2015.

¹³ Título del Artículo: Emprendedor, <http://www.definicionabc.com/economia/emprendedor.php>, tomado el 15-10-2015.

¹⁴ Título del Artículo: Wikipedia, Innovación. <https://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n>, tomado el 17-10-2015.

1.5. ANTECEDENTES

1.6.1. Historia del consumo de smoothies/batidos.

Ante todo un batido es la mezcla de diferentes frutas a base de alguna bebida láctea, que sirve para refrescar o ayudar a tener mejores hábitos saludables brindado a las personas que lo consumen múltiples beneficios reemplazando las bebidas artificiales. Este término proviene desde 1930 en Estados Unidos¹⁵, sin embargo se puso de moda en 1960 y 1970 como una comida natural que las personas de cualquier tipo de edad podía consumir en las tiendas naturistas y gimnasios donde se vendían. Poco a poco se fueron comercializando en diferentes países y a medida que crecía la demanda de productos naturales por consumidores preocupados por la salud también crecía los batidos.

1.6.2. Tendencias del tipo de producto.

En la actualidad Colombia está siendo reconocido por ser el primer país en la región en consumir la mayor cantidad de bebidas funcionales, debido a la nueva era del fitness donde con gran variedad las personas les agrada hacer más ejercicio y consumir este tipo de bebidas para el cuidado adecuado de su salud y hacerlo parte de su vida cotidiana, asimismo otra forma de explicar por qué la aceptación de este producto en esta nueva era sería por los buenos hábitos del consumidor y sus tendencias a conocer nuevos productos nuevos sabores.

Los batidos son promocionados como una bebida con nutrientes beneficiosos para la salud, elaborada con fruta natural que aporta una gran cantidad energética. Su principal característica serían las vitaminas que contienen y que son bajos en calorías.¹⁶

1.6.3. Competidores directos.

Cosechas express.

La marca “Cosechas” es una de las mayores competencias que hay en el mercado, ya que tiene gran cantidad de clientes que la compran y que son fieles a sus productos. Las bebidas de Cosechas Express tienen un precio determinado de

¹⁵ Título del artículo: Historia de los smoothies, http://www.ehowenespanol.com/historia-smoothies-sobre_73628/, tomado el 26-05-2016.

¹⁶ Título del Artículo: Wikipedia, Smoothies, <https://es.wikipedia.org/wiki/Smoothie>, tomado el 20-10-2015.

acuerdo a su tipo (Batidos verdes, Batidos refrescantes, Batidos con helado o Yogurt, Premium frutos exóticos, Té verde y limonada de coco).

Cosechas “Expertos en bebidas” se creó en Costa Rica en el año 2008 para ofrecer a sus clientes bebidas naturales a base de frutas y hortalizas. Fórmulas perfectamente creadas que buscan, no solo deleitar el paladar, sino contribuir a conservar y mejorar la salud de los consumidores¹⁷.

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.

Actualmente en Colombia existen más de 180 tiendas, en más de 15 departamentos.

1.6.4. Competidores indirectos.

Fusagasugá

- Fruterías
- Restaurantes
- Heladerías

Región Sumapaz

- Corral
- Mcdonals

¹⁷ Título del Artículo: Cosechas express, <http://www.cosechasexpress.com/> , tomado el 26-05-2017.

1.7. MARCO GEOGRAFICO

Colombia, región del Sumapaz

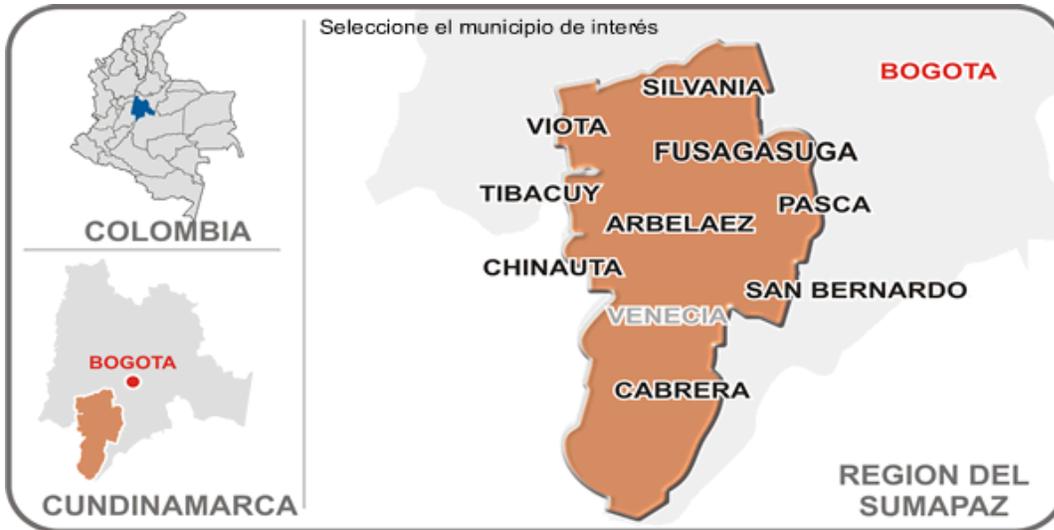


Imagen 1. Tomado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Fusagasuga>.

La Provincia del Sumapaz está ubicada al sur y al occidente de Bogotá en el departamento de Cundinamarca, Colombia.

Está compuesta por 10 municipios. Su capital y centro económico es Fusagasugá, sus otros municipios son: Silvania, Tibacuy, Pasca, Arbelaez, Pandi, San Bernardo, Venecia, Cabrera, Granada. La provincia fue creada por Decreto Nacional 489 del 7 de noviembre de 1895, a su vez ratificada por Ley 162 de 1896.¹⁸

Además de los diez municipios de Cundinamarca, circunscribe también el sur del territorio del Distrito Capital, San Juan, y por el nor-orienté del departamento del Tolima incluye a Icononzo, Villa Rica, y los corregimientos de El Palmar, Nuevo Mundo, Alpes, El Roble, Mercadilla, Nuñez, La Colonia, La Pradera, El Duda y otros. Como zona de influencia llega hasta Usme en las goteras de Bogotá y hasta el Pato y La Uribe en el departamento del Meta.

COLOMBIA, CUNDINAMARCA, FUSAGASUGA

¹⁸ Título del Artículo: DANE, «Resultados y proyecciones (2005-2020) del censo 2005», tomado el 10-10-2015.

Fusagasugá es un municipio y ciudad de Colombia. Ubicado en el departamento de Cundinamarca, capital de la provincia del Sumapaz. Es la segunda ciudad más poblada del departamento con 134.819 habitantes en el año 2015. La ciudad está ubicada a 39 kilómetros al Sur-Occidente de Bogotá, en una meseta enmarcada por los ríos Cuja y Chocho, los cerros Quininí y Fusacatán que conforman el Valle de los Sutagaos.¹⁹

Superficie: 239 km²

Población: 134.523 (2015)

Tiempo: 19 °C, viento NE a 8 km/h, 60 % de humedad

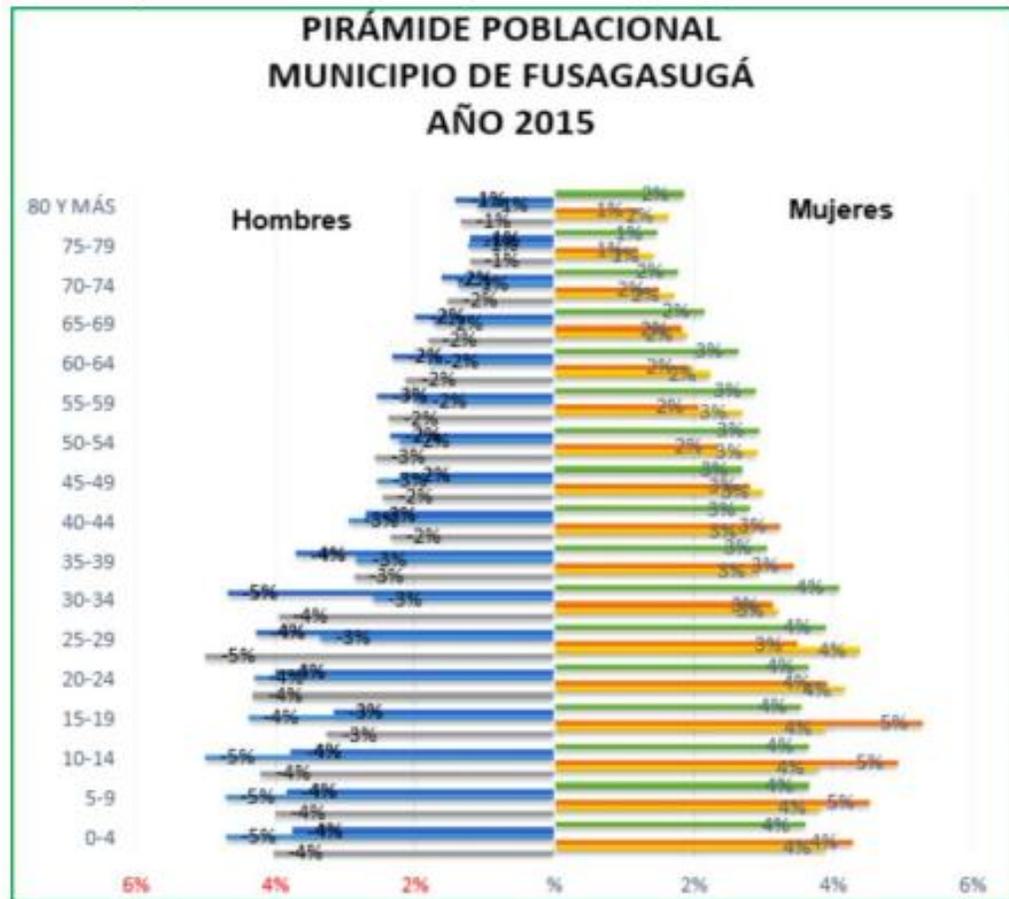
Universidad: Universidad de Cundinamarca

Volumen (número de personas)					
Grupos de edad	Años				
	1985	1993	2005	2015	2020
< 1 año	SD	SD	1967	4312	2148
1 - 4 años	8.508	11.125	7822	8462	8697
5 -14 años	12.999	17.207	20910	21298	22009
15 - 24 años	13.503	13.821	19472	21081	21235
25 – 44 años	16.897	22.193	27300	37117	43156
45 – 59 años	6.986	9.215	15203	21538	23087
60 – 79 años	4.569	7.840	13776	18854	22465
> 80 años	424	962	2499	4002	4834
Total	63.886	82.003	108.949	134523	147.631
Pesos relativos (porcentaje)					
Grupos de edad	Años				
	1985	1993	2005	2015	2020
< 1 año	SD	SD	1.80	3,2	1,45
1 - 4 años	13.3	13.5	7,17	6,29	5,89
5 -14 años	20.3	20.9	19.1	15,83	14,90
15 - 24 años	21.1	16.8	17.8	15,67	14,38
25 – 44 años	26.4	27	25.05	27,59	29,2
45 – 59 años	10.9	11.2	13.95	16,01	15,63
60 – 79 años	7.1	9.5	12,64	14,01	15,21
> 80 años	0.6	1.1	2,29	2,97	3,27
Total	100	100	100	100	100

Fuente: DANE

Cuadro N.1. Proporción de la población por grupo etario, municipio Fusagasugá 2005, 2015, 2020.

¹⁹Título del Artículo: Wikipedia, Fusagasugá. <https://es.wikipedia.org/wiki/Fusagasug%C3%A1>, tomado el 21-10-2015.



Fuente: Estimaciones y Proyecciones de Población, DANE 2015.

Cuadro N.2. Pirámide poblacional del municipio de Fusagasugá, año 2015.

MODULO 2: MERCADEO

2. ANALISIS DEL SECTOR

Delimitación Geográfica

La presente investigación para la implementación del plan de negocio para la creación de empresa PULPA BATIDOS, se realizara en la ciudad de Fusagasugá en el departamento de Cundinamarca, Colombia.

2.1. CATEGORÍA DEL PRODUCTO

Colombia es un país tropical donde podemos encontrar la materia prima de PULPA BATIDOS con altas ventajas ya que cuenta con gran diversidad de frutas, en el año 2014 la producción mundial de frutas y hortalizas alcanzo los 1,575 millones de toneladas.²⁰

El gobierno Colombiano a través del Valle del Cauca aspira convertirse hacia el año 2032 en uno de los principales jugadores mundiales en exportaciones hortofrutícolas teniendo como base los tratados de libre comercio y el aumento del consumo internacional.²¹

HORTALIZAS	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Área (Has)	98.716	101.342	119.585	107.694	101.826	104.241
Producción (Ton)	1.579.883	13.685.988	1.778.771	1.807.448	1.7938.662	1.790.822
Rendimiento Ton/Ha	16.00	16.64	16.40	17.11	17.09	17.38

Fuente: Ministerio de agricultura y Desarrollo Rural.

Cuadro N.3 Producción de frutas y hortalizas 2006-2011, Colombia.

En materia de consumo de frutas Colombia representa poca cantidad a pesar de que existen 365 distintos tipos de fruta en nuestro territorio, el consumo promedio por persona es de apenas cuarenta kilos al año²². Poco, si se tiene en cuenta que la Organización Mundial de la Salud recomienda consumir al menos ciento veinte

²⁰ Autor: Humberto Guzmán Título del Artículo: Ministerio de agricultura y desarrollo.
http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_203_Dr%20Humberto%20Guzman.pdf
tomado el día 15-12-2015.

²¹ Autor: Redacción de el País, Titulo del artículo: Colombia trabaja por convertirse en potencia frutícola
<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-cauca-busca-convertirse-potencia-fruticola>
tomado el día 15-12-2015.

²² Autor: Mariana Velásquez, Titulo del artículo: 5 jugos naturales con frutas colombianas,
http://revistadiners.com.co/articulo/14_99_disfruta-la-fruta, tomado el 20-01- 2016.

kilos anuales para lograr una dieta adecuada, y que en Colombia abundan, son económicas. Y el trópico permite que se produzcan casi sin pausa y en mayor cantidad que en otros lugares del mundo que pagan muy caro por incluirlas en su alimentación.

PULPA BATIDOS, va a utilizar la fruta para la realización de los batidos donde la materia prima es sometida a un proceso de conservación adecuado que garantiza las características organolépticas²³ de las frutas.

2.2. ANALISIS DE MERCADO

2.2.1. Mercado objetivo.

PULPA BATIDOS va a manejar un mercado objetivo de “61.975 habitantes de ellos 29.564 son hombres y 32.411 son mujeres, que habitan en Fusagasugá entre los 15 y 59 años, ya que en esta edad se cuenta con poder adquisitivo según el Censo del año 2005 y residen en estratos 3, 4 y 5”²⁴, donde se basara en la concepción del producto con una amplia aceptación en el mercado en su conjunto, traspasando factores como edad y género. Con este enfoque se intenta abarcar muchos grupos sociales diferentes y el número de clientes potenciales es muy alto ya que buscamos que nuestros clientes mejoren su alimentación incluyendo una nutrición balanceada.

2.2.2. Necesidad, de PULPA BATIDOS.

Análogamente podemos identificar que existe una necesidad en los ciudadanos de Fusagasugá quienes están empezando a cuidar su salud y su manera de alimentarse sanamente, por esta razón la apariencia personal se vuelve un factor muy importante donde nos gusta sentirnos bien con nuestra figura corporal es por ellos que una buena alimentación no solo cuidara nuestra manera de vernos bien si no prevenir futuras enfermedades por una inadecuada alimentación.

En la actualidad en la ciudad de Fusagasugá no se encuentra ningún de batidos naturales hechos a base de frutas frescas es por ellos que hemos tenido esta idea de negocio ya que actualmente las frutas son, quizás, los alimentos más llamativos por su diversidad de colores, formas y sabor. Además de lo que muestran a simple vista, forman parte de los alimentos con mayor cantidad de

²³ Son todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir los sentidos, por ejemplo su sabor, textura, olor, color.

²⁴ Información suministrada en la planeación de la Alcaldía de Fusagasugá.

nutrientes y sustancias naturales altamente beneficiosas para la salud y es de suma importancia para PULPA BATIDOS dar a conocer los beneficios saludables sobre el consumo de frutas y verduras para que conozcan las propiedades nutricionales.

2.2.3. Análisis demanda y oferta.

Del análisis de las encuestas realizadas a los distintos grupos de posibles consumidores de PULPABATIDOS se han resumido los referentes a dichas preferencias donde el 46% conocen que es un batido y que si les gustaría sustituir un batido por una bebida no saludable al 40% de la población encuestada.

Tomamos una muestra poblacional de 61.975 habitantes, 29.564 hombres y 32.411 mujeres en Fusagasugá entre los 15 y 59 años, porque esta es la edad según fuentes del DANE los fusagasugueños ya trabajan. Se realizaron las encuestas a 50 personas de ellas con este perfil del posible consumidor teniendo en cuenta sus características, como son los estudiantes, profesionales y deportistas que fueron encuestados. Al desarrollar el análisis de la competencia de PULPA BATIDOS pudimos observar que nuestro producto estará muy bien valorado con respecto a su calidad y la intención de compra por parte de los ciudadanos, la cantidad de los posibles consumidores que podríamos tener en Fusagasugá, teniendo como objetivo una proyección de ventas de 50 batidos diario, 1500 batidos mensuales y 18.000 batidos vendidos en el 1 año de funcionamiento de la empresa. Sin embargo, hay que trabajar en el área de mercadeo a la hora de darnos a conocer para que toda la población conozca las ventajas de consumir un PULPA BATIDOS en el cuidado de su salud.

Respecto a la percepción que se tiene sobre PULPA BATIDOS, hay que decir que es muy buena, si se compara con otros productos que están en el mercado ya que este producto reemplazara bebidas que no aportan nutrientes a nuestro cuerpo. Sin embargo nuestro producto no compite por precio si no por la calidad y primacías que brinda a la salud ya que podemos analizar que una gaseosa o bebida artificial es mucho más económica que PULPA BATIDOS.

La oferta que maneja principalmente PULPA BATIDOS serán 3 productos donde se realizó un estudio previo en los encuestados analizando su perfil y así mismo el mercado potencial que se va a dirigir PULPA BATIDOS. Al analizar la competencia que se debe enfrentar en el futuro PULPA BATIDOS cuando el proyecto esté operando entre mayor sea el conocimiento que se obtenga sobre los competidores, mejores elementos de juicio se tendrán para diseñar las

estrategias de comercialización que aumente las posibilidades de éxito para dichos productos en el mercado.

2.2.4. Análisis de la muestra.

2.2.4.1. Ficha técnica de la encuesta.

1. Solicitado por: PULPA BATIDOS.
2. Realizado por: Paola García, Everlyn Rivera.
3. Unidad de muestreo: Las encuestas se realizaron a estudiantes, profesionales, y deportistas, en distintos puntos de Fusagasugá, como la universidad de Cundinamarca y sus alrededores; entre hombres y mujeres de estrato 3,4 y 5 entre un rango de edad de 15 a 37 años en adelante.
4. Fecha: 23 de febrero del 2016.
5. Técnica de recolección de datos: Observando a personas deportistas, personas vanidosas, personas creativas, y de mente abierta nos enfocamos en este perfil del posible consumidor.
6. Tamaño de la muestra: 61.975 habitantes en Fusagasugá / 50 personas encuestadas
7. Objetivo de la encuesta: Realizar una encuesta de hábitos saludables en una parte de la población de Fusagasugá para determinar las preferencias del consumidor en un análisis del mercado.
8. Numero de preguntas formuladas: Se realizaron 6 preguntas abiertas
9. Calculo de la muestra:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

$$n = \frac{61.975 * 0,5^2 * 1,15^2}{0,08^2(61.975-1) + 0,5^2 * 1,15^2}$$

$$n = 52$$

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población 61.975 habitantes de Fusagasugá.

σ = Desviación estándar de la población, valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza 75% equivale a 1,15.

e = Límite aceptable de error muestral de 0.8.

2.2.4.2. Tipo de encuesta.

Se realizó una encuesta de respuesta abierta para determinar el potencial de mercado y las preferencias del posible cliente o consumidor, donde se tuvo en cuenta el mercado compuesto por 50 personas, 24 hombres y 26 mujeres, de distintas edades entre 15 y 25 años 29 personas, entre 26 y 36 años 16 personas de 37 años en adelante 5 personas. También se tuvo en cuenta la ocupación donde encuestamos 30 estudiantes, 8 docentes, 7 independientes otros 5, y el Estado civil: soltero: 34 casado: 11 divorciado: 5, y un número de 6 preguntas abiertas.

2.2.4.3. Diseño de la encuesta.

ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES
UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre: _____

Edad: _____

Ocupacion: _____

Estado civil: _____

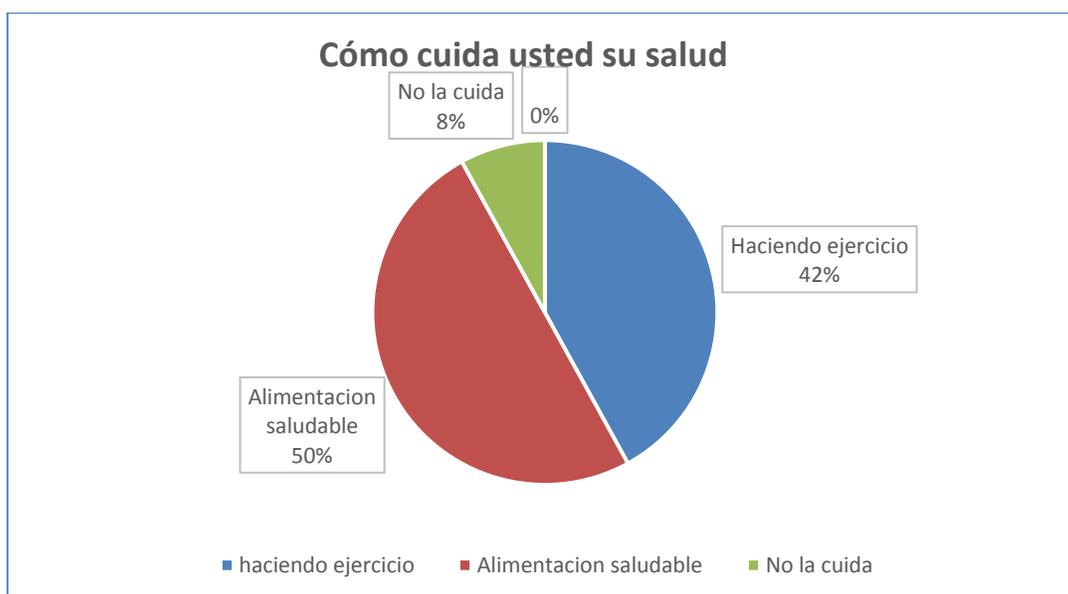
1. ¿Cómo cuida usted su salud?
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
3. ¿con qué frecuencia hace deporte?
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.

2.2.4.3. Resultados obtenidos en la encuesta.

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Haciendo ejercicio	Alimentación saludable	No la cuida
21	25	4

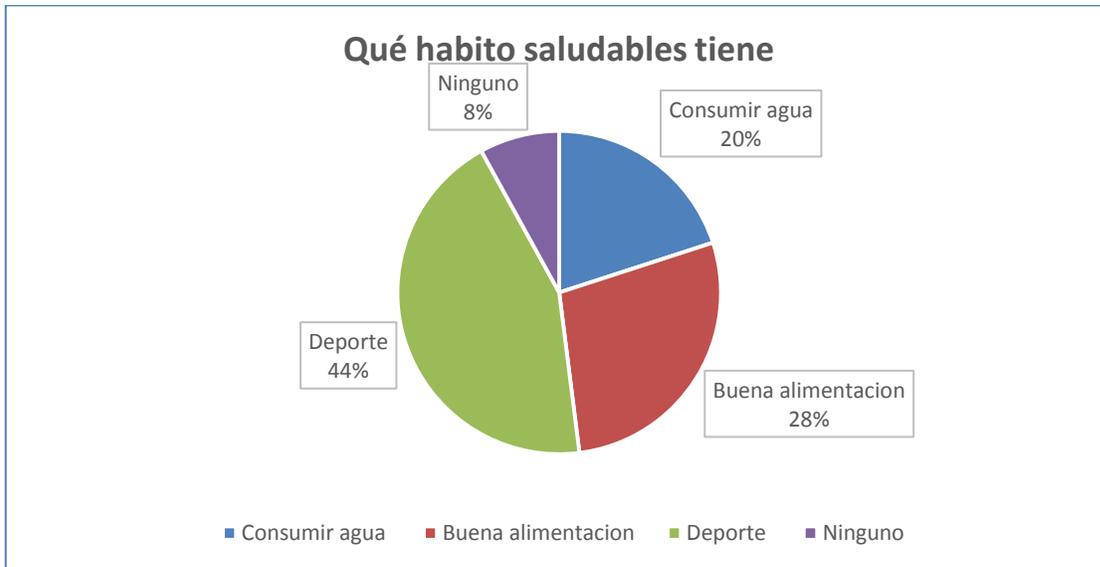


Grafica N.1.

En la encuesta realizada a 50 personas podemos analizar que 21 personas cuidan su salud haciendo ejercicio y equivale a un porcentaje de 42%, 25 personas con una buena alimentación con un porcentaje del 50% y 4 personas no cuidan su salud con un porcentaje del 8% para un total del 100%.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Consumir agua	Buena alimentación	Deporte	Ninguno
10	14	22	4

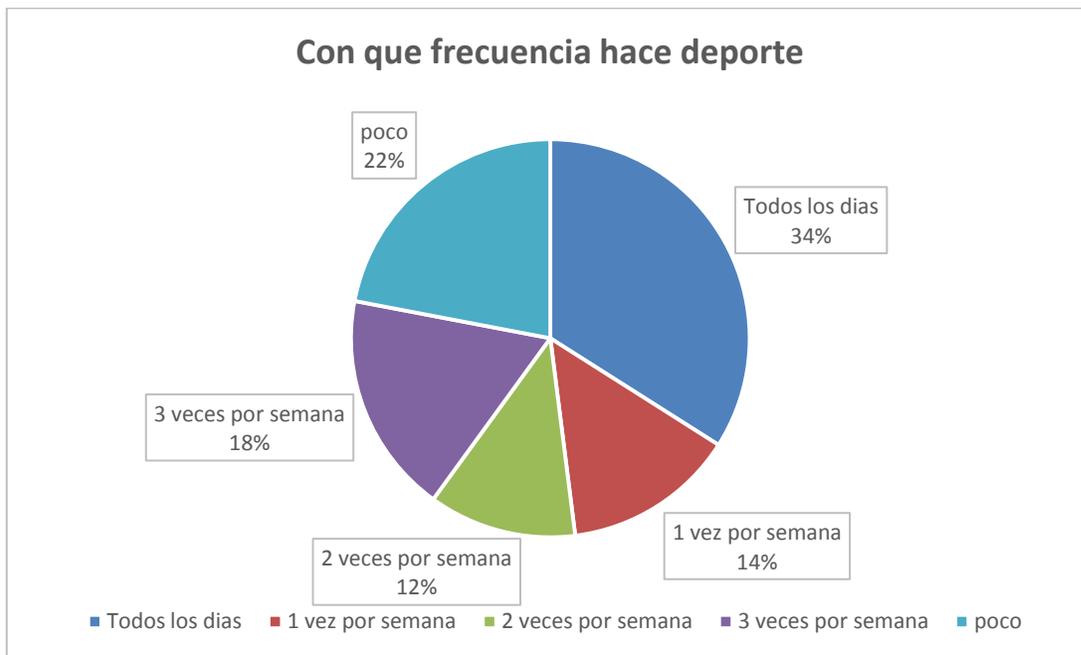


Gráfica N.2.

En los hábitos saludables se encontró que 10 personas consumen agua con un porcentaje del 20%, 14 personas tienen buena alimentación con un porcentaje del 28%, 22 personas hacen ejercicio con un porcentaje del 44% y 4 personas no tienen ningún hábito saludable con un porcentaje del 8% para un total del 100%

3. ¿Con que frecuencia hace deporte?

Todos los días	1 vez por semana	2 veces por semana	3 veces por semana	Poco
17	7	6	9	11

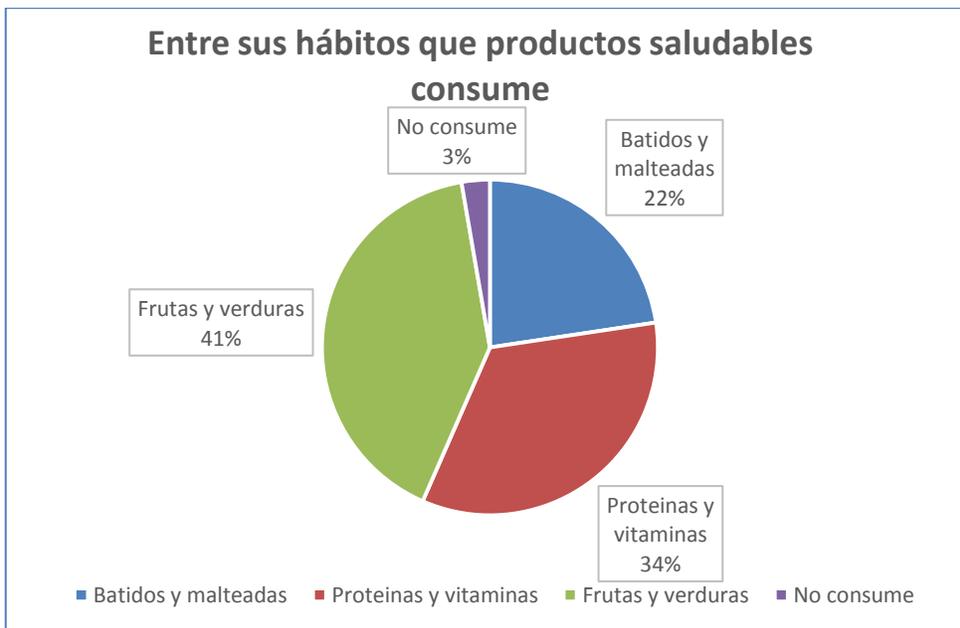


Grafica N.3.

En cuanto a con qué frecuencia las personas hacen deportes encontramos el mayor puntaje con un 34% de 17 personas que hacen deporte todos los días, luego un 22% de 11 personas que poco hacen ejercicio, seguido de un 18% de 9 personas q hacen deporte 3 veces por semana, luego con un 14% de 7 personas que hacen deporte 1 vez por semana, y con un 12% de 6 personas que hacen deporte 2 veces por semana para un total del 100%.

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Batidos y malteadas	Proteínas y vitaminas	Frutas y verduras	No consume
10	15	18	7

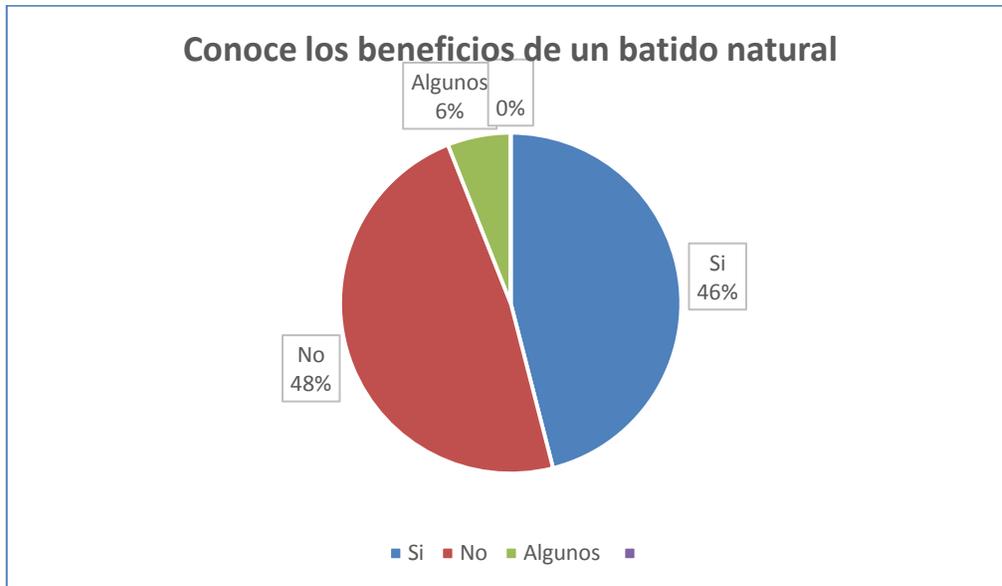


Grafica N.4.

Para saber los productos saludables que las personas consumen encontramos un 41% de 18 personas que consumen frutas y verduras, un 34% de 15 personas que consumen proteínas y vitaminas, un 22% de 10 personas que consumen batidos y malteadas y un 3% de 7 personas que no consumen nada saludable de un 100%.

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

Si	No	Algunos
23	24	3

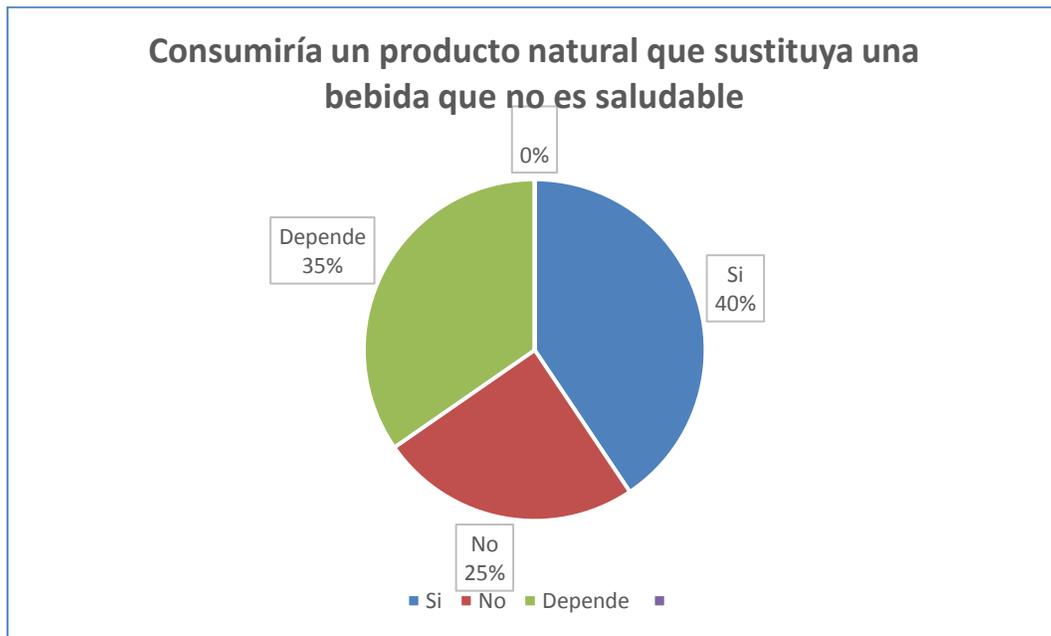


Grafica N.5.

En cuanto a si la gente conoce o no conoce los beneficios de un batido natural tenemos que un 48% de 24 personas no conocen los beneficios de un batido natural, un 46% de 23 personas si conocen los beneficios de un batido natural y un 6% de 3 personas que conocen los beneficios de algunos batidos para un total del 100%.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si	No	Depende
38	5	7



Grafica N.6.

También observamos en la encuesta realizada a las 50 personas encuestadas que un 40% de 38 personas que si consumirían un batido natural, un 35% de 7 personas que dependen del batido lo consumirían y un 25% de 5 personas no consumirían un batido natural para un total del 100%.

2.2.5. Mercado potencial.

Como primera medida, debe tenerse en cuenta que el segmento potencial que se busca satisfacer PULPA BATIDOS reside en la ciudad de Fusagasugá, o bien se encuentra en la ciudad por unos días o semanas por cuestiones de trabajo u ocio, se tiene un estimado de proyección de ventas de 50 batidos diarios, 1500 batidos mensuales para un total de 18.000 batidos vendidos en el año 1.

Las características de la “segmentación psicográficas”²⁵ que presenta el mercado potencial.

- ♣ Profesionales: Son personas de altos ingresos, que cuentan con largas y agotadoras jornadas de trabajo, están acostumbrados a saborear alimentos exquisitos y saludables y están dispuestas tomar un PULPA BATIDOS.

- ♣ Deportistas: Son personas que más allá de conservar su figura, buscan estar saludables y disfrutan el deporte. Suelen practicar uno o varios deportes de forma continua, ya sea profesionalmente o como hobbies, o suelen asistir al gimnasio de 3 a 4 veces por semana.

- ♣ Personas vanidosas: Son aquellas personas que les gusta mantener su cuerpo de una manera armoniosa, bien sea para sentirse bien consigo mismo o porque su trabajo lo exige.

- ♣ Personas que cuidan su salud: Son aquellas personas que son conscientes del cuidado que deben tener con su cuerpo para que este se encuentre saludable y no presente problemas ni a corto ni a largo plazo. También se encuentran aquí personas que por razones médicas tienen restringido el consumo de azúcares y grasas y también personas vegetarianas.

- ♣ Personas creativas y de mente abierta: Son personas a las cuales les gusta explorar nuevas posibilidades, les gusta probar nuevos sabores y combinaciones y les gusta tomar riesgos.²⁶

2.2.6. Nicho de mercado.

Según Philip Kotler, “un nicho de mercado es un grupo más reducido de personas, empresas u organizaciones, con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y con capacidad económica para realizar la compra o

²⁵ Título del artículo: marketing y consumo, <http://marketingyconsumo.com/segmentacion-psicografica.html>, tomado el 11-11-2015.

²⁶ Título del artículo: Empresa Bamboo, <http://docplayer.es/10706449-Plan-de-empresa-bamboo-andrea-benavides-hernandez-trabajo-de-grado-centro-de-estudios-empresariales-para-la-perdurabilidad.html>

adquisición; a diferencia del segmento de mercado que se identifica por grupos de mayor tamaño y de fácil identificación.”²⁷

El consumo de una nutrición saludable ya no pasa sólo por cuestiones estéticas o de estatus, claramente la tendencia muestra a consumidores más responsables, informados y en busca de productos que contribuyan a una calidad de vida más sana. Bajo este estudio de factibilidad de la creación de PULPA BATIDOS podemos observar una serie de nichos a explotar y que pronostican ser auspiciosos²⁸; comidas vegetarianas, productos naturales o bebidas bajas en calorías, los centros de entrenamiento, donde han cambiado su metodología a la hora de realizar algún deporte, así mismo enseñando que el 70% para que mantengan un cuerpo saludable se debe a una alimentación balanceada y el otro 30% se cumple realizando algún tipo de actividad física, donde justamente asoma una oportunidad estratégica para el desarrollo de un mercado que aún en nuestra región es inmaduro a comparación de otras ciudades donde PULPA BATIDOS buscara satisfacer las necesidades de estas personas.

2.2.7. Perfil del cliente.

La creciente demanda de consumo de batidos saludables ha cobrado fuerza en la mayor parte de Latinoamérica. En países como México, Chile, Brasil y Colombia la preferencia por estos batidos, ricos en ingredientes naturales y que ofrecen beneficios para la salud, como un mejor balance vitamínico, impulsa una nueva dinámica del mercado alimenticio.²⁹

Un estudio realizado por la consultora Nielsen Home Scan reveló la alta frecuencia de compra por parte de los colombianos en materia de bebidas saludables. La tendencia indica que cada siete días un consumidor colombiano adquiere un batido funcional, como también se conocen estas bebidas; tiempo que contrasta con los 40 días que tarda en buscar un alimento saludable.³⁰

De hecho, Colombia es el primer país de la región en consumir con mayor frecuencia bebidas funcionales, seguido por Chile, Brasil, México y Puerto Rico.³¹

²⁷ Título del artículo: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/nicho-mercado-que-es.htm>.

²⁸ Título del artículo: Significado de auspiciosos: buen augurio, esperanzador, favorable, halagüeño, lisonjero, prometedor, promisorio, propicio

²⁹ Título del artículo: Crece consumo de bebidas en Colombia, <http://www.radiosantafe.com/2014/07/31/crece-consumo-de-bebidas-saludables-en-colombia/>, tomado el 10-11-2015.

³⁰ Título del artículo: Crece consumo de bebidas saludables en Colombia <http://www.radiosantafe.com/2014/07/31/crece-consumo-de-bebidas-saludables-en-colombia/>, tomado el 15-12-2015.

³¹ Título del Artículo: Consumo de saludables se sigue afianzando en las compras de los consumidores latinoamericanos, <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2014/saludables.html>, tomado el 15-12-2015.

Este panorama se ha visto influenciado por el cambio del perfil del consumidor, motivado según la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi) por la variedad que queremos ofrecer en PULPA BATIDOS donde los clientes pueden encontrar un producto 100% saludable.

El boom local de las bebidas con beneficios para la salud no solo se ha visto influenciado por deportistas de alto rendimiento. No importa la edad ya todo el mundo está consumiendo bebidas con una alto poder nutricional, preocupados por llevar un estilo de vida activo, que sea convertido en un buen mercado. Especialistas de la Fundación Colombiana de Obesidad (Funcobes)³² recomiendan que uno de los primeros pasos para tener hábitos saludables sea el consumo diario de cinco porciones entre frutas y verduras. Así mismo, la Asociación de Jugos y Smoothies (batidos) de Estados Unidos define a estas bebidas como alimentos ligeros que puede tomarse antes de la cena y que junto con suplementos vitamínicos pueden ayudar a controlar el peso.³³

2.2.8. Productos sustitutos y/o complementarios.

Los productos sustitutos que podemos encontrar en la ciudad de Fusagasugá son los jugos naturales a base de una sola fruta, las bebidas como gaseosas, jugos en cajas, ensaladas de frutas etc.

2.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

A continuación se presentara un cuadro en el que contiene los principales competidores, el posicionamiento del producto y su precio.

Se determinaron 3 competidores potenciales en la ciudad de Fusagasugá en el mercado puesto que el mercado está dirigido a personas de todo tipo.

Ítems	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Nombre y Ubicación	Star Truck.(Carro Móvil) Frente al éxito	Frutales de Fusa	Hamburguesas & Smoothies
Horario	7:00 pm – 12:00 pm	9:00 am – 7:00 pm	4:00 pm – 10:00 pm
Productos	Hamburguesas, sándwich, Smoothies	Ensaladas de frutas, jugos naturales, batidos.	Hamburguesas, burros, quesadillas y Smoothies
Precios	Smoothies \$3.000	Batidos \$4.500	Smoothies \$5.000

³² Título del Artículo: fundación colombiana de obesidad <http://www.funcobes.org/> Tomado el 15-12-2015.

³³ Autores: Pilar Ballester y Katherine Hernández. Título del Artículo: Smoothies una idea jugosa. <https://sites.google.com/site/colombiansmoothies/noticias> Tomado el 15-12-2015.

Servicios adicionales	Domicilio	Domicilio	Wifi, domicilio.
Estrategias comerciales	Manejan los smoothies en combos juntos a hamburguesas	No maneja ninguna estrategia comercial	Venden los smoothies en combo para que salga más económico
Promociones	No realizan promociones.	No realizan promociones.	No realizan promociones.
Publicidad	Volantes	No entregan ninguna publicidad	Entregaron publicidad a la apertura del local
Infraestructura	Carro móvil, no cuenta con sillas la gente se sienta en las gradas de la calle.	Está muy bien ubicado en una esquina en el centro de Fusagasugá cuenta con sillas y mesas para las personas.	Es un local amplio, donde cuenta con mesas y sillas para las personas, está ubicado en una zona transitada.

Cuadro N.4. Competencia.

Fuente elaboración propia con información recolectada de visita a la competencia. Autoras, Paola García, Everlyn Rivera.

2.3.1. Análisis FODA de la competencia.

	Fortalezas	Debilidades
Competidor 1	No paga arriendo de ningún local.	Solo abre en las noches para el público y no cuenta con sillas para que la gente se siente.
Competidor 2	Está ubicado en el centro de Fusagasugá	Por su ubicación, el local cuenta con bastante polvo y contaminación.
Competidor 3	Cuenta con una gran variedad de smoothies y otros productos.	No realizan publicidad por lo tanto pocas personas conocen del sitio
	Oportunidades	Amenazas
Competidor 1	Se puede posesionar	Por su ubicación tiene

	rápidamente el negocio ya que es moderno	alta demanda de competencia.
Competidor 2	En el sector donde se encuentra no tiene competencia directa	Puede copiar el producto y sacarle buen provecho a la ubicación central donde se encuentran.
Competidor 3	Su infraestructura es amplia y cuenta con ventilación y luz natural.	Pueden desarrollar estrategias para que le conozcan los productos y lo mismo estrategias de promoción lo que significa que será un alto competidor.

Cuadro N.5. Competidores

Fuente elaboración propia con información recolectada de visita a la competencia. Autoras, Everlyn Rivera –Paola García.

Realizando el perfil de competencia se obtuvo que el competidor más fuerte es Hamburguesas y Smoothies, seguido de los Frutales de Fusa, y por último Star Truck.

Los aspectos evaluados fueron:

- ♣ Calidad
- ♣ Precio
- ♣ Presentación
- ♣ Servicio
- ♣ Ambientación del local
- ♣ Variedad de productos
- ♣ Ubicación

2.4. ESTRATEGIAS DE MERCADO

2.4.1. Concepto del producto.

PULPA BATIDOS, son batidos de frutas 100% natural. “Tienen una consistencia densa y una base de zumo de naranja, puede ser la combinación de dos o varias frutas, o hacerlo de una única fruta si el consumidor lo desea. Por su composición, es un alimento fresco, proteico y nutritivo, benéfico para las funciones vitales del cuerpo. Aparte de esto, es un alimento de muy buen sabor, el cual va presentado

de una manera muy agradable a la vista. Su precio es asequible y será disfrutado en un ambiente agradable, relajado y natural.”³⁴

Los principales objetivos del producto, tienen mucha relación con las necesidades de los habitantes de Fusagasugá, quienes se verán beneficiados por las propiedades de cada PULPA BATIDO.

Se ha definido un portafolio de productos que brinda dichos beneficios y que al mismo tiempo deleitan los sentidos de los ciudadanos.

Las tres líneas de producto que empezaremos a ofrecer en PULPA BATIDOS serán:

- Frescura: Fresa, mora y piña:

Este nutritivo PULPA BATIDO aparte de contener propiedades antioxidantes gracias a la fresa, de brindar energía y vitamina C, gracias al mora y a la piña respectivamente, disminuye la posibilidad de sufrir afecciones cardiacas y de mantener en buen estado la salud oral.

- Nutritivo: Banano, fresa y naranja:

Es un delicioso PULPA BATIDO compuesto de fresa, la fruta antioxidante por excelencia la cual protege al cuerpo contra el cáncer y fortalece el sistema inmune; de banano, el cual es fuente natural de energía y de zumo de naranja que brinda vitamina C necesaria para la correcta absorción de vitaminas y minerales y para prevenir enfermedades.

- Exótico: Maracuyá, piña y mango:

Es un sabroso PULPA BATIDO que además de ser fuente de energía gracias a la piña, tiene propiedades calmantes y adelgazantes debido a que está compuesto por la fruta de la pasión: Maracuyá. Igualmente exótico ayuda a eliminar líquidos y a evitar la caída del cabello gracias a que contiene mango y la piña es una fuente rica de antioxidantes y nutrientes esenciales que mejoran la salud.

PULPA BATIDOS, elabora su producto en el momento que el cliente lo solicite y es recomendable consumir al momento que el consumidor lo va a tomar para que pueda consumir todas las propiedades nutricionales de los batidos.

³⁴ Título del artículo: Recetas saludables, <http://www.vitonica.com/recetas-saludables/batido-fresco-de-fresa-y-naranja-receta-saludable>, tomado el 15-02-2016.

2.4.2. Slogan.

Un toque saludable para tu vida.

2.4.3. Logo, PULPA BATIDOS.



Imagen N.2. Logo.
Elaborado por las autoras.

2.4.4. Menú, PULPA BATIDOS.



Imagen N.3. Menú 1.
Elaborado por las autoras

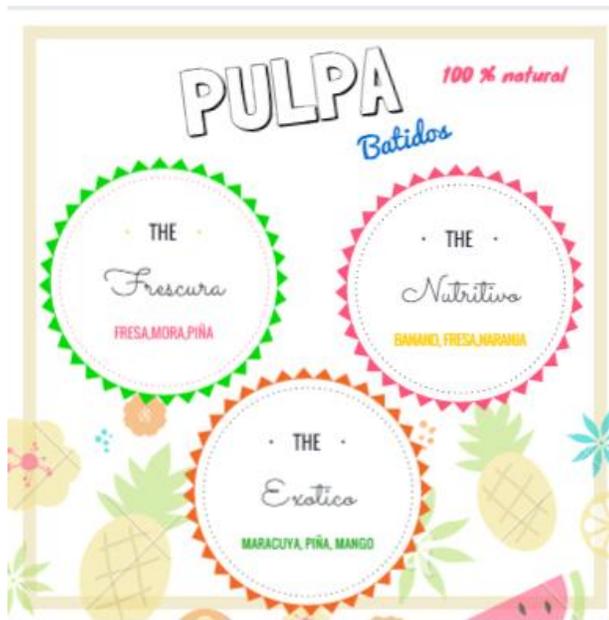


Imagen N.4. Menú 2.
Elaborado por las autoras.

2.4.5. Nosotros, PULPA BATIDOS

Un toque saludable para tu vida, es una idea de negocio nace con el objetivo de ayudar a alcanzar una alimentación saludable equilibrando desde dentro de nuestro cuerpo, a través de una oferta que proporcionan energía, salud y nos ayuda a mejorar nuestra belleza exterior e interior.

2.4.6. Misión.

PULPA BATIDOS brinda bebidas saludables 100% naturales para toda la familia preocupándose por la salud de cada uno de ellos.

Para lo anterior contamos con productos de calidad y personal calificado en la elaboración de los más deliciosos PULPA BATIDOS.

2.4.7. Visión.

PULPA BATIDOS pretende ser la empresa líder en la preparación de los mejores batidos naturales del mercado en la región de Sumapaz, utilizando los mejores productos y brindando el mejor servicio para complacer a todos nuestros clientes.

2.4.8. Valores corporativos PULPA BATIDOS.

- ✓ Respeto: Darle un buen trato y valorar a las personas que trabajen con nosotros y también a los clientes.
- ✓ Compromiso: Ser permanentes con nuestra labores, para tener el nivel de responsabilidad con lo que realicemos.
- ✓ Honestidad: Mostrar la transformación la transparencia con los clientes, y colaboradores con trato justo y profesionalismo.

Los firmes compromisos de los profesionales que forman esta empresa son:

- ✓ Establecer una estrecha colaboración con nuestros clientes y fabricantes.
- ✓ Forjar prácticas éticas de colaboración y comercio.
- ✓ Incorporación de nuevos productos y tendencias.
- ✓ Atender la actual demanda del mercado.
- ✓ Promoción y posicionamiento de nuevos productos.
- ✓ Formación y asesoramiento continuo de una alimentación saludable.
- ✓ Comprometidos con el medio ambiente.

2.5. EMPAQUE

PULPA BATIDOS ofrece sus producto en un vaso de 12 onzas, el recipiente que se les va a dar a los consumidores es un vaso de plástico resistente de polietileno tereftalato que son ideales para los batidos por lo consiguiente presenta, protege y vende lo que contiene.



Características del envase.

- ✓ Resistencia para garantizar la protección del producto.
- ✓ Capacidad de proteger el producto que contiene.
- ✓ Debe ser compatible con el tipo de producto que se va a envasar ya que se debe mostrar lo que el cliente está consumiendo.
- ✓ Debe estar diseñado para llamar la atención del cliente.

Imagen N.5. Tomada de internet.

2.6. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

El negocio comercializará sus PULPA BATIDOS naturales en el establecimiento propio que inicialmente estará puesto en la ciudad de Fusagasugá. Allí se elaborará, sin embargo se ofrecerá un servicio más adelante para llevar a domicilio.

Por otro lado, la distribución se dará por medio de una venta directa, en la cual el cliente se acerca al establecimiento y ahí escoge y paga el producto, teniendo la opción de consumirlo ahí mismo, o de llevarlo para consumirlo en algún otro lado. La ventaja de este tipo de distribución es que se tiene constantemente un contacto con el cliente lo que permite escuchar sus sugerencias y estar continuamente mejorando para satisfacerlo de una mejor manera.

2.7. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Para determinar el precio de los productos, se tienen en cuenta 2 aspectos importantes: los costos variables y los precios de la competencia en la ciudad de Fusagasugá.³⁵

Frescura 12 onzas: \$4.500
Nutritivo 12 onzas: \$4.500
Exótico 12 onzas: \$4.500



Imagen N.6. Tomada de internet.

Como ya se vio en el análisis de la competencia, los precios de los batidos de 12 onzas se encuentran entre \$4.000 y \$5.000.

Algunas estrategias que podemos diseñar para PULPA BATIDOS para el precio de lanzamiento y luego mantenerlo son:

- Lanzar al mercado un nuevo producto que en este caso es PULPA BATIDOS con un precio bajo con el fin de lograr una rápida penetración, una rápida acogida o hacerlo rápidamente conocido.
- Reducir los precios con el fin de atraer un mayor público o incentivar las ventas.
- Ofrecer descuentos por volumen o por temporada.

2.8. ESTRATEGIA DE PROMOCION

La estrategia que se diseñó de promoción para PULPA BATIDOS en la ciudad de Fusagasugá con el fin que los consumidores conozcan el producto, sus valores nutritivos y lo saludable que es para la vida, hará lo siguiente:

- Durante los primeros 6 meses se emplearan promociones de impulso para los consumidores para que ellos mismo se encarguen de darnos a conocer con otras personas.
- Se proporcionarán degustaciones y muestras gratis de PULPA BATIDOS en puntos estratégicos como centros deportivos, colegios, supermercados y

³⁵ Los precios se pueden modificar dependiendo el lugar de compra y la inflación del momento.

centros comerciales y afuera de nuestro local ya que contamos con un mayor flujo de personas.

- Se realizara convenios con centros deportivos para distribuir los productos por medio de bonos descuento.
- Concursos en las redes sociales para adquirir un PULPA BATIDO para ti y tus amigos, subiendo la foto de tu batido y el que tenga más “likes” será el ganador.
- Bonos 2x1, esta promoción se realizara una vez por semana donde el consumidor puede comprar cualquier batido y reclamar totalmente otro en una hora estratégica del día.
- Se buscar tener un espacio de publicación de bonos en ciertos medios masivos como volantes y revistas especializadas.
- Todos los 5 primeros días de cada mes se entregaran a los clientes un bono junto con su compra realizada para ser redimida en la próxima compra.
- En el sitio Web de PULPA BATIDOS se publicaran bonos los 15 días de cada mes que podrán ser impresos y redimidos por los clientes.

Dichas promociones de venta se realizarán cada mes y dependiendo del propósito de dicha promoción es decir, promover un nuevo producto, atraer nuevos clientes o simplemente mejorar las ventas ciertas épocas, dichas promociones podrán ser redimidas en los días y en las horas que PULPA BATIDOS defina.

Se estima que estas estrategias de promoción tendrán como inversión mensual \$250.000 pesos colombianos, es decir \$3.000.000 anuales ya que se estima realizar una vez al mes estas estrategias.

2.9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Se realizara una estrategia de comunicación en PULPA BATIDOS que contenga una comunicación integrada de marketing basada en las relaciones públicas y en ventas promocionales.

- Se realizara una base de datos con cada uno de los clientes cuyo fin es el desarrollo de buenas relaciones públicas y a la misma vez, hacer seguimiento de las compras por parte del cliente.

- Periódicamente se enviaran “brochures” para los clientes nuevos y antiguos por medio de una página de Internet, con el fin de que conozcan los nuevos productos que se lancen al mercado y sus respectivas promociones de venta.

- La página de Internet operara como un sitio para realizar pedidos a través de la Web. Por este mismo medio, se enviaran correos a clientes cíclicamente para seguir en contacto con ellos y conocer las necesidades de los clientes.

- Se empleara una estrategia de BTL ³⁶ basada en stands en eventos y ferias para promover e impulsar el producto con el fin de crear una recordación de marca entre los clientes. Aproximadamente la estrategia de comunicación nos va a estimar un valor de \$300.000 que es el valor del diseño de la página web.

2.10. ESTRATEGIA DE SERVICIO

Nuestro personal será altamente capacitado para atender a los clientes para que ellos se sientan conformes al momento de escoger y tomar nuestros productos, enterándose de los múltiples beneficios que trae consumir una buena alimentación. También se va a diseñar un protocolo de atención al cliente por teléfono, correo y redes sociales. El valor estimado para esta estrategia son cursos en el Sena sobre manipulación de alimentos y las ventajas de una buena alimentación que son gratis y se toman por el portal del Sena.

2.11. PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO

Para cumplir nuestras estrategias en la mezcla de mercado, en PULPA BATIDOS hemos diseñado este presupuesto que está sujeto a cambios.

Estrategias de marketing	Valor asignado anual
Diseños publicitarios	\$660.000
Degustaciones	\$100.000
Marketing digital(diseño página web)	\$300.000
Volantes	\$100.000
Total presupuesto de Mezcla de Mercado.	\$1.160.000

Cuadro N.6. Elaborado por las autoras
Ver anexo 2. Cotizaciones publicidad.

³⁶ Título del artículo:Cuál es tu estrategia, <https://autentica.wordpress.com/2008/07/02/btl-y-atl-%C2%BFcual-es-tu-estrategia/>acrónimo de Below The Line (debajo de la línea) y consiste en emplear formas de comunicación no masivas dirigidas a un segmento específico.

2.12. ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO

Para la compra de materia prima se tendrá en cuenta 3 proveedores en la ciudad de Fusagasugá.

Producto	Materia Prima	Proveedor	Unidad Medida	Disponibilidad
PULPA BATIDO FRESCURA	Fresa Mora Piña	La cosecha (Plaza principal de mercado Fusagasugá) puesto 87. Celular: 3125492737	Libras	Martes y jueves(día de mercado)
PULPA BATIDO NUTRITIVO	Banano Fresa Zumo de Naranja	Tropifrutas, Plaza principal de mercado Fusagasugá) puesto 184 Celular: 3107812489	Libras	Viernes, sábado y domingo
PULPA BATIDO EXOTICO	Maracuyá Piña Mango	La plaza campesina. Av Palmas #5- 12. Celular: 3138489260	Libras	Miércoles y sábado

Cuadro N.7 elaborado por las autoras
Ver anexo 3, Cotizaciones materias primas e insumos.

MODULO 3: TECNICO

3. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Se realizó una ficha técnica, en la cual se brinda información acerca de: descripción y beneficios, materias primas, cantidad de materias primas e insumos, proveedor y presentación, de cada uno de los productos de **PULPA BATIDOS** y sus nutrientes.

BATIDO FRESCURA		
Batido frescura (batido de fruta natural) compuesto de fresa congelada, mora y piña. Tiene una consistencia densa, es fresco y natural. Al ser a base de fruta aporta las proteínas y nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del cuerpo.		
Materias primas e insumos:		
<ul style="list-style-type: none"> • Fresa • Mora • Piña • Hielo • Pitillo • Vaso 		
Dimensión vaso	12onz	Proveedor
Fresa	70 gramos aproximadamente	Tropi-frutas! Siempre en cosecha!
Mora	60 gramos aproximadamente	
Piña	70 gramos aproximadamente	
Pitillo	1	Desechables & plásticos Distribuidor mayorista.
Vaso	1	
Hielo	40 gramos	

Cuadro N.8. Elaborado por las autoras, guiada por información, plan de empresa Bamboo, Andrea Benavides.

BATIDO NUTRITIVO		
Batido nutritivo (batido de fruta natural) compuesto de banano, fresa congelada, y naranja. Tiene una consistencia densa, es fresco y natural. Al ser a base de fruta aporta las proteínas y nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del cuerpo.		
Materias primas e insumos:		
<ul style="list-style-type: none"> • Fresa • Banano 		

<ul style="list-style-type: none"> • Naranja • Hielo • Pitillo • Vaso 		
Dimensión vaso	12onz	Proveedor
Fresa	70 gramos aproximadamente	Tropi-frutas! Siempre en cosecha!.
Banano	60 gramos aproximadamente	
Naranja	50 gramos aproximadamente	
Pitillo	1	Desechables & plásticos Distribuidor mayorista.
Vaso	1	
Hielo	40 gramos	

Cuadro N.9. Elaborado por las autoras, guiada por información, plan de empresa Bamboo, Andrea Benavides.

BATIDO EXOTICO		
Batido exótico (batido de fruta natural) compuesto de maracuyá, piña y mango. Tiene una consistencia densa, es fresco y natural. Al ser a base de fruta aporta las proteínas y nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del cuerpo.		
Materias primas e insumos:		
<ul style="list-style-type: none"> • Maracuyá • Piña • Mango • Hielo • Pitillo • Vaso 		
Dimensión vaso	12onz	Proveedor
Maracuyá	50 gramos aproximadamente	Tropi-frutas! Siempre en cosecha.
Piña	70 gramos aproximadamente	
Mango	50 gramos aproximadamente	
Pitillo		Desechables & plásticos Distribuidor mayorista.
Vaso		
Hielo	40 gramos	

Cuadro N.10. Elaborado por las autoras, guiada por información, plan de empresa Bamboo, Andrea Benavides.

Base	Hielo	Azúcar
12onz	40 gramos aproximadamente	5 gramos aproximada

3.1. NUTRIENTES DE LAS FRUTAS

Propiedades nutricionales del zumo de naranja.

Entre las propiedades nutricionales del zumo de naranja cabe destacar que tiene los siguientes nutrientes: 0,15 mg. de hierro, 0,69 g. de proteínas, 10,78 mg. de calcio, 0,70 g. de fibra, 143 mg. de potasio, 1 mg. de yodo, 0,11 mg. de zinc, 9,40 g. de carbohidratos, 10,89 mg. de magnesio, 2,58 ug. de vitamina A, 0,07 mg. de vitamina B1, 0,02 mg. de vitamina B2, 0,27 mg. de vitamina B3, 0,23 ug. de vitamina B5, 0,05 mg. de vitamina B6, 1 ug. de vitamina B7, 18,63 ug. de vitamina B9, 0 ug. de vitamina B12, 39 mg. de vitamina C, 0 ug. de vitamina D, 0,25 mg. de vitamina E, 0,10 ug. de vitamina K, 15 mg. de fósforo, 43,56 kcal. de calorías, 0 mg. de colesterol, 0,20 g. de grasa, 9,40 g. de azúcar y 0 mg. de purinas.³⁷

Nutrientes de la fresa³⁸

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido fólico	0 g.	Fosfocolina	5,70 mg.
Grasas saturadas	0,03 g.	Grasas monoinsaturadas	0,06 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0,24 g.
Agua	91,60 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	0,40 g.
Calorías	32,24 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	5,51 g.	Proteínas	0,81 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	21 mg.
Fibra insoluble	1,12 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0,58 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	1,68 g.	Zeaxantina	0 ug.

Cuadro N.11. Tomado de internet.

³⁷ Título del Artículo: Los alimentos <http://alimentos.org.es/zumo-naranja>, tomado el 03-02-2016.

³⁸ Título del Artículo: Los alimentos <http://alimentos.org.es/nutrientes-fresa>, tomado el 03-02-2016.

Nutrientes de la mora ³⁹

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Acidofítico	0 g.	Fosfocolina	8,60 mg.
Grasas saturadas	0,00 g.	Grasas monoinsaturadas	0,40 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0,40 g.
Agua	88,40 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	1 g.
Calorías	45 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	6,24 g.	Proteínas	1,19 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	0 mg.
Fibra insoluble	2,24 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0,96 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	3,16 g.	Zeaxantina	0 ug.

Cuadro N.12. Tomado de internet.

Nutrientes de la piña ⁴⁰

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido fítico	0 g.	Fosfocolina	5,70 mg.
Grasas saturadas	0 g.	Grasas monoinsaturadas	0,10 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0,10 g.
Agua	86,90 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	0,40 g.
Calorías	50,76 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	10,40 g.	Proteínas	0,44 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	19 mg.
Fibra insoluble	1,62 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0,28 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	1,90 g.	Zeaxantina	0 ug.

³⁹ Título del Artículo: Los alimentos, <http://alimentos.org.es/nutrientes-mora>, tomado el 03-02-2016.

⁴⁰ Título del Artículo: Los alimentos, <http://alimentos.org.es/nutrientes-pina>, tomado el 03-02-2016.

Cuadro N.13. Tomado de internet.
Nutrientes del mango⁴¹

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Acidofítico	0 g.	Fosfocolina	0 mg.
Grasas saturadas	0,10 g.	Grasas monoinsaturadas	0,18 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0,08 g.
Agua	84,40 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	0,45 g.
Calorías	61,13 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	12,80 g.	Proteínas	0,63 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	0 mg.
Fibra insoluble	1,07 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0,63 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	1,70 g.	Zeaxantina	0 ug.

Cuadro N.14. Tomado de internet.

Nutrientes de la maracuyá⁴²

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Acidofítico	0 g.	Fosfocolina	0 mg.
Grasas saturadas	0,10 g.	Grasas monoinsaturadas	0,10 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0,10 g.
Agua	86,20 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	0,40 g.
Calorías	54 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	9,54 g.	Proteínas	2,38 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	0 mg.
Fibra insoluble	0,78 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0,72 g.	Teobromina	0 mg.

⁴¹ Título del Artículo: Los alimentos, <http://alimentos.org.es/nutrientes-mango>, tomado el 03-02-2016.

⁴² Título del Artículo: Los alimentos, <http://alimentos.org.es/maracuya> , tomado el 03-02-2016.

Fibra	1,45 g.	Zeaxantina	0 ug.
--------------	---------	-------------------	-------

Cuadro N.15. Tomado de internet.

Nutrientes del banano⁴³

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Acidofítico	0,02 g.	Fosfocolina	9,70 mg.
Grasas saturadas	0,12 g.	Grasas monoinsaturadas	0,04 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0,09 g.
Agua	75,30 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	0 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	0,27 g.
Calorías	95,03 kcal.	Luteína	14,70 ug.
Carbohidratos	20,80 g.	Proteínas	1,06 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	57 mg.
Fibra insoluble	1,75 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0,85 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	2,55 g.	Zeaxantina	0 ug.

Cuadro N.16. Tomado de internet.

3.2 ESTADO DE DESARROLLO

Actualmente **PULPA BATIDOS** es una idea de negocio que nace a partir del entusiasmo de dos estudiantes de Administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca sede Fusagasugá, que a lo largo de su carrera vinieron desarrollando este proyecto y actualmente cursando decimo semestre lo escogieron como opción de grado. Con ganas de emprender su propio negocio, por medio del cual pueda satisfacer las necesidades de personas que como ellas gustan de una buena alimentación nutritiva y saludable. Es por ello que se ha planteado este plan de empresa necesario para poner en marcha dicha idea.

⁴³ Título del Artículo: Los alimentos <http://alimentos.org.es/nutrientes-platano> tomado el 03-02-2016.

3.3. ESTUDIO TÉCNICO

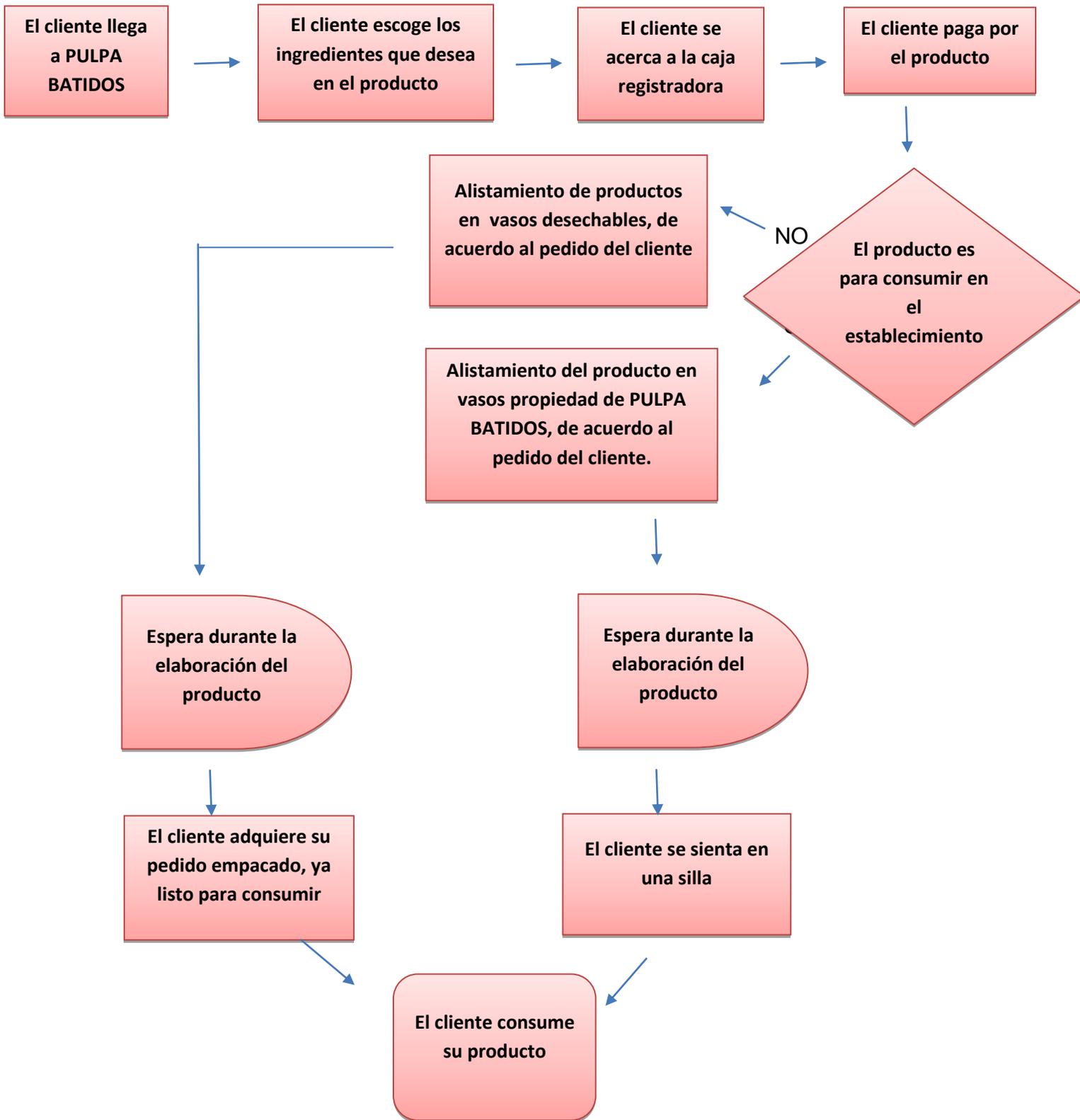
3.3.1. Definición del Producto.

Los batidos son una bebida hecha a base de ingredientes naturales; generalmente frutas, es la combinación de dos o más frutas en una bebida espesa, Se asemejan a las malteadas, en cual tienen una consistencia más gruesa que las bebidas frías o congeladas como los granizados, pero se diferencian de las malteadas, en que no son sintéticos. A continuación se indican los procesos de elaboración del batido con sus respectivos pasos y tiempo, y se toma en cuenta desde el momento en que la fruta llega al establecimiento hasta que el producto es finalizado y entregado al consumidor final.⁴⁴

3.3.2. Descripción del proceso.

La descripción del proceso comienza con la entrada del cliente al establecimiento **PULPA BATIDOS**, esto se hace dando a conocer el lugar por medio de publicidad y estrategias de mercadeo, promociones entre otros, también el cliente debe captar recordación al observar simplemente el establecimiento desde afuera, hay que tener en cuenta que en el lugar debe tener visibilidad de los productos que se ofrecen para que el cliente tenga claro y definido todo a la hora de elegir su producto que desea obtener, luego el cliente se puede acercar a la caja donde lo recibirá el colaborador para tomarle su pedido continuamente de que el cliente cancele su pedido, luego se procede a la elaboración del batido seleccionado sea batido frescura, batido nutritivo, o batido exótico; en el menor tiempo posible cumpliendo así todos los controles de calidad en el momento de su preparación por tanto el cliente tiene dos opciones ya sea que consuma el batido en el lugar o se lo lleve.

⁴⁴ Título del artículo: Jugos curativos, http://www.jugos-curativos.com/En_que_se_diferencia_el_smoothie_licuado_y_batido.html, tomado el 20-03-2016.



Elaborado por las autoras, guiada por información, plan de empresa Bamboo, Andrea Benavides

3.3.3. Proceso del producto.

3.3.3.1. Proceso de llegada materias primas.

1. Recibo: Recibo de materia prima en el establecimiento. Esto incluye frutas, lácteos y aditivos u otros ingredientes (20 min).
2. Cortado y pelado: las frutas irán peladas y cortadas previamente listas para su proceso de elaboración del batido (20 min).



Llegada:

20 minutos



pelado y cortado:

20 minutos



almacenamiento:

10 minutos

Imagen N.7. Elaborado por las autoras.

3. Almacenamiento: Almacenamiento de frutas en ambos congeladores a una temperatura de 18°C (10 min).

3.3.3.2. Elaboración del producto.

El proceso de elaboración del batido se da primero en la revisión total de calidad de las frutas que necesitamos para dicho batido seleccionado previamente por el cliente así mismo tener claro la fruta que se proporcionara en la licuadora donde se mezclaran los ingredientes y la base seleccionada en este proceso se debe tratar el menor tiempo posible se calcula que por batido terminado sean 6 minutos máximo, por último se da la entrega del batido en un vaso y con pitillo, el cliente sale del lugar o lo consume en el establecimiento.

1. Recibir el ticket del cliente que se acerca al módulo del batido (10 segundos)
2. Selección de fruta dependiendo de la elección del consumidor (40 seg).
3. Pesado de fruta e ingredientes según la elección del cliente (2 minutos).
4. Colocación de frutas e ingredientes pesados en raciones en licuadora (40 segundos).
5. Licuado de frutas e ingredientes (25 seg).
6. Servir el batido en vaso (15 segundos).
7. Decorado de vaso de 12 onz, pitillo, servilletas (1 minuto).
8. Entregado el pedido al consumidor final (10 segundos).



Imagen N.8. Elaborado por autoras.

3.4. NECESIDAD Y REQUERIMIENTOS

3.4.1. Recursos Técnicos:

1. Personal con experiencia en el manejo de frutas, con un previo curso de manipulación de alimentos, mujer cabeza de familia.
2. La fruta se empacará en una bolsa de polietileno de calibre No 4, para efectos sanitarios y por facilidad en el transporte y almacenamiento. Se Manejara una presentación de 1 libra.

3.4.2. Recursos Tecnológicos:

1. Diseño de la página web y redes sociales como Facebook, Instagram que contenga toda la información nutricional de las frutas, y tips de recomendaciones. Instagram-PULPA BATIDOS.



Imagen N.9. Elaborado por las autoras
Fuente imagen: <https://www.instagram.com/pulpabatidos/> 22-10-2015.
Facebook-PULPA BATIDOS.



Imagen N.10. Elaborado por las autoras

Fuente imagen: <https://web.facebook.com/profile.php?id=100011792570938>, 22-10-2015.

2. Se requiere de una congelación del producto para evitar algún daño en su calidad. Para ello se requiere que la pulpa se mantenga a una temperatura de (-18 ° C) en climas fríos, para clima cálido se requiere de una temperatura de (-20° C).

3.5. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS.

3.5.1. Materias primas

Frutas	Presentación	Precio	Precio libra	Proveedor
Fresa	Canastilla 16 libras	\$30.000	\$1.875	Tropi-frutas! Siempre en cosecha! Minoristas y mayoristas
Banano	Caja 19 kilogramos	\$25.000	\$675	
Naranja	Bulto 90 kilogramos	\$65.000	\$361	
Piña	Caja 11 kilogramos	\$27.000	\$1.227	
Mango	Libra	\$2.500	\$2.500	
Mora	Libra	\$2.000	\$2.000	
Maracuyá	Bolsa 10 kilogramos	\$42.000	\$2.100	
Vasos	12onz- 1000 unidades	\$58.000		
Pitillos	1000 Unidades	\$18.000		Desechables &

Servilletas	1000 Unidades	\$8.000		plásticos Distribuidor mayorista.
-------------	---------------	---------	--	---

Cuadro N.17. Elaborado por las autoras.

3.5.2. Insumos

	Presentación	Precio	Precio libra	Proveedor
Hielo	Bulto 30 kilos	\$5.000	\$83	Hielo ECO.
Azúcar	Bulto 50 kilos	\$125.000	\$1250	Azúcar Makro.

Ver anexo 3, cotizaciones materias primas e insumos.

3.6. ARRIENDO LOCAL

Ubicación.	Extensión.(m²).	Valor por m².(\$)	Valor total. (\$).
Transversal 12 No. 18 a -11 Fusagasugá, Cundinamarca	6	83.057	498.342
ARRIENDO LOCAL			498.342

Cuadro N.18. Anexo. N.4. Carta de intención arriendo.

Imagen local, PULPA BATIDOS.



Imagen N.11. Tomada por autoras.

PULPA BATIDOS, estará ubicada en la dirección Transversal 12 No. 18^a -11 Piedra grande, en una esquina donde existe fluidez de personas que transitan por esta calle principal que los lleva hacia el hospital San Rafael, universidad de Cundinamarca o el éxito y por el lado norte los lleva a la clínica Belén y al centro de la ciudad.

Distribución del local, PULPA BATIDOS.

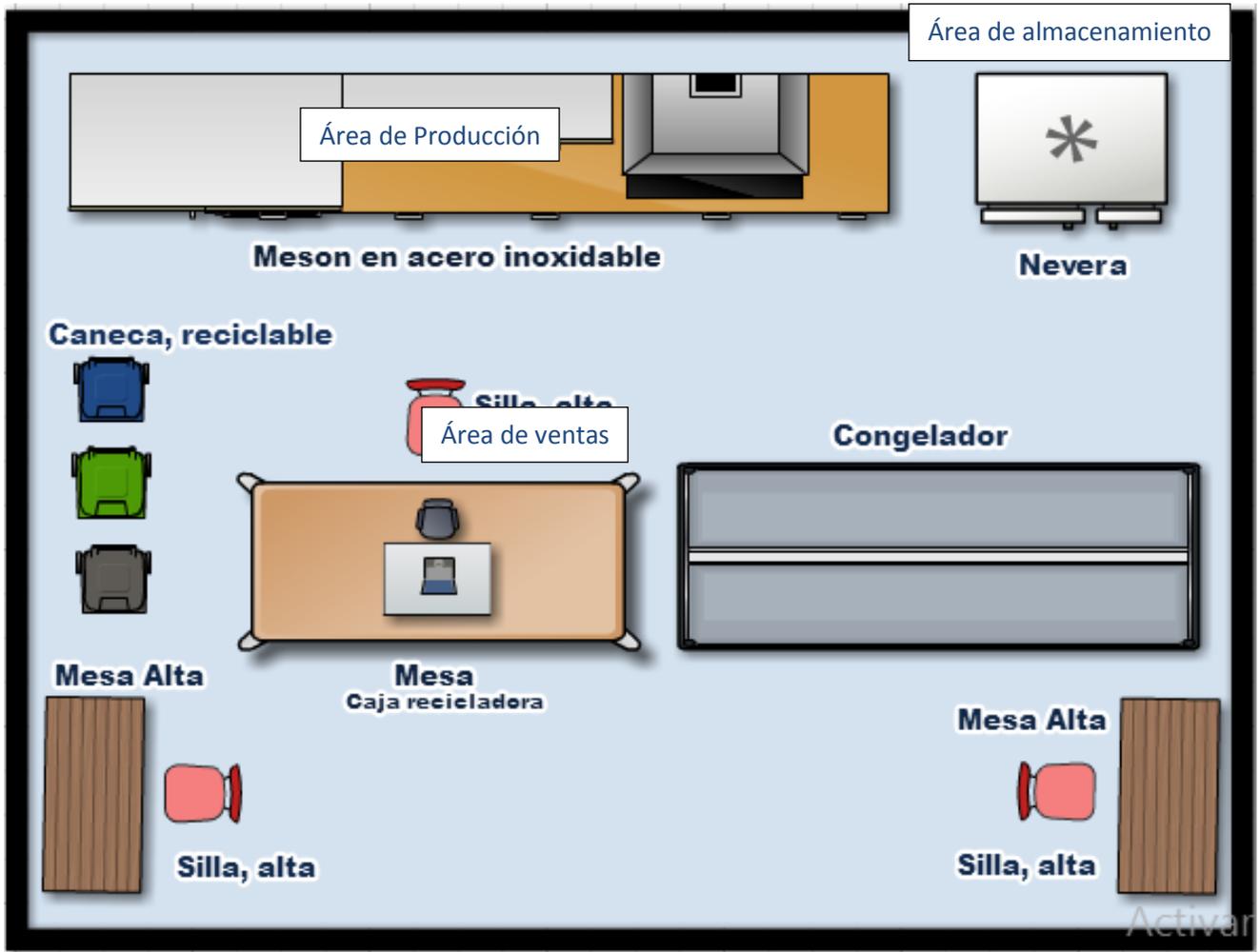


Imagen N.12. Elaborado por las autoras.

Ubicación del local, PULPA BATIDOS.

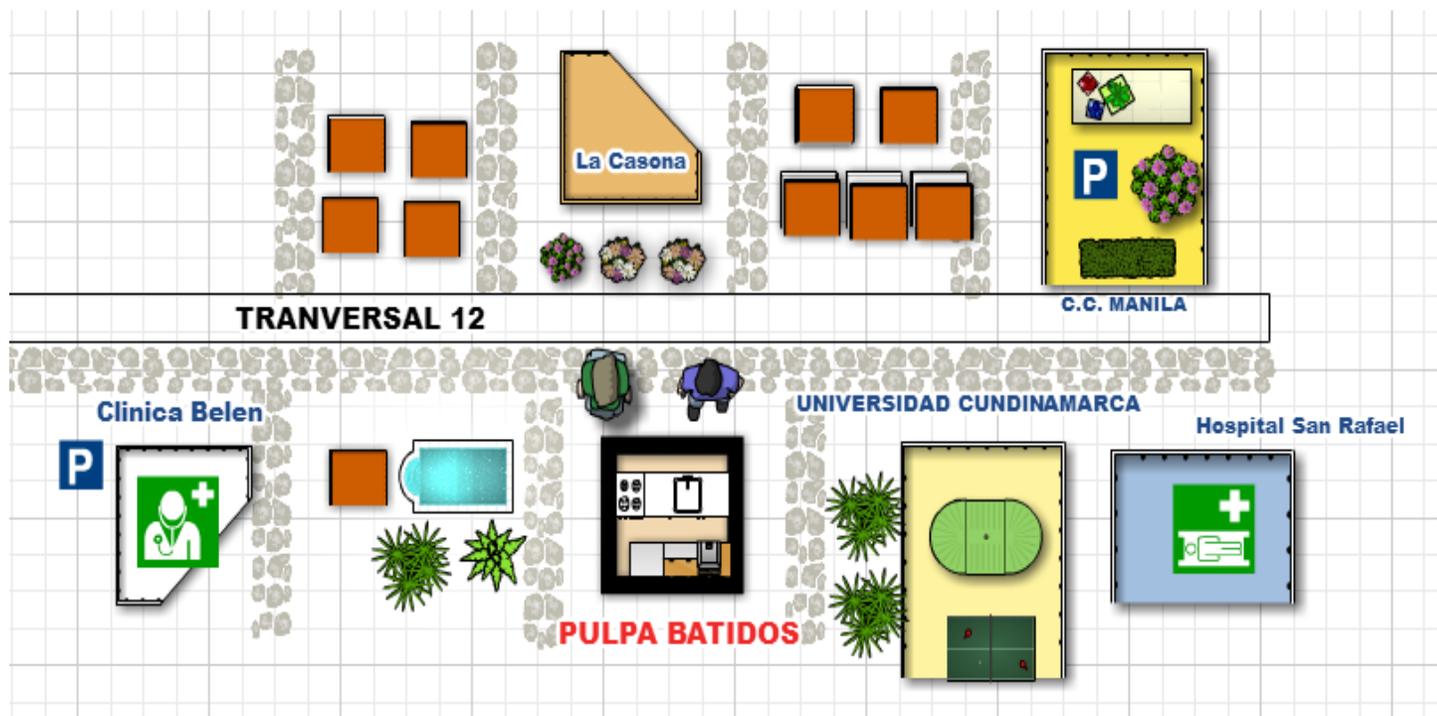


Imagen N.13. Elaborado por las autoras.

3.7. MAQUINARIA Y EQUIPOS

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Marca Técnica	Capacidad de Producción	Precio unitario	Total
Licuada industrial	2	Licuada con motor reversible Oster® negra-Homecenter	Potente motor reversible de 600 vatios. 2 en 1: licuada y procesador de alimentos. Funciones automáticas pre programadas. Jarra de vidrio refractario con capacidad para 6 tazas (1,5 L)	\$ 265,000	\$530.000
Cuchillos	3	Homecenter	Cuchillos en acero x 3 unidades base magnética	\$17.980	\$53.940
Cucharas	5	Linio - Cuchara medidora de acero inoxidable de 5pcs Set Kit de herramienta de	tamaño: diámetro 4.5cm/3.4cm/2.9cm/2.5cm/2.1cm Longitud de la manija: 9-10cm Conjunto incluida: 1/4 cucharadita	\$5.363	\$26.815

		utensilio Xmas.	(1.25 ml) 1/2 cucharadita (2,5 ml) 1 cucharadita (5 ml) 1/2 cucharada sopera (7,5 ml) 1 cucharada (15 ml).		
Recipientes	2 juegos de 4 cada uno	Linio - Recipiente Set x 4 Unidades 0.55 Litros Haixin- Transparente con Azul.	Capacidad de cada recipiente: 550Ml. Apto para microondas, refrigerador y lavavajillas. Indicador de medidas en onzas, tazas y ml.	\$ 16.900	\$33.800
Congelador	1	Homecenter. Congelador 100 Litros Puerta Elíptica Blanco Challenger	Alto: 95 cm. Frente: 52,2 cm .Profundidad: 57 cm	\$854.000.	\$854.000.
Nevera	1	Alkosto - Congelador ECOFRIAL ICC-500	Alto: 837 mm Largo: 1475 mm Fondo: 757 mm Capacidad (Litro): 500 Conservador de Congelación: - 18° C Canastillas: 5 Puertas o tapas: 2 Corredizas	\$ 903.000	\$ 903.000
Gramera	1	Homecenter - Balanza electrónica 5.5 kilos Bernar	Capacidad 5,5 kilos Características: Balanza electrónica digital, ideal para pesar alimentos con mayor exactitud en las tareas culinarias.	\$79.900	\$79.900
Canecas basura	3	Mercado libre-Colombia	Punto ecológico 53 litros 3 canecas reciclaje basura	\$50.000	\$150.000

Tablas de picar	2	Homecenter	Tabla de picar roja profesional	\$45.900	\$91.800
Botiquin	1	Extintores “el sutagao”	Carrera 5 N. 6-16 tel: 3112847570 Fusagasuga Cundinamarca	\$15.000	\$15.000
Extintor	1	Extintores “el sutagao”	Carrera 5 N. 6-16 tel: 3112847570 Fusagasuga Cundinamarca	\$30.000	\$30.000
Señalización	6	Extintores “el sutagao”	Carrera 5 N. 6-16 tel: 3112847570 Fusagasuga Cundinamarca	\$2.500	\$15.000
Filtro	1	Filtro Purificador De Agua Bioenergética, 14 Litros-linio	Filtro purificador de agua bioenergética capacidad de 14 litros agua pura mineralizada características no necesita de energía eléctrica para su funcionamiento el método de instalación es sencillo	\$96.000	\$96.000

Cuadro N.19.

Ver anexo 5, Cotizaciones maquinaria y equipo.

3.7.1. MUEBLES Y ENSERES

Muebles y Enseres	Cantidad	Clase	Precio Mercado
Mesón acero inoxidable	1	Mesón de cocina acero inoxidable con lavaplatos y espacio- olx	\$ 280.000
Sillas	3	Sillas Altas- mercado libre	\$44.000c/u.(132.000)
Mesas	2	Mesa alta by Cancio - Dimensiones: 120 x 65 cm, 120 x 80 cm, 160 x 65 cm, 160 x 80 cm.Homecenter	\$200.000
Mueble para caja registradora	1	Medidas 58cm de ancho x 100cm alto- olx	\$45.900
Caja registradora	1	Linio- Caja Registradora Casio T280, 20 departamentos 1200 plus o memorias 4 tablas de impuestos función de calculadora no requiere sustitución de cinta impresión de 7 líneas por segundo utiliza papel térmico 58mm. 3 llaves de seguridad para diferentes funciones*doble pantalla actualización de hora y fecha imprime sus recibos con el nombre del local nit etc. puede registrar hasta 1200 artículos diferentes una pantalla integrada en el respaldo muestra a sus clientes el total. le permite recibir tarjeta efectivo o cheque. Puede registrar el total de sus ventas durante el día o antes si lo requiere	\$499.000
Total			\$ 1.156.900

Cuadro N.20. Ver anexo 6, Cotizaciones muebles y enseres.

MODULO 4: ORGANIZACIÓN

4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

PULPA BATIDOS, su estructura organizacional estará determinada en 4 áreas principalmente: Área de producción, área de comercialización, área de mercadeo y área de fianzas y administrativa

Área de producción:

También llamada área o departamento de operaciones, es la que investiga, desarrolla y estandariza los productos ofrecidos en el menú. Así mismo, determina la cantidad de materia prima e insumos que se necesitan en un periodo de tiempo determinado, y es la que elabora los productos que piden los clientes, que tiene como función principal, la transformación de insumos o recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital, información)⁴⁵

Área de comercialización:

La gestión comercial es un proceso donde se toman todas las decisiones necesarias a fin de satisfacer una necesidad del cliente, a través del producto. Los elementos de la gestión comercial a cargo del depto. De comercialización⁴⁶ son:

-Determinar las necesidades de los consumidores que la empresa puede satisfacer.

-Fijar el precio al cual lo va a vender

-Establecer el canal de distribución y la forma de dar a conocer el producto (publicidad o promoción)

Área de mercadeo:

Es la que se encarga de planear e idear las formas de dar a conocer la empresa y el establecimiento a los posibles clientes, de estar en continuo contacto con ellos mismos, escuchar sus sugerencias e inquietudes y de estar a la vanguardia de lo que pase en el entorno de negocios.

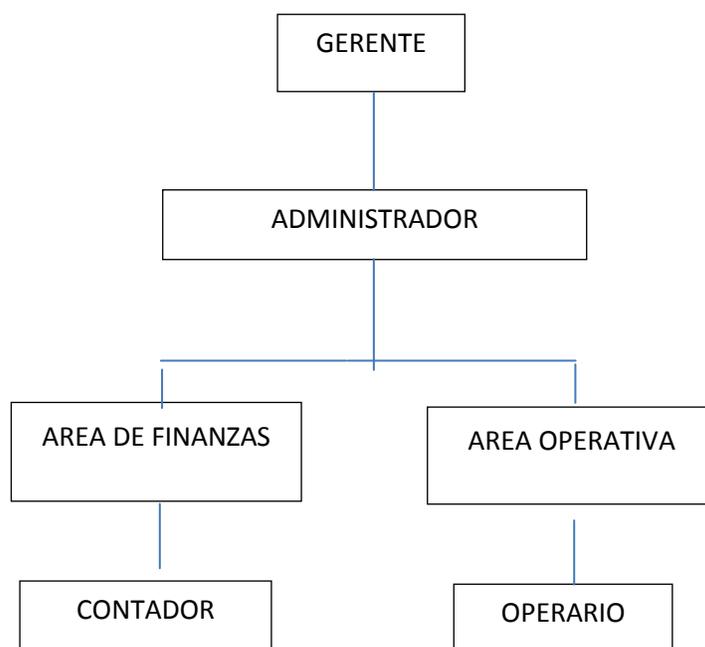
⁴⁵ Título del Artículo: Crece negocios <http://www.crecenegocios.com/el-area-de-produccion/> Tomado el 20-03-2016.

⁴⁶ Título del Artículo: Buenas tareas, área de comercialización. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Area-De-Comercializacion/2774018.html>, tomado el 04-03-2016.

Área de finanzas y administrativa:

Es la que es la que se encarga de administrar y controlar los recursos financieros de la empresa.⁴⁷

4.1. ORGANIGRAMA DE PULPA BATIDOS.



Como primera medida se encuentra el gerente, que se encargara del área comercial y mercadeo quien es el representante legal de PULPA BATIDOS, seguido el administrador que se encargara del área de producción y de manejar el personal de PULPA BATIDOS. Luego está el área operativa, la cual cuenta con un operario que es el encargado de realizar PULPA BATIDOS y otras funciones y el área de finanzas donde se encuentra un contador que trabajará ocasionalmente, el cual tendrá el contrato de prestación de servicios.

Este organigrama se dispondrá inicialmente, se modificará de acuerdo a las ventas y requerimientos de mano de obra.

⁴⁷ Título del Artículo: centro nacional de memoria histórica, área administrativa y financiera.
<http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/en/somos-cnmh/area-administrativa-y-financiera> tomado el 04-03-2016.

4.2. MANUAL DE FUNCIONES.

AREA: Gerencial	CARGO: Gerente	CONTRATO: Indefinido
OBJETIVO: Planear, dirigir y controlar el funcionamiento total de la empresa, establecer objetivos y pasos para el buen funcionamiento de la empresa.		FECHA:
		VERSIÓN No. 01
FUNCIONES		
-Representa legalmente la empresa.		
-Recibe y analiza la información de todas las unidades o departamentos.		
-Toma las decisiones de mayor importancia en la compañía, establece alianzas estratégicas con proveedores y demás personas relacionadas con la empresa.		
-Realiza todas las actividades relacionadas con la dirección general, comercial y de mercadeo.		
PERFIL Y/O EXPERIENCIA REQUERIDA		
-Administrador de empresas.	Persona proactiva, responsable y emprendedora, con liderazgo, excelentes relaciones interpersonales, trabajo en equipo y ética profesional. . Con conocimientos en mercadeo, Psicología del consumidor.	

Cuadro N.21. Elaborado por las autoras

AREA: Administrativa	CARGO: Administrador	CONTRATO: Indefinido
OBJETIVO: dirigir, coordinar y supervisar toda la actividad económica y administrativa, productiva y del personal de PULPA BATIDOS.		FECHA:
		VERSIÓN No. 01
FUNCIONES		
- Planear, organizar, dirigir, ejecutar y retroalimentar el correcto y eficiente funcionamiento de la empresa.		
-Autoriza movimientos financieros, la vinculación y despido del personal.		
Revisa el área de producción, materias primas, proveedores etc.		
PERFIL Y/O EXPERIENCIA REQUERIDA		
-Administrador de empresas.	Persona proactiva, responsable y emprendedora, con liderazgo, excelentes relaciones interpersonales, trabajo en equipo y ética profesional.	

Cuadro N.22. Elaborado por las autoras.

AREA: Financiera	CARGO: Contador	CONTRATO: Prestación de servicios
OBJETIVO: Elaborar los estados financieros de la empresa (ganancias y pérdidas, balance general y flujo de caja).		FECHA:
JEFE INMEDIATO: Gerente		VERSIÓN No. 01
FUNCIONES		
-Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.		
-Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.		
-Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.		
-Cumplir con las obligaciones fiscales.		
-Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas.		
PERFIL Y/O EXPERIENCIA REQUERIDA		
-El contador debe tener habilidades cuantitativas y financieras, que le permitan hacer un análisis profundo de	- Valores éticos que reflejará en su comportamiento y en todos los conceptos y análisis que haga para	

la situación contable de la empresa. Mujer cabeza de familia	empresas, sobre todo en la presentación de los estados financieros.
---	---

Cuadro N.23. Elaborado por las autoras.

AREA: Operativo	CARGO: Operario	CONTRATO: Indefinido
OBJETIVO: Elaborar PULPA BATIDOS en condiciones de asepsia y calidad siguiendo todos los lineamientos y técnicas aprendidas durante el proceso de capacitación.		FECHA:
JEFE INMEDIATO: Gerente		VERSIÓN No. 01
FUNCIONES		
-Realizar inventario semanalmente de la materia prima y almacenamiento de ella.		
-Alistamiento de las materias primas e ingredientes que se exhibirán en la nevera.		
- Recepción, selección, despulpado, empacado y almacenamiento de las frutas. Después de cada operación limpiara los utensilios y herramientas utilizadas.		
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción.		
- Hacer uso adecuado de los recursos (materias primas, herramientas y equipos) que la empresa deja a su disposición. Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente).		
PERFIL Y/O EXPERIENCIA REQUERIDA		
- Técnico: Bachiller, Mujer cabeza de familia.	Curso de manipulación y conservación de alimento.(Sena)	

Cuadro N.24. Elaborado por las autoras.

4.3. ANÁLISIS DOFA, PULPA BATIDOS

INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> a) Producto 100% natural. b) Personal competitivo c) Buena comunicación entre el personal y el empleador d) Ambiente moderno, exclusivo y acogedor. e) Costos asequible del producto f) Acceso a mejores equipos y certificación de los mismos g) Alianzas con proveedores h) Concepto de atención al cliente y relacionamiento efectivo 	<ul style="list-style-type: none"> a) Poco conocimiento del concepto de batido y sus propiedades. b) Empresa nueva en el mercado
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Poca competencia en la región b) incremento de la demanda c) Incremento del uso de productos naturales y el cuidado personal. 	<p>ESTRETAGIAS FO (Utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Realizar campañas de mercadeo aprovechando la publicidad en los medios de comunicación para fortalecer el proyecto de PULPA BATIDOS. b) Generar componentes de acción, que permitan potenciar alianzas estrategias 	<p>ESTRATEGIAS DO (Superar las debilidades aprovechando las oportunidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Realizar campañas publicitarias en prensa, radio, internet y perifoneo para aprovechar el crecimiento de este tipo de producto. b) Realizar investigación de mercados periódicos para estar a la vanguardia de gustos y preferencias

	<p>con empresas sólidas y en el mercado como: restaurantes, gimnasios, colegios.</p> <p>c) Posicionar el producto de PULPA BATIDOS con el fin de incrementar la demanda.</p>	<p>frente a este tipo de producto.</p> <p>c) Ampliar el portafolio de productos complementarios para generar valor agregado de la empresa.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>a) Productos sustitutos</p> <p>b) La competencia indirecta puede desarrollar el mismo producto con más agresividad</p> <p>c) Cambios drásticos del clima</p> <p>d) Estacionalidad de las frutas que afectaría los precios de estas</p> <p>e) Cambios en moneda extranjera afectando precios de materias primas e insumos.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA (Usar las fortalezas para mitigar la amenazas</p> <p>a) Diseñar sistemas de calidad de servicio para mejorar la relación con el cliente.</p> <p>b) Resaltar el conocimiento de las capacitaciones sobre el manejo de alimentos y la calidad en los equipos para consolidar la empresa</p>	<p>ESTRATEGIAS DA (reducir la debilidades y evitar las amenazas)</p> <p>a) Crear alianzas estratégicas con proveedores.</p> <p>b) Revisión y consulta permanente sobre legislación de alimentos y normas técnicas en Colombia.</p> <p>c) Capacitar constantemente al personal enfatizando la estrategia de relacionamiento con el cliente.</p>

Cuadro N.25. Elaborado por las autoras.

4.4. ASPECTOS LEGALES

Aspectos legales para la constitución de una empresa

4.4.1. Requisitos comerciales

Verificar en la página www.rues.org.co la opción homonimia⁴⁸ que no exista un nombre o razón social igual al que se le va a dar a la empresa a crear.

Elaborar la escritura pública de constitución comercial.

Obtener la escritura pública autenticada en la notaria; matricular la sociedad en el registro mercantil de la Cámara de Comercio; registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio, diario mayor y balances, inventarios, actas.

4.4.2. Requisitos de funcionamiento

Obtener el registro de Industria y Comercio.

Uso de Suelo: Es un requisito indispensable e importante para el funcionamiento de la empresa la cual es asignado según POT (Plan de Ordenamiento Territorial) y lo rige la Normativa Vigente, este certificado de uso de suelo debe ser solicitado en la secretaria de planeación municipal de Fusagasugá, donde funcionará la empresa.

4.4.3. Requisitos de seguridad laboral

-Inscribir a los trabajadores en la EPS y Fondo de Pensiones

-Inscribir la empresa en el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje y Caja de Compensación Familiar.

-Inscribir a los trabajadores a una A.R.L.

-Requisitos tributarios: Son tramitados en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

-Solicitar el Formulario de Registro Único Tributario (RUT), presentando el certificado mercantil y el documento de identidad del representante legal.

4.4.4. Conformación de la empresa

Los permisos de funcionamiento quedaron abolidos, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos, contemplados en el artículo segundo de la Ley 232 de 1995:⁴⁹

⁴⁸ Homonimia: Coincidencia en la escritura o en la pronunciación de dos palabras que tienen distinto significado y distinta etimología, <https://www.google.com.co/#q=homonimia>, tomado el 9-03-2016.

- a) Solicitar ante la Curaduría Urbana o Secretaria de Planeación Municipal el concepto de uso de suelo. Cumplir todas las normas referentes al tema, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio.
- b) Registrar ante la Cámara de Comercio el establecimiento, verificando que no exista un nombre igual o similar al que se desea inscribir.
- c) Diligenciar el formulario respectivo y pagar los derechos de inscripción que dependen del valor de activos con los que se inicie la actividad.
- d) Solicitar el concepto de bomberos, que es cada año.
- e) Cumplir las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

Pasos para crear una empresa.

-Paso 1: Verificar la disponibilidad del nombre en la Cámara de Comercio.

Duración: 1 día.

-Paso 2: Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría.

Duración: 1 día.

-Paso 3: Firmar escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias.

Duración: 4 días.

-Paso 4: Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil.

Duración: 1 día.

-Paso 5: Obtener copia del certificado de existencia y representación legal, en la Cámara de Comercio.

Duración: 1 día.

⁴⁹ Título del artículo: Creación de empresa, <http://noticias.universia.net.co/movilidad-academica/noticia/2007/10/02/246716/abc-crear-empresa.html>, tomado el 10-03-2016.

-Paso 6: Obtener número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional.

Duración: 1 día.

-Paso 7: Abrir una cuenta bancaria y depositar la totalidad del capital social.

Duración: 1 día.

-Paso 8: Inscribir los libros de comercio ante la Cámara de Comercio.

Duración: 1 día.

-Paso 9: Inscribirse ante la Administración de Impuestos.

Duración: 1 día.

-Paso 10: Obtener concepto favorable de uso del suelo de Planeación Municipal.

Duración: 10 días.

-Paso 11: Inscribir compañía ante Caja de Compensación Familiar, SENA e ICBF.

Duración: 2 días.

-Paso 12: Inscribir la compañía ante una Administradora de Riesgos Profesionales

Duración: 1 día.

-Paso 13: Inscribir a los empleados al sistema de pensiones.

Duración: 5 días.

-Paso 14: Inscribir a los empleados al sistema nacional de salud

Duración: 5 días.

-Paso 15: Obtener certificado de higiene y sanidad de la Secretaria Municipal de Salud.

Duración: 15 días.

-Paso 16: Obtener certificado de Bomberos.

Duración: 18 días.

-Paso 17: Notificar apertura del establecimiento comercial a Planeación Municipal.

Duración: 1 día.

Además PULPA BATIDOS constituirá como Sociedad por Acciones Simplificadas siguiendo estos tres pasos:

1. Redactar un contrato o acto unilateral constitutivo de la S.A.S. Este documento privado debe contener, al menos la siguiente información de la sociedad:
 - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
 - Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras S.A.S.
 - El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
 - El término de duración si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
 - Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
 - El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, el número y el valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;
 - La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso deberá al menos un representante legal.
2. Las personas que suscriben el documento deberá autenticar sus firmas antes que éste sea inscrito en el registro mercantil.
3. El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. Adicionalmente, ante la cámara de comercio se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial (RUE), el formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo atinente a matrícula mercantil, impuesto de registro y derecho de inscripción.

4.5. RAZÓN SOCIAL

La razón social o denominación de la sociedad PULPA BATIDOS constituida como sociedad por acciones simplificadas, “Sociedad por Acciones Simplificada” S.A.S.

La razón social de la empresa será **PULPA BATIDOS**, principalmente la idea de negocio empezó con el nombre de Smoothies With Love desde tercer semestre en el núcleo temático de Proyecto de empresa, durante toda la carrera se trabajó el mismo proyecto alimentándolo por las diferentes áreas que se ven en la carrera de administración, sin embargo se cambió el nombre ya que no era fácil de pronunciar y aún falta tener cultura en el idioma del inglés. Por eso las emprendedoras buscaron un nombre corto para que las personas lo pudieran recordar y relacionar con los batidos, la palabra PULPA hace referencia a la materia prima que son las frutas que son 100% naturales y BATIDOS a la combinación de frutas.

Ver anexo 7, Requerimientos legales

MODULO 5: FINANCIERO

Ver anexo N.10. Modulo Financiero.

MODULO 6: PLAN OPERATIVO E IMPACTO

6. METAS SOCIALES

PULPA BATIDOS, quiere ayudar a las madres cabezas de familia de Fusagasugá brindándole ayuda a su estado económico y profesional siendo parte del equipo de trabajo de PULPA BATIDOS.

Asimismo en épocas de navidad la empresa aportara una donación de mercados (anchetas) a la fundación Angelitos en la tierra, ubicados en el municipio de Silvania Cundinamarca, donde su objetivo es garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de la población en condición de discapacidad en condiciones de alteración del sistema respiratorio y/o discapacidad del sistema locomotor a través de la prevención, educación, intervención directa y rehabilitación.

Ver anexo N.8. Proyecto Fundación Angelitos.

6.1. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	MARQUE
“Todos por un nuevo país, paz equidad y educación”	X
PROMOCION DE LA COOPERACION CIUDADANA	X
SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	X
GENERACION DE EMPLEO	X
PROGRAMAS DE APOYO A LA MUJER	X
DESARROLLO DE LAS MIPYMES	X
CRECIMIENTO ECONOMICO	X

Cuadro N.26.

6.2. PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

PLAN DE DESARROLLO REGIONAL:	MARQUE
“JUNTOS SÍ PODEMOS”	X
FUSAGASUGA 2016 – 2019	
Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.	X
Promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer.	X
Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	X
Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	X

Cuadro N.27.

6.3. EMPLEO

EMPLEOS DIRECTOS	MARQUE X	No CARGOS	CARGOS O NOMBRE DE PUESTO DE TRABAJO
❖ JOVENES (18 A 24 AÑOS)	X	2	Gerente y Administrador
❖ DESPLAZADO POR VIOLENCIA			
❖ MADRE CABEZA DE FAMILIA	X	2	Operario y Contador
❖ MINORIA ÉTNICA (INDÍGENAS / NEGRITUDES)			
❖ RECLUIDOS CARCELES INPEC			
❖ DESMOVILIZADOS O REINSERTADOS			
❖ DISCAPACITADOS			
❖ DESVINCULADOS DEL ESTADO			
No. EMPLEOS INDIRECTOS			

Cuadro N.28.

6.4. EMPRENDEDORAS

No.	NOMBRE	Beneficiario del Fondo Emprender	Participación Accionaria (%)
1	PAOLA ANDREA GARCIA CALDERON	NO	50%
2	RUTH EVERLYN RIVERA PABON	NO	50%

Cuadro N.29.

6.5. IMPACTO AMBIENTAL

Los residuos PULPA BATIDOS son desperdicios provenientes de la fruta tales como las cáscaras y las semillas. Por esa razón, la recolección de los residuos se realizara de acuerdo con la normatividad exigida por el Ministerio de Salud y Medio Ambiente.

Dichos residuos orgánicos representan un riesgo para la salud de la comunidad puesto que son fuente de microorganismos que al descomponerse pueden ser causantes de enfermedades.⁵⁰

Por otro lado, al descomponerse los residuos atraen animales como los insectos que pueden ser portadores de dichas enfermedades para la comunidad.

La disposición final de los residuos orgánicos será para compostaje y los residuos no orgánicos como vasos desechables no se reciclaran porque son materiales que no pesan mucho y por lo general terminan sucios y atraen moscos.

La normatividad colombiana reglamenta por medio del INVIMA.

6.5.1. Legislación sanitaria

DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.

⁵⁰Título del artículo: residuos, <http://www.monografias.com/trabajos73/adecuado-tratamiento-residuos-solidos-contaminados/adecuado-tratamiento-residuos-solidos-contaminados2.shtml>, tomado el 20-03-2016.

d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

CAPITULO III. PERSONAL MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Artículo 13. ESTADO DE SALUD.

El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

6.6. NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA

6.6.1. Requisitos sanitarios para los manipuladores de alimentos

Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.

Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.

PULPA BATIDOS, se compromete a cumplir las leyes que ordena el gobierno Colombiano.

6.6.2. Calidad e inocuidad de alimentos

La inocuidad de los alimentos puede definirse como el conjunto de condiciones y medidas necesarias durante la producción, almacenamiento, distribución y preparación de alimentos para asegurar que una vez ingeridos, no representen un riesgo para la salud.

Para cumplir con un control integral de la inocuidad de los alimentos a lo largo de las cadenas productivas se ha denominado de manera genérica la expresión: de la granja y el mar a la mesa.

“La inocuidad en dichas cadenas agroalimentarias, se considera una responsabilidad conjunta del Gobierno, la industria y los consumidores. El primero cumple la función de rectoría al crear las condiciones ambientales y el marco normativo necesario para regular las actividades de la industria alimentaria en el pleno interés de productores y consumidores.

Los productores, por su parte, son responsables de aplicar y cumplir las directrices dadas por los organismos gubernamentales y de control, así como de la aplicación de sistemas de aseguramiento de la calidad que garanticen la inocuidad de los alimentos.

Los transportadores de alimentos tienen la responsabilidad de seguir las directrices que dicte el Gobierno para mantener y preservar las condiciones sanitarias establecidas cuando los alimentos y productos estén en su poder con destino al comercializador o consumidor final.

Los comercializadores cumplen con la importante función de preservar las condiciones de los alimentos durante su almacenamiento y distribución, además de aplicar, para algunos casos, las técnicas necesarias y lineamientos establecidos para la preparación de los mismos.⁵¹

6.7. POLÍTICA DE RESIDUOS

Los residuos se manejarán en un contenido de color verde en el que contenga un rotulo que diga “material biodegradable”, este contenido debe ser liviano de modo que sea fácil su transporte, el material debe ser impermeable para realizarle limpieza evitando así la corrosión. Además de las especificaciones anteriormente comentadas, es de gran importancia que los contenidos tengan una tapa ajustable con el fin de que una vez cerrado, no le entre agua ni expele malos olores.

⁵¹Título del Artículo: Calidad e inocuidad de alimentos,
<https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>, tomado el 15-03-2016.

- El contenido destinado a los residuos deberá situarse cerca del operario en el momento de su labor y así mismo deberá ser retirado en el momento en que se termine su labor.
- El sitio donde se ubicara el contenido con los residuos, estará ubicado en la parte interna de la planta totalmente aislada del área de producción y sin contacto con el exterior.

Los residuos no deberán permanecer por más de tres días en la planta; cada tres días como máximo, se deberá dejar los residuos a disposición del carro de basuras de la ciudad de Fusagasugá

6.7.1. Compostaje.

Como otra de las políticas de PULPA BATIDOS se procederá a recolectar los desperdicios originados por el proceso para luego ser vendidos como Compostaje que es un proceso de transformación de la materia orgánica para obtener compost, un abono natural.



Imagen N.14. Tomada, <http://www.purotigre.gov.ar/images/fotos/manual-de-compost-compostaje.png>

Esta transformación se lleva a cabo en cualquier casa mediante un compostador, sin ningún tipo de mecanismo, ningún motor ni ningún gasto de mantenimiento.

La basura diaria que se genera en los hogares contiene un 40% de materia orgánica, que puede ser reciclada y retornada a la tierra en forma de humus para las plantas y cultivos.

De cada 100kg de basura orgánica se obtienen 30 kg de compost.

De esta manera se contribuye a la reducción de las basuras que se llevan a los vertederos o a las plantas de valorización. Al mismo tiempo se consigue reducir el consumo de abonos químicos.⁵²

La empresa Biolodos que está ubicada en Fusagasugá será la encargada de recoger semanalmente los residuos para realizar el compostaje para PULPA BATIDOS no tendrá ningún costo esta estrategia porque habrá un convenio entre estas dos empresas donde donaremos los residuos orgánicos.

⁵² Título del Artículo: Sostenibilidad en estado puro. <http://www.compostadores.com/descubre-el-compostaje/que-es-el-compostaje.html> tomado el día 20-03-2016.

7. CONCLUSIONES

- Mediante el estudio de factibilidad para la creación de empresa PULPA BATIDOS que se realizó en la ciudad de Fusagasugá, se pudo evidenciar que es factible desarrollar esta sociedad ya que el estudio de mercado concluyó que existe una demanda potencial en los productos ofrecidos.
- El proyecto es atractivo ya que se enfoca en un mercado innovador y actualmente Fusagasugá no cuenta con mucha competencia para estos productos lo que hace de PULPA BATIDOS se pueda desarrollar en un lugar estratégico al crecimiento y posicionamiento en la ciudad.
- En la actualidad en Fusagasugá existe un crecimiento acelerado de personas que buscan cuidar su salud igualmente de tener mejores hábitos saludables, es por esto que los batidos que brinda PULPA BATIDOS tienen mayor posibilidad de acogida en el mercado.
- Igualmente en el estudio financiero para ver la factibilidad y viabilidad del proyecto tomando en cuenta los indicadores financieros, VPN que dio un resultado de \$13.955.487 y la TIR reflejo una tasa de 33.91%, lo que significa que el VPN es positivo y la TIR es mayor a la TIO que es del 10% lo que significa que es rentable.

8. RECOMENDACIONES

- Aprovechar la aceptación de los consumidores a los que según las encuestas realizadas, les gustaría que exista una bebida que proponga una combinación de frutas para la adaptación de gustos y preferencias del mercado potencial de PULPA BATIDOS.
- Al ser un producto innovador y un producto natural con propiedades nutritivas se recomienda expandir el estudio de mercado a nivel de Cundinamarca para así determinar la aceptación del producto en otras regiones.
- El presente proyecto podría servir como iniciativa para promover nuevos estudios de emprendimiento como realizar un plan de negocio.
- Presente al fondo emprender, la universidad no tiene acceso para la inscripción de los estudiantes, se recomienda tener actualizaciones para casos futuros de inscripción.

9. CRONOGRAMA, ver anexo N.12.

		Cronograma de actividades																												Observaciones												
		Tiempo destinado																																								
		Octubre				Nov				Diciembre				ene-16				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio								
Fases del trabajo	Descripción de la actividad	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4					
Primera fase	Iniciación																																									
Segunda Fase	Estudio de mercado																																									Se realizó encuestas a ciudadanos en Fusagasugá.
																																										Se realizó visita a las competencias, analizando los batidos.
																																										Diseño de estrategias, analizando la población de Fusagasugá.
Tercera fase	Desarrollar un estudio técnico																																									Prueba con las materias primas, para determinar el valor de materia prima en los batidos.
																																										Cotizaciones reales en diferentes distribuidores.

MODULO 5: FINANCIERO VENTAS E INGRESO

1. PROYECCION DE VENTAS (UNIDADES).

Producto o Servicio	Cantidad Mensual (Unidades)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PULPA BATIDOS	1.500	18.000	18.540	19.096	19.669	20.259
PRECIO DE VENTA POR UNIDAD (\$)	4.500	4.500	4.635	4.774	4.917	5.065
PRECIO DE VENTA POR UNIDAD (\$)	4.500	4.500	4.635	4.774	4.917	5.065

PROYECCIONES DE INGRESOS POR VENTAS (\$).

Producto o Servicio	Cantidad Mensual (\$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PULPA BATIDOS	6.750.000	81.000.000	85.932.900	91.166.214	96.718.236	102.608.377
TOTAL (\$)	6.750.000	81.000.000	85.932.900	91.166.214	96.718.236	102.608.377

Ipoconsumo 8%	540.000	6.480.000	6.874.632	7.293.297	7.737.459	8.208.670
Total con Ipoconsumo(\$)	7.290.000	87.480.000	92.807.532	98.459.511	104.455.695	110.817.047

Aumento producción	3%
Aumento Precios	3%
Ipoconsumo	8%

2. MATERIA PRIMAS E INSUMOS

MATERIA PRIMA, INSUMO O REQUERIMIENTO	Unidad de medida	Consumo por insumo o materia prima por batido, GR	Cantidad Aprox. Gr mensuales por batido	Presentación.	Margen de desperdicio. %	Precio (\$)/ Gramos X 1 GR	Precio (\$) total./mes	Precio libra
Insumos.								
Hielo	Gramos	40	60000	Bulto 30 kl	0	\$0,16	\$9.600	\$83
Azúcar	Gramos	5	7500	Bulto 50 kl	0	\$2,50	\$18.750	\$1250
			0		0	\$0,00	\$0	
			0		0	\$0,00	\$0	
Materia Prima.								
Fresa	Gramos	70	105000	Canasta de 16 Lb	0	\$0,37	\$38.850	\$1875
Banano	Gramos	60	90000	Caja 19 Kl	0	\$1,30	\$117.000	\$657
Naranja	Gramos	50	75000	Bulto 90 Kl	0	\$0,72	\$54.000	\$361
Piña	Gramos	70	105000	Caja 11 Kl	0	\$2,40	\$252.000	\$1227
Mango	Gramos	50	75000	Libra	0	\$5,00	\$375.000	\$2500
Mora	Gramos	60	90000	Libra	0	\$4,00	\$360.000	\$2000
Maracuyá	Gramos	50	75000	Bolsa de 10 kl	0	\$4,20	\$315.000	\$2100

TOTAL DE MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA, O INSUMO	PULPA BATIDOS		TOTAL DE MATERIA PRIMA.(\$)
Insumos.			
Hielo	9.600		9.600
Azúcar	18.750		18.750
	0		-
0	0		-
Materia Prima.			
Fresa	38.850		38.850
Banano	117.000		117.000
Naranja	54.000		54.000
Piña	252.000		252.000
Mango	375.000		375.000
Mora	360.000		360.000
Maracuyá	315.000		315.000
COSTO DE LA MATERIA PRIMA / MES. (\$/Mes)	1.540.200	-	1.540.200

3. PROYECCION DE COMPRAS

Cantidades requeridas de materia prima por año. (Proyección en unidades por Gramos).

MATERIA PRIMA, INSUMO O REQUERIMIENTO	Unidad.	Cantidad Aprox./mes. Gr	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos.							
Hielo	Gramos	60.000	720.000	741.600	763.848	786.763	810.366
Azúcar	Gramos	7.500	90000	92700	95481	98345	101296
Materia Prima.							
Fresa	Gramos	105000	1.260.000	1297800	1336734	1376836	1418141
Banano	Gramos	90000	1.080.000	1112400	1145772	1180145	1215550
Naranja	Gramos	75000	900.000	927000	954810	983454	1012958
Piña	Gramos	105000	1.260.000	1297800	1336734	1376836	1418141
Mango	Gramos	75000	900.000	927000	954810	983454	1012958
Mora	Gramos	90000	1.080.000	1112400	1145772	1180145	1215550
Maracuyá	Gramos	75000	900.000	927000	954810	983454	1012958

Proyección de precios de las materias e insumos por 1 Gramo (\$).

MATERIA PRIMA, INSUMO O REQUERIMIENTO	Unidad.	Precio de Venta Mensual. (\$).	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos.							
Hielo	Gramos	\$ 0,16	\$ 1,92	\$ 1,98	\$ 2,04	\$ 2,10	\$ 2,16
Azúcar	Gramos	\$ 2,50	\$ 30,00	\$ 30,90	\$ 31,83	\$ 32,78	\$ 33,77
Materia Prima.							
Fresa	Gramos	\$ 0,37	\$ 4,44	\$ 4,57	\$ 4,71	\$ 4,85	\$ 5,00
Banano	Gramos	\$ 1,30	\$ 15,60	\$ 16,07	\$ 16,55	\$ 17,05	\$ 17,56
Naranja	Gramos	\$ 0,72	\$ 8,64	\$ 8,90	\$ 9,17	\$ 9,44	\$ 9,72
Piña	Gramos	\$ 2,40	\$ 28,80	\$ 29,66	\$ 30,55	\$ 31,47	\$ 32,41
Mango	Gramos	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 61,80	\$ 63,65	\$ 65,56	\$ 67,53
Mora	Gramos	\$ 4,00	\$ 48,00	\$ 49,44	\$ 50,92	\$ 52,45	\$ 54,02
Maracuyá	Gramos	\$ 4,20	\$ 50,40	\$ 51,91	\$ 53,47	\$ 55,07	\$ 56,73
					\$ -	\$ -	\$ -

Proyección del total de compras de materias primas. (\$).

MATERIA PRIMA, INSUMO O REQUERIMIENTO	Unidad.	Costo Mensual de la Materia Prima.(\$).	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos.							
Hielo	Gramos	\$9.600	\$115.200	\$ 118.656,00	\$ 122.215,68	\$ 125.882,15	\$ 129.658,61
Azúcar	Gramos	\$18.750	\$225.000	\$ 231.750,00	\$ 238.702,50	\$ 245.863,58	\$ 253.239,48
Materia Prima.							
Fresa	Gramos	38.850	\$466.200	\$ 480.186,00	\$ 494.591,58	\$ 509.429,33	\$ 524.712,21
Banano	Gramos	117.000	\$1.404.000	\$ 1.446.120,00	\$ 1.489.503,60	\$ 1.534.188,71	\$ 1.580.214,37
Naranja	Gramos	54.000	\$648.000	\$ 667.440,00	\$ 687.463,20	\$ 708.087,10	\$ 729.329,71
Piña	Gramos	252.000	\$3.024.000	\$ 3.114.720,00	\$ 3.208.161,60	\$ 3.304.406,45	\$ 3.403.538,64
Mango	Gramos	375.000	\$4.500.000	\$ 4.635.000,00	\$ 4.774.050,00	\$ 4.917.271,50	\$ 5.064.789,65
Mora	Gramos	360.000	\$4.320.000	\$ 4.449.600,00	\$ 4.583.088,00	\$ 4.720.580,64	\$ 4.862.198,06
Maracuyá	Gramos	315.000	\$3.780.000	\$ 3.893.400,00	\$ 4.010.202,00	\$ 4.130.508,06	\$ 4.254.423,30
TOTAL DEL CONSUMO DE MATERIA PRIMA. (\$).		1.540.200	18.482.400	19.036.872	19.607.978	20.196.218	20.802.104

4. INVENTARIOS

INVENTARIO, METODO PEPS HIELO

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$4.800
16/01/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$9.600
01/02/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$14.400
16/02/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$19.200
01/03/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$24.000
16/03/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$28.800
01/04/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$33.600
16/04/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$38.400
01/05/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$43.200
16/05/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$48.000
01/06/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$52.800
16/06/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$57.600
01/07/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$62.400
16/07/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$67.200
01/08/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$72.000
16/08/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$76.800
01/09/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$81.600
16/09/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$86.400
01/10/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$91.200
16/10/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$96.000
01/11/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$100.800
16/11/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$105.600
01/12/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$110.400
16/12/2017	30.000	\$0,16	\$4.800					\$115.200

INVENTARIO, METODO PEPS AZUCAR

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$9.375
16/01/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$18.750
01/02/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$28.125
16/02/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$37.500
01/03/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$46.875
16/03/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$56.250
01/04/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$65.625
16/04/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$75.000
01/05/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$84.375
16/05/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$93.750
01/06/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$103.125
16/06/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$112.500
01/07/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$121.875
16/07/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$131.250
01/08/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$140.625
16/08/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$150.000
01/09/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$159.375
16/09/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$168.750
01/10/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$178.125
16/10/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$187.500
01/11/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$196.875
16/11/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$206.250
01/12/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$215.625
16/12/2017	3.750	\$2,50	\$9.375					\$225.000

INVENTARIO, METODO PEPS FRESA

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$19.425
16/01/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$38.850
01/02/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$58.275
16/02/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$77.700
01/03/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$97.125
16/03/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$116.550
01/04/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$135.975
16/04/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$155.400
01/05/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$174.825
16/05/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$194.250
01/06/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$213.675
16/06/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$233.100
01/07/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$252.525
16/07/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$271.950
01/08/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$291.375
16/08/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$310.800
01/09/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$330.225
16/09/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$349.650
01/10/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$369.075
16/10/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$388.500
01/11/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$407.925
16/11/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$427.350
01/12/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$446.775
16/12/2017	52.500	\$0,37	\$19.425					\$466.200

INVENTARIO, METODO PEPS BANANO

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$58.500
16/01/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$117.000
01/02/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$175.500
16/02/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$234.000
01/03/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$292.500
16/03/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$351.000
01/04/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$409.500
16/04/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$468.000
01/05/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$526.500
16/05/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$585.000
01/06/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$643.500
16/06/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$702.000
01/07/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$760.500
16/07/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$819.000
01/08/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$877.500
16/08/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$936.000
01/09/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$994.500
16/09/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.053.000
01/10/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.111.500
16/10/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.170.000
01/11/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.228.500
16/11/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.287.000
01/12/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.345.500
16/12/2017	45.000	\$1,30	\$58.500					\$1.404.000

INVENTARIO, METODO PEPS NARANJA

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$27.000
16/01/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$54.000
01/02/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$81.000
16/02/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$108.000
01/03/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$135.000
16/03/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$162.000
01/04/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$189.000
16/04/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$216.000
01/05/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$243.000
16/05/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$270.000
01/06/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$297.000
16/06/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$324.000
01/07/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$351.000
16/07/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$378.000
01/08/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$405.000
16/08/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$432.000
01/09/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$459.000
16/09/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$486.000
01/10/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$513.000
16/10/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$540.000
01/11/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$567.000
16/11/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$594.000
01/12/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$621.000
16/12/2017	37.500	\$0,72	\$27.000					\$648.000

INVENTARIO, METODO PEPS PIÑA

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$126.000
16/01/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$252.000
01/02/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$378.000
16/02/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$504.000
01/03/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$630.000
16/03/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$756.000
01/04/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$882.000
16/04/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.008.000
01/05/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.134.000
16/05/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.260.000
01/06/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.386.000
16/06/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.512.000
01/07/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.638.000
16/07/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.764.000
01/08/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$1.890.000
16/08/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.016.000
01/09/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.142.000
16/09/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.268.000
01/10/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.394.000
16/10/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.520.000
01/11/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.646.000
16/11/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.772.000
01/12/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$2.898.000
16/12/2017	52.500	\$2,40	\$126.000					\$3.024.000

INVENTARIO, METODO PEPS MANGO

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$187.500
16/01/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$375.000
01/02/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$562.500
16/02/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$750.000
01/03/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$937.500
16/03/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$1.125.000
01/04/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$1.312.500
16/04/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$1.500.000
01/05/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$1.687.500
16/05/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$1.875.000
01/06/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$2.062.500
16/06/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$2.250.000
01/07/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$2.437.500
16/07/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$2.625.000
01/08/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$2.812.500
16/08/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$3.000.000
01/09/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$3.187.500
16/09/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$3.375.000
01/10/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$3.562.500
16/10/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$3.750.000
01/11/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$3.937.500
16/11/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$4.125.000
01/12/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$4.312.500
16/12/2017	37.500	\$5,00	\$187.500					\$4.500.000

INVENTARIO, METODO PEPS MORA

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$180.000
16/01/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$360.000
01/02/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$540.000
16/02/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$720.000
01/03/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$900.000
16/03/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$1.080.000
01/04/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$1.260.000
16/04/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$1.440.000
01/05/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$1.620.000
16/05/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$1.800.000
01/06/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$1.980.000
16/06/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$2.160.000
01/07/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$2.340.000
16/07/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$2.520.000
01/08/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$2.700.000
16/08/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$2.880.000
01/09/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$3.060.000
16/09/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$3.240.000
01/10/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$3.420.000
16/10/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$3.600.000
01/11/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$3.780.000
16/11/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$3.960.000
01/12/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$4.140.000
16/12/2017	45.000	\$4,00	\$180.000					\$4.320.000

INVENTARIO, METODO PEPS MARACUYA

FECHA DE COMPRA MP	ENTRADAS			SALIDAS			INVENTARIO	
	UNIDADES GR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR	UNIDADES	VALOR
01/01/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$157.500
16/01/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$315.000
01/02/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$472.500
16/02/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$630.000
01/03/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$787.500
16/03/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$945.000
01/04/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$1.102.500
16/04/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$1.260.000
01/05/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$1.417.500
16/05/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$1.575.000
01/06/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$1.732.500
16/06/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$1.890.000
01/07/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.047.500
16/07/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.205.000
01/08/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.362.500
16/08/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.520.000
01/09/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.677.500
16/09/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.835.000
01/10/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$2.992.500
16/10/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$3.150.000
01/11/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$3.307.500
16/11/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$3.465.000
01/12/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$3.622.500
16/12/2017	37.500	\$4,20	\$157.500					\$3.780.000

TOTAL INVENATRIOS	\$18.482.400
-------------------	--------------

5. MAQUINARIA Y EQUIPOS

Nombre	Cantidad	Precio/Unidad (\$)	Precio Total (\$)	Años de depreciacion	
Licadora	2	\$ 265.000	530.000	3	176.667
Cuchillos	3	\$ 17.980	53.940	3	17.980
Cucharas	5	\$ 5.363	26.815	3	8.938
Recipiente en plástico	8	\$ 4.225	33.800	3	11.267
Congelador	1	\$ 854.000	854.000	5	170.800
Nevera	1	\$ 903.000	903.000	5	180.600
Gramera	1	\$ 79.000	79.000	5	15.800
Filtro de agua	1	\$ 96.000	96.000	5	19.200
Caneca basuras	3	\$ 50.000	150.000	3	50.000
Tablas para picar	2	\$ 45.900	91.800	3	30.600
Botiquín	1	\$ 15.000	15.000	3	5.000
Extintores	1	\$ 30.000	30.000	3	10.000
Señalización	6	\$ 2.500	15.000	3	5.000
TOTAL MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS		2.367.968	2.878.355	Total por año	701.852

MUEBLES Y ENSERES

Nombre	Cantidad	Precio/Unidad (\$)	Precio Total (\$)
Caja registradora	1	499.000	499.000
Meson Acero inoxidable	1	280.000	280.000
Sillas altas	3	44.000	132.000
Mesas Acero inoxidable	2	100.000	200.000
Mueble para caja registradora	1	45.900	45.900
		0	-
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			1.156.900

DEPRECIACIONES

La depreciación se llevará a cabo por el método de línea recta, de acuerdo con la legislación nacional y estableciendo la vida útil.

Elemento o equipo.	Valor total.(\$).	Período a depreciar. (AÑO).	Valor Anual.(\$).
Maquinaria y herramientas.	2.878.355	Dependiendo de la vida útil de cada elemento	701.852
Equipo de oficina. (Muebles y enseres.).	1.156.900	5	231.380
TOTAL DEPRECIACIÓN.			933.232

Valor Anual.(\$).
701.852
231.380
933.232

6. NOMINA

Mano de obra directa

Nómina	Salario básico mensual	Aportes			Aportes Parafiscales			Valor Mensual
		Pensión	Salud	ARP	Caja	I.C.B.F	Sena	
		12,00%	8,5%	0,52%	4%	3%	2%	
Operario	689.455	82.735	58.604	3.599	27.578	20.684	13.789	206.988
Total	689.455	82.735	58.604	3.599	27.578	20.684	13.789	206.988
Nómina	Salario básico mensual	Auxilio de Transporte	Total	Prestaciones Sociales Directas				
				Cesantía	Prima	Vacaciones	Interés	
				8,33%	8,33%	4,17%	12%	
Operario	689.455	77.700	767.155	63.904	63.904	31.990	7.668	934.622
Total	689.455	77.700	767.155	63.904	63.904	31.990	7.668	934.622

Proyección mano de obra directa

NÓMINA	SALARIO BÁSICO MES (\$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operario	689.455	8.273.460	8.521.664	8.777.314	9.040.633	9.311.852
Total salarios	689.455	8.273.460	8.521.664	8.777.314	9.040.633	9.311.852
Auxilio de transporte	77.700	932.400	960.372	989.183	1.018.859	1.049.424
Pensión	82.735	992.815	1.022.600	1.053.278	1.084.876	1.117.422
Salud	58.604	703.244	724.341	746.072	768.454	791.507
ARP	3.599	43.187	44.483	45.818	47.192	48.608
Caja	27.578	330.938	340.867	351.093	361.625	372.474
I.C.B.F	20.684	248.204	255.650	263.319	271.219	279.356
Sena	13.789	165.469	170.433	175.546	180.813	186.237
Vacaciones	31.990	383.884	395.401	407.263	419.481	432.065
Prima de servicios	63.904	766.848	789.854	813.549	837.956	863.094
Cesantías	63.904	766.848	789.854	813.549	837.956	863.094
Intereses de cesantías	7.668	92.022	94.782	97.626	100.555	103.571
Total Nómina	1.141.610	13.699.321	14.110.300	14.533.609	14.969.617	15.418.706

7. NOMINA ADMINISTRATIVA

Nómina	Salario básico mensual	Aportes			Aportes Parafiscales			Valor Mensual
		Pensión	Salud	ARP	Caja	I.C.B.F	Sena	
		12,00%	8,5%	0,52%	4%	3%	2%	
Gerente	900.000	108.000	76.500	4.698	36.000	27.000	18.000	270.198
Administradora	900.000	108.000	76.500	4.698	36.000	27.000	18.000	270.198
Total	1.800.000	216.000	153.000	9.396	72.000	54.000	36.000	540.396
Nómina	Salario básico mensual	Auxilio de Transporte	Total	Prestaciones Sociales Directas				
				Cesantía	Prima	Vacaciones	Interés	
				8,33%	8,33%	4,17%	12%	
Gerente	900.000	77.700	977.700	81.442	81.442	40.770	9.773	1.191.128
Administradora	900.000	77.700	977.700	81.442	81.442	40.770	9.773	1.191.128
Total	1.800.000	155.400	1.955.400	162.885	162.885	81.540	19.546	2.382.256

8. PROYECCION DE MANO DE OBRA INDIRECTA

NÓMINA	SALARIO BÁSICO MES (\$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	900.000	10.800.000	11.124.000	11.457.720	11.801.452	12.155.495
Administradora	900.000	10.800.000	11.124.000	11.457.720	11.801.452	12.155.495
Total salarios	1.800.000	21.600.000	22.248.000	22.915.440	23.602.903	24.310.990
Auxilio de transporte	155.400	1.864.800	1.920.744	1.978.366	2.037.717	2.098.849
Pensión	216.000	2.592.000	2.669.760	2.749.853	2.832.348	2.917.319
Salud	153.000	1.836.000	1.891.080	1.947.812	2.006.247	2.066.434
ARP	9.396	112.752	116.135	119.619	123.207	126.903
Caja	72.000	864.000	889.920	916.618	944.116	972.440
I.C.B.F	54.000	648.000	667.440	687.463	708.087	729.330
Sena	36.000	432.000	444.960	458.309	472.058	486.220
Vacaciones	81.540	978.482	1.007.837	1.038.072	1.069.214	1.101.290
Prima de servicios	162.885	1.954.618	2.013.256	2.073.654	2.135.864	2.199.940
Cesantías	162.885	1.954.618	2.013.256	2.073.654	2.135.864	2.199.940
Intereses de cesantías	19.546	234.554	241.591	248.838	256.304	263.993
Total Nómina	2.922.652	35.071.824	36.123.979	37.207.698	38.323.929	39.473.647

9. COSTOS DE PRODUCCION

Costos indirectos de fabricación

CONCEPTO.	Valor Mensual (\$).	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de Equipos.	10.000	120.000	123.600	127.308	131.127	135.061
Dotaciones cada 4 meses	30.000	360.000	370.800	381.924	393.382	405.183
Montajes y Asistencia Técnica.	10.000	120.000	123.600	127.308	131.127	135.061
Servilletas	16.000	192.000	197.760	203.693	209.804	216.098
Vasos plásticos 12 Onz	87.000	1.044.000	1.075.320	1.107.580	1.140.807	1.175.031
Pitillos	27.000	324.000	333.720	343.732	354.044	364.665
TOTAL CONSUMO CIF.	180.000	2.160.000	2.224.800	2.291.544	2.360.290	2.431.099

Total de costos de producción

CONCEPTO.	Valor Mensual (\$).	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DEL CONSUMO DE MATERIA PRIMA. (\$).	1.540.200	18.482.400	19.036.872	19.607.978	20.196.218	20.802.104
Total Nómina	4.064.262	48.771.145	50.234.279	51.741.307	53.293.546	54.892.353
TOTAL CONSUMO CIF.	180.000	2.160.000	2.224.800	2.291.544	2.360.290	2.431.099

TOTAL COSTO DE PRODUCCION	5.784.462	69.413.545	71.495.951	73.640.829	75.850.054	78.125.556
----------------------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Depreciaciones

Depreciaciones	933.232	933.232	933.232	933.232	933.232	933.232
----------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Aumento de precios

3%

10. GASTOS PREOPERATIVOS

Gastos de constitución de la empresa

Concepto	Valor Estimado. (\$).
Registro el 0,7%	70.000
Juego de formularios Cámara de Comercio.	9.300
Derechos de matrícula mercantil	138.000
Derecho de inscripción	32.000
Inscripción de los libros.	10.300
TOTAL	259.600

Gastos Anuales de preoperativos

CONCEPTO.	Valor Mensual. (\$).	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
------------------	---------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Servicio de Agua.	75.000	900.000	927.000	954.810	983.454	1.012.958
Servicio de Luz.	75.000	900.000	927.000	954.810	983.454	1.012.958
Arriendo	500.000	6.000.000	6.180.000	6.365.400	6.556.362	6.753.053
Contador	180.000	2.160.000	2.224.800	2.291.544	2.360.290	2.431.099
TOTAL GASTOS ANUALES DE PREOPERATIVOS.	830.000	9.960.000	10.258.800	10.566.564	10.883.561	11.210.068

11. GASTOS DE VENTAS

Gastos Anuales de Ventas

CONCEPTO.	Valor Mensual. (\$).	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseño Publicitarios	63.333	760.000	782.800	806.284	830.473	855.387

Comunicación	25.000	300.000	309.000	318.270	327.818	337.653
Promoción	8.333	100.000	103.000	106.090	109.273	112.551
TOTAL GASTOS ANUALES DE VENTAS.	96.667	1.160.000	1.194.800	1.230.644	1.267.563	1.305.590

12. INVERSION

Inversión inicial

Concepto.	Valor (\$).
Capital de trabajo	4.978.910
Dos meses de gastos generales.	1.660.000
Maquinaria y equipo.	2.878.355
Muebles y enseres.	1.156.900
Puesta en Marcha	259.600

Montajes y asistencia técnica.	10.000
Materia prima e insumos para tres meses	4.620.600
Arriendo	500.000
TOTAL INVERSIÓN (\$).	16.064.365

13. ESTADO DE RESULTADOS

Estado de resultados proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	87.480.000	92.807.532	98.459.511	104.455.695	110.817.047
Costo de materia prima	18.482.400	19.036.872	19.607.978	20.196.218	20.802.104
Mano de Obra Directa	13.699.321	14.110.300	14.533.609	14.969.617	15.418.706
Mano de Obra administrativa.	35.071.824	36.123.979	37.207.698	38.323.929	39.473.647
Depreciación	933.232	933.232	933.232	933.232	933.232
Otros Costos	2.160.000	2.224.800	2.291.544	2.360.290	2.431.099

Total costos de operación	70.346.776	72.429.183	74.574.061	76.783.286	79.058.788
Utilidad Bruta	17.133.224	20.378.349	23.885.450	27.672.409	31.758.259
Gasto de Ventas	1.160.000	1.194.800	1.230.644	1.267.563	1.305.590
Gastos Preoperativos	9.960.000	10.258.800	10.566.564	10.883.561	11.210.068
Gastos de constitucion	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	6.013.224	8.924.749	12.088.242	15.521.285	19.242.601
Intereses	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	6.013.224	8.924.749	12.088.242	15.521.285	19.242.601
Impuestos Renta 25 %	1.503.306	2.231.187	3.022.060	3.880.321	4.810.650
Utilidad Despues de impuestos	4.509.918	6.693.562	9.066.181	11.640.964	14.431.951
Reservas 10%	450.992	669.356	906.618	1.164.096	1.443.195
Utilidad del Ejercicio	4.058.926	6.024.206	8.159.563	10.476.867	12.988.756

14. FLUJO DE CAJA

Flujo de caja proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL EN CAJA	12.029.110	18.975.565	27.330.241	38.120.527	51.552.982
INGRESOS					
VENTAS	87.480.000	92.807.532	98.459.511	104.455.695	110.817.047
APORTE COOPERADOS	0				
CREDITO	0				
TOTAL INGRESOS	87.480.000	92.807.532	98.459.511	104.455.695	110.817.047
EGRESOS					

Depreciacion acumulada	0	933.232	1.866.463	2.799.695	3.732.927	4.666.158
Total Activo Fijo	4.035.255	3.102.023	2.168.792	1.235.560	302.328	-630.903
TOTAL ACTIVO	16.064.365	22.077.589	29.499.032	39.356.087	51.855.311	67.217.591
PASIVO						
Impuestos X Pagar	-	1.503.306	2.231.187	3.022.060	3.880.321	4.810.650
Obligaciones Financieras	-	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	0	1.503.306	2.231.187	3.022.060	3.880.321	4.810.650
PATRIMONIO						
Capital Social	16.064.365	16.064.365	16.064.365	16.064.365	16.064.365	16.064.365
Reserva Legal Acumulada	-	450.992	1.120.348	2.026.966	3.191.062	4.634.258
Utilidades Retenidas	-	0	4.058.926	10.083.132	18.242.695	28.719.562
Utilidades del Ejercicio	-	4.058.926	6.024.206	8.159.563	10.476.867	12.988.756
TOTAL PATRIMONIO	16.064.365	20.574.283	27.267.845	36.334.026	47.974.990	62.406.941
TOTAL PAS + PAT	16.064.365	22.077.589	29.499.032	39.356.087	51.855.311	67.217.591
	0	0	0	0	0	0

16. INDICADORES FINANCIEROS

INDICADORES FINANCIEROS						
INDICADORES	FORMULA	1	2	3	4	5
LIQUIDEZ						
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE-PASIVO CORRIENTE	17.472.259	25.099.053	35.098.466	47.672.661	63.037.844
LIQUIDEZ	ACT CORRIENTE/PASIVO CORRIENTE	12,62	12,25	12,61	13,29	14,10
PRUEBA ACIDA	ACT COR -INVENTARIOS/PASIVO CORR	12,62	12,25	12,61	13,29	14,10
ACTIVIDAD						
ROTACION CAPITAL DE TRABAJO	VENTAS NETAS/ CAP DE TRABAJO	5,01	3,70	2,81	2,19	1,76

ROTACION PATRIMONIO	VTAS NETAS/PATRIMONIO	4,25	3,40	2,71	2,18	1,78
ROTACION CARTERA	VTAS NETAS/CUENTAS X PAGAR	0	0	0	0	0
ROTACION ACTIVO FIJO	VTAS NETAS /ACT FIJOS	28,20	42,79	79,69	345,50	0,00
ROTACION ACTIVO TOTAL	VTAS NETAS/ACTIVO TOTAL	3,96	3,15	2,50	2,01	1,65
ENDEUDAMIENTO						
ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL/ ACTIVO TOTAL	0,07	0,08	0,08	0,07	0,07
SOLVENCIA	PATRI / ACT FIJO	6,63	12,57	29,41	158,69	0
RENTABILIDAD						
RENTABILIDAD DE LA INVERSION	UTILIDAD NETA/ ACTIVO TOTAL	18%	20%	21%	20%	19%
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	UTILIDAD NETA/ PATRIMONIO	20%	22%	22%	22%	21%
RENTABILIDAD OPERATIVA	UTILI NETA/ VENTAS NETAS	5%	6%	8%	10%	12%
RELACION UTILIDAD COSTOS	UTLID NETA/ COSTOS TOTALES	6%	8%	11%	14%	16%

17. EVALUACION

		FLUJOS NETOS DE EFECTIVO				
	INVERSION INICIAL	PYG1	PYG 2	PYG 3	PYG 4	PYG 5
	-16.064.365	4.058.926	6.024.206	8.159.563	10.476.867	12.988.756
TASA DE INVERSION	VPN	\$ 13.955.487,50				
	TIR	33,91%				

TIO	10%
INFLACION NIVEL DE RIESGO METODOS DE INVERSION	

COTIZACIONES PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

A business card with a black background and colorful, glowing abstract shapes. The text is as follows:

Eduardo Urrea
Cel: 312 806 0116
867 5856

FUSA 1 Publi Avisos

Fusaqasuqá
Carrera 5 N # 6-32 publiavisoseu@gmail.com

3000 volantes 1/4 carta \$ 100.000.
6 retoblos _____ \$ 240.000
1000 tarjetas presento \$ 40.000.
1 Aviso 2x70 - \$ 70.000.
1 Aviso vidrio 1m x 80 \$ 50.000.



Punto Gráfico

Cra. 5 No. 6-56 Fusagasugá
 Cel. 310 309 9439
 puntografico18@gmail.com

- Litografía ●
- Papelería Comercial ●
- Diseño Gráfico ●
- Impresión Digital ●

DÍA			CANT.	DETALLE	VALOR
		AÑO	2.000	50 laminas 1/4 color	100.000
Cliente			6 40x40	Petablos de aluminio	150.000
			1.000	Tornetes folk color	40.000
Dirección			1	ART 20 con marco 2x07	140.000
			2	ART 20 con marco 7x08	80.000
			5	ART 20 aluminio	250.000
				1180 vidrio →	



Cotización página Web

Cliente: PULPA BATIDOS

Fecha: 3 de marzo 2016

Fusagasugá

Gracias por contactarnos. A continuación les presentamos nuestra propuesta que incluye información detallada de cada servicio, tanto en diseño, alojamiento en internet, así como programación y soporte relacionado con su proyecto página web

SERVICIOS

DISEÑO DE WEB + DISEÑO GRAFICO

PROGRAMACION WEB

MANTENIMIENTO DEL SITIO WEB

HOSTING Y DOMINIO

Valor \$300.000 Incluido iva.

Cordialmente

Andrés Caviaras,

Ingeniero de sistemas

Cel. 3114567856



HABITOS SALUDABLES

Encuestados: 50 personas

Hombres:24 Mujeres:26

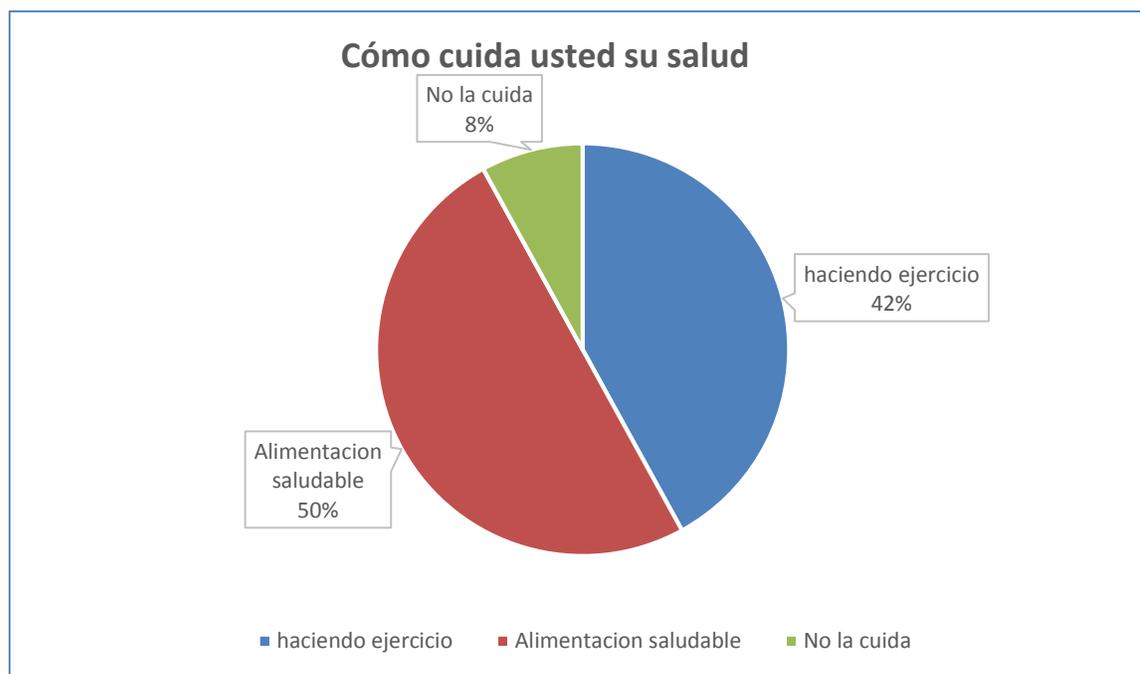
Ocupación: Estudiantes: 30 Docentes: 8 Independientes: 7 Otros: 5

Estado civil: Sotero: 34 Casado: 11 Divorciado: 5

Edad: Entre 15 y 25 años:29 Entre 26 y 36 años:16 De 37 años en adelante:5

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Haciendo ejercicio	Alimentación saludable	No la cuida
21	25	4

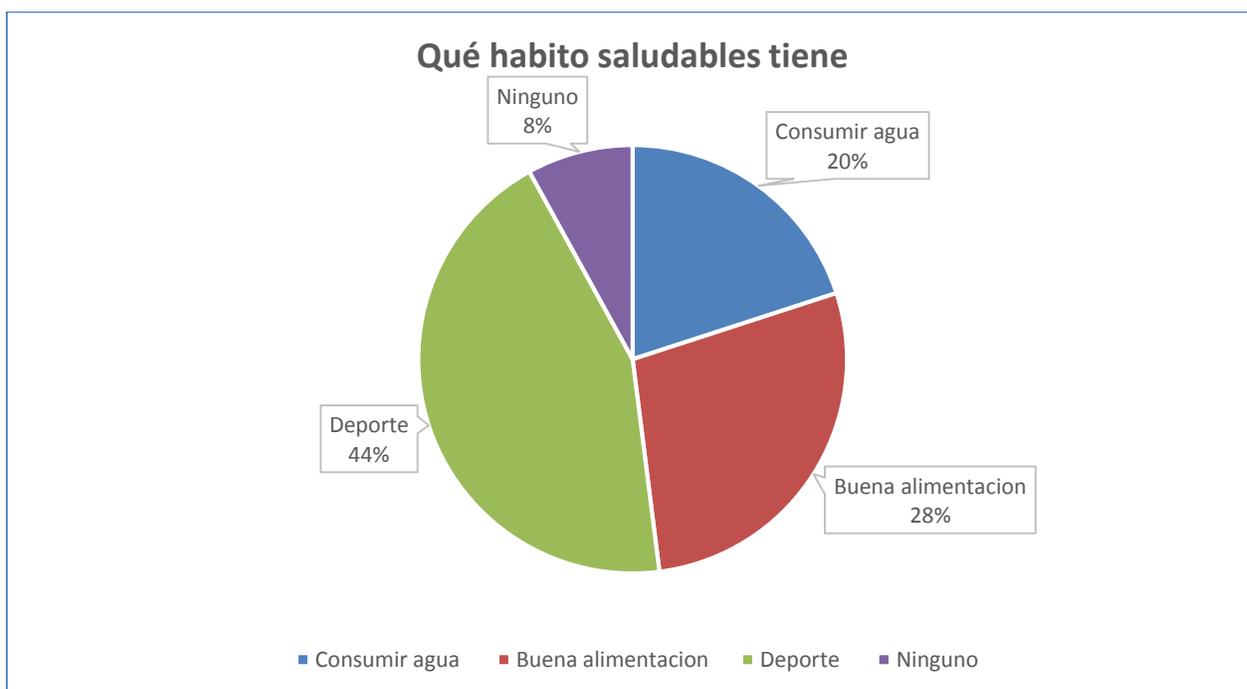


En la encuesta realizada a 50 personas podemos analizar que 21 personas cuidan su salud haciendo ejercicio y equivale a un porcentaje de 42%, 25 personas con una buena alimentación con un porcentaje del 50% y 4 personas no cuidan su salud con un porcentaje del 8% para un total del 100%.



2. ¿Qué hábito saludable tiene?

Consumir agua	Buena alimentación	Deporte	Ninguno
10	14	22	4

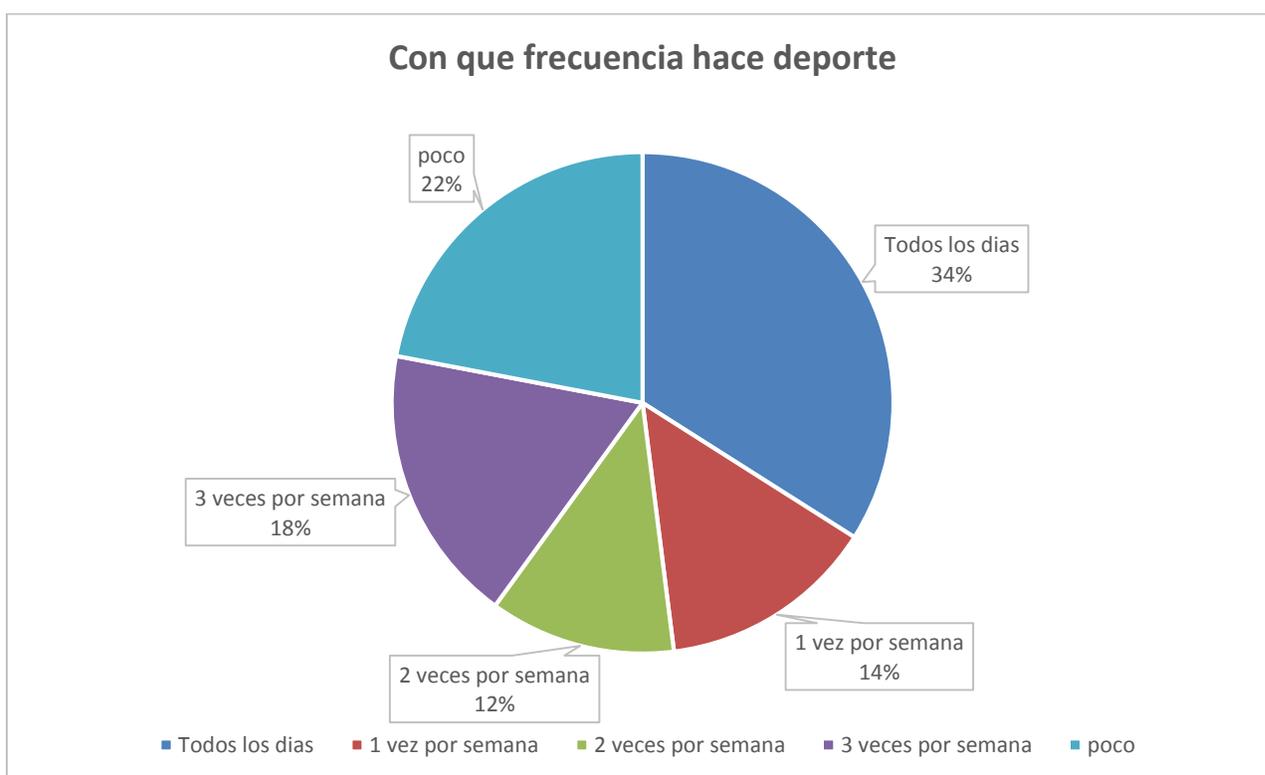


En los hábitos saludables se encontró que 10 personas consumen agua con un porcentaje del 20%, 14 personas tienen buena alimentación con un porcentaje del 28%, 22 personas hacen ejercicio con un porcentaje del 44% y 4 personas no tienen ningún hábito saludable con un porcentaje del 8% para un total del 100%



3. ¿Con que frecuencia hace deporte?

Todos los días	1 vez por semana	2 veces por semana	3 veces por semana	Poco
17	7	6	9	11

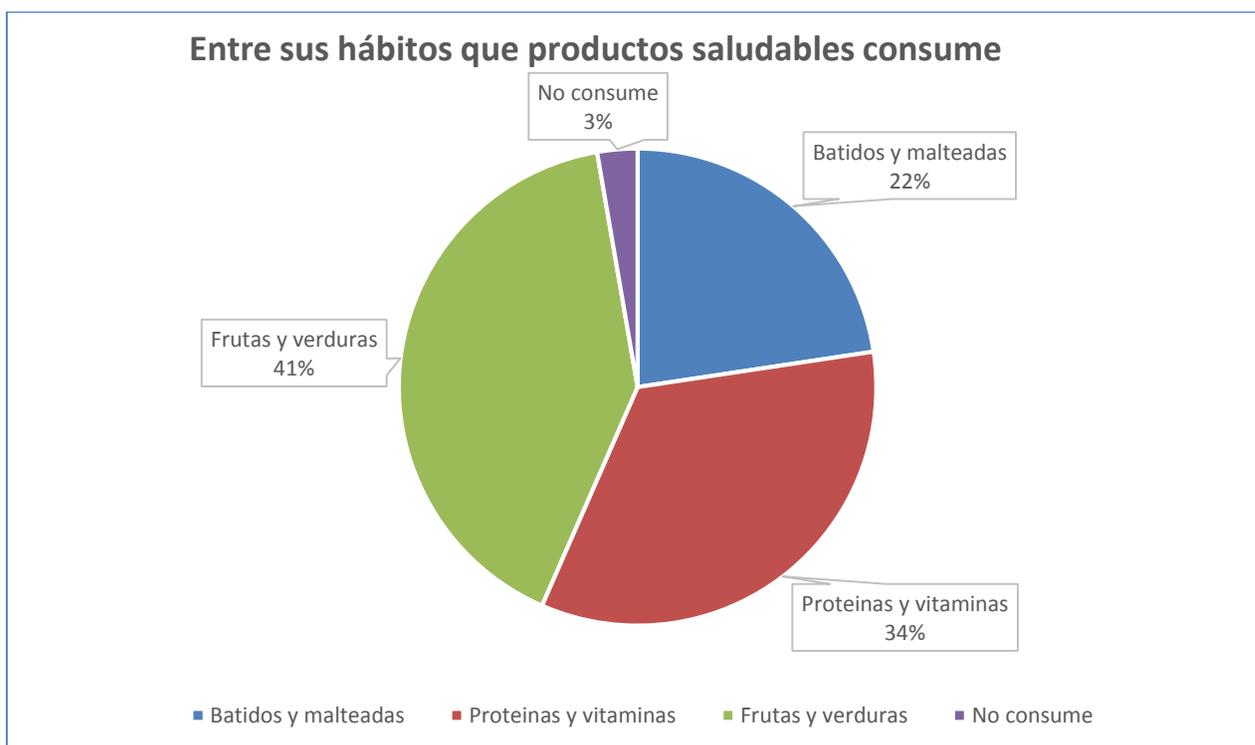


En cuanto a con qué frecuencia las personas hacen deportes encontramos el mayor puntaje con un 34% de 17 personas que hacen deporte todos los días, luego un 22% de 11 personas que poco hacen ejercicio, seguido de un 18% de 9 personas q hacen deporte 3 veces por semana, luego con un 14% de 7 personas que hacen deporte 1 vez por semana, y con un 12% de 6 personas que hacen deporte 2 veces por semana para un total del 100%.



4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Batidos y malteadas	Proteínas y vitaminas	Frutas y verduras	No consume
10	15	18	7

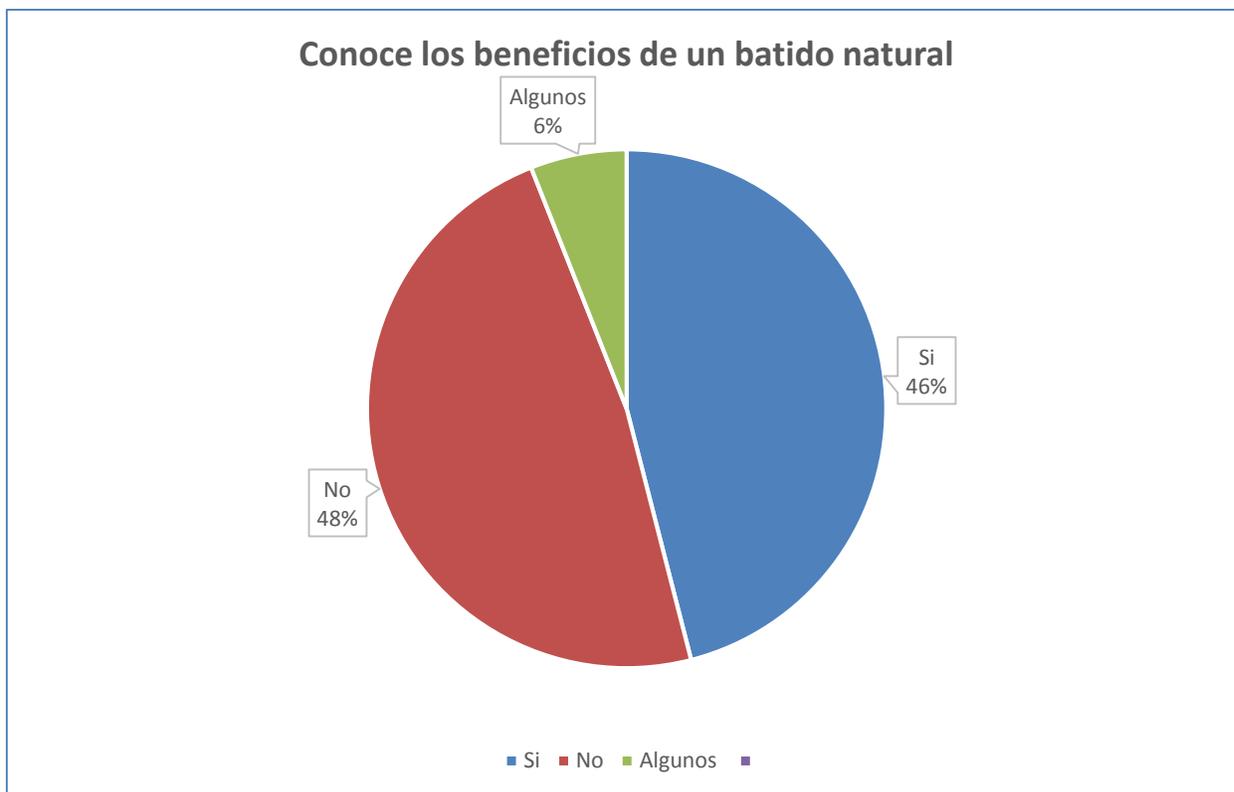


Para saber los productos saludables que las personas consumen encontramos un 41% de 18 personas que consumen frutas y verduras, un 34% de 15 personas que consumen proteínas y vitaminas, un 22% de 10 personas que consumen batidos y malteadas y un 3% de 7 personas que no consumen nada saludable de un 100%.



5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

Si	No	Algunos
23	24	3



En cuanto a si la gente conoce o no conoce los beneficios de un batido natural tenemos que un 48% de 24 personas no conocen los beneficios de un batido natural, un 46% de 23 personas si conocen los beneficios de un batido natural y un 6% de 3 personas que conocen los beneficios de algunos batidos para un total del 100%.



6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si	No	Depende
38	5	7



También observamos en la encuesta realizada a las 50 personas encuestadas que un 40% de 38 personas que si consumirían un batido natural, un 35% de 7 personas que dependen del batido lo consumirían y un 25% de 5 personas no consumirían un batido natural para un total del 100%.

CARTA INTENCION DE ARRIENDO



Fusagasuga, febrero 25 de 2016

Señoras
Paola Andrea Garcia Calderon
Ruth Everlyn River Pabon
Fusagasuga

ASUNTO: PROPUESTA ARRIENDO

Cordial saludo,

Por medio del presente me permito colocar a su disposición tomar en arriendo 3,06 metros de largo por 2,96 metros de ancho del supermercado LA OLIMPICA ubicado en la transversal 12 # 18ª - 11 barrio piedra grande municipio de fusagasuga. El precio mensual de arrendamiento será de \$500.000, y sus servicios como agua y luz tendrán un precio de \$150.000 mensual.

Atentamente,


ELIAS CALDERON DICELIZ
Propietario supermercado LA OLIMPICA
Cel: 3143729294



COTIZACIONES MUEBLES Y ENSERES

Mesón en acero inoxidable

OLX meson-cocina-acero-inoxidable Ingresar Registrarse ? Publica un anuncio gratis

Vendo Equipos Gran Oportunidad

Plancha, freidora, Estufa de 4puestos con poceta industrial, marca CACINO, 2 mesas de trabajo en acero inoxidable, 1baño Maria frio con entrepaños en acero inoxidable, 2 neveras Challenger, menaje,....
Almacenes - Oficinas - Bogotá

 **Meson de cocina en acero inoxidable** \$270.000 Negociable 3 Mar
Meson en acero inoxidable en perfectas condiciones medidas: Largo: 1,60mts Ancho:0,60mm Se vende con griferia
Muebles - Bogotá

 **Montaje De Restaurante** \$25.000.000 Negociable 3 Mar
Se vende montaje de restaurante cocina en acero inoxidable con mesones, lavaplatos doble, estufa industrial, bbq, campana, mesas silleteria y demas menaje
Almacenes - Oficinas - Cumaral

 **Mesón en acero inoxidable cocina** \$300.000 Negociable 29 Feb
Vendo mesón en acero inoxidable para cocina, excelente estado, es de 2.47 mts tiene la canilla y las mangueras. Información: 3128720716 - 5865158
Bogotá, Mayor, Tu Casa, Medellín

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Minicomponente

mercado libre Inscríbete Ingresa Vender

Volver al listado | Electrónica, Audio y Video > Audio para el Hogar > Minicomponentes > Sony Publicación #421512075 Denunciar

Minicomponente Sony Bluetooth® - Cmt-sbt100 

9 vendidos



\$ 499.000

1 cuota de \$ 499.000 con 

Más opciones

Entrega a acordar con la tienda
Funza (Cundinamarca)
Ver costos de envío

Cantidad: **Comprar**   

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador. 
Ve a Configuración para activar Windows.



Sillas

mercado libre

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Industria Gastronómica > Mobiliario Café Bar Publicación #420928521 Denunciar | Vender uno igual

Muebles Bar, Sillas Altas, Sillas Restaurante, Silla Barra

Artículo nuevo 1 vendido



\$ 45.240

1 cuota de \$ 45.240 con **mercado pago**
VISA
Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá (Bogotá D.C.)
[Consultar costos](#)

¡Último disponible!

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador

Caja registradora

¡SUSCRIBETE Y GANA \$20.000! LINIO PLUS VENTAS CORPORATIVAS TARJETA LINIO VENDE EN LINIO AYUDA PEDIDOS INICIAR SESIÓN

LINIO

CATEGORÍAS Suministros de oficina > Caja Registradora Casio Alfanumerica Termica Pcr T280 -Negro

Caja Registradora Casio Alfanumerica Termica Pcr T280 -Negro

Marca **Casio** ★★★★★ 1 reseñas | [Escribe tu reseña](#)



- Impresión de 7 líneas por segundo.
- Utiliza papel termico 58MM.
- 3 Llaves de seguridad para diferentes funciones Doble pantalla.
- Puede registra hasta 1200 articulo diferentes.
- Pantalla que muestra a sus clientes el total.
- Le permite recibir tarjeta , efectivo o cheque.
- Puede registrar el total de sus ventas durante el día .

Enviado y Vendido por: **MAIO TIENDA ONLINE SAS (MKP)**

~~\$530.000~~ - 11%
\$469.900
Ahorra \$60.100

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria. Si no la tienes, solicitala ahora

Entrega estimada en 6 días hábiles

PROTECCIÓN AL COMPRADOR
Activar Windows
Ver Configuración para activar W



COTIZACIONES MAQUINARIA Y EQUIPO

Licuadaora

HOME CENTER SOINMAC CORONA

Inicia sesión ó Regístrate

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA

Ingresar una búsqueda

Homecenter.com.co > Cocinas > Utensilios de Cocina > Complementos de cocina > Utensilios > Cuchillos en acero x 5 unidades base magnética

Cuchillos en acero x 5 unidades base magnética

30 Unidades disponibles

SKU: 228274



Imagen

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

\$ 129.900

Acumulas: 129 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 129.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- [Envío a domicilio](#) [Ver opciones](#)
- [Retira tu compra en tienda](#) [Ver opciones](#)
- [Disponibilidad en tiendas](#) [Ver disponibilidad](#)

Activar Windows

Cuchillos

Unicas

HOME CENTER SOINMAC CORONA

Inicia sesión ó Regístrate

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA

Ingresar una búsqueda

Homecenter.com.co > Electrodomésticos > Pequeños electrodomésticos > Licuadoras, batidoras, extractores, exprimidores > Oster Licuadora con Motor Reversible

Licuadora con Motor Reversible Oster

SKU: 201924



Esta foto ha sido ambientada y No incluye ningún objeto decorativo o que No esté dentro de la descripción del producto.

Imaoen

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

\$ 265.000

Acumulas: 265 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR	N° de cuotas	Valor de la cuota
	1	\$ 265.000

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- [Envío a domicilio](#) [Ver opciones](#)
- [Retira tu compra en tienda](#) [Ver opciones](#)
- [Disponibilidad en tiendas](#) [Ver disponibilidad](#)

Activar Windows

Ve a Configuración para activar Window



Cucharas

¡SUSCRIBETE Y GANA \$20.000! LINIO PLUS VENTAS CORPORATIVAS TARJETA LINIO VENDE EN LINIO AYUDA PEDIDOS INICIAR SESION

LINIO Busca productos **BUSCAR**

CATEGORÍAS Inicio Artículos Cocina Cuchara medidora de acero inoxidable de 5pcs Set Kit de herramienta de utensilio Xmas Christmas la Navidad

Cuchara medidora de acero inoxidable de 5pcs Set Kit de herramienta de utensilio Xmas Christmas la Navidad

Marca **Best Choice** ★★★★★ No hay reseñas | Escribe tu reseña



Producto a importar

¡Disfruta lo mejor del mundo con Garantía Linio!

- Garantía Linio: Satisfacción Linio de 5 días hábiles
- Devoluciones: 5 días hábiles. Aplican restricciones.
- Cancelaciones: Antes de confirmar el envío
- Garantía adicional: Sujeta a la marca o vendedor
- Disponibilidad de envío sujeto a zona postal
- Productos sujetos a inspección aduanal
- Factura fiscal: No disponible
- Más información.

~~\$37.768~~ - 29%
\$26.815
Ahorra \$10.953

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria. Si no la tienes, solicítala ahora

COMPRAR AHORA

PROTECCIÓN AL COMPRADOR
Activar Windows
NECESITAS AYUDA? (1) 9157 8881 | 2577

Recipientes plásticos

¡SUSCRIBETE Y GANA \$20.000! LINIO PLUS VENTAS CORPORATIVAS TARJETA LINIO VENDE EN LINIO AYUDA PEDIDOS INICIAR SESION

LINIO Busca productos **BUSCAR**

CATEGORÍAS Inicio Artículos Cocina Contenedores y Toppers Recipientes Recipiente Set x 4 Unidades 0.55 Litros Haixin-Transparente con Azul

Recipiente Set x 4 Unidades 0.55 Litros Haixin-Transparente con Azul

Marca **Haixin** ★★★★★ No hay reseñas | Escribe tu reseña



2 DISPONIBLES

- Material: Plástico.
- Set x 4 recipientes cuadrados.
- Ideal para alimentos.
- Capacidad de cada recipiente: 550ML.
- Apto para microondas, refrigerador y lavavajillas.
- Indicador de medidas en onzas, tazas y ml.

Enviado y Vendido por: **HOME SENTRY** 4 de 5

~~\$16.950~~ - 65%
\$5.950
Ahorra \$11.000

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatria. Si no la tienes, solicítala ahora

COMPRAR AHORA

Entrega estimada en 7 días hábiles (?)

PROTECCIÓN AL COMPRADOR
Activar Windows



Nevera 1

Unicas

HOMECENTER
SODIMAC corona

Inicia sesión ó Regístrate

Buscar por Categorías Buscar por Proyectos e Ideas CUNDINAMARCA Ingrese una búsqueda

Homecenter.com.co > Línea Institucional > Menaje y Cocina > Electrodomésticos > Challenger Congelador vertical, 130 Litros, V425, Blanco

Congelador vertical, 130 Litros, V425, Blanco Challenger

SKU: 207027 f t @

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

\$ 854.000 UND
Acumulas: 854 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR N° de cuotas: 1 Valor de la cuota: \$ 854.000

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio Ver opciones
- Retira tu compra en tienda No disponible
- Disponibilidad en tiendas No disponible

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Wi

Nevera 2

CATEGORÍA **CONGELADORES ECOFRÍAL**



ICC-500

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

- Tubería de cobre para asegurar una larga vida a su inversión.
- Gabinete exterior e interior en lámina galvanizada recubierta con pintura epoxi-poliéster con aplicación electrostática en color blanco.
- Aislamiento en poliuretano que aumenta la eficiencia y reducen los consumos de energía.
- Congeladores con puertas de cristal corredizas con cerradura incorporada.
- Congeladores con puertas sólidas batientes en lámina galvanizada inyectadas con poliuretano.
- Agente expansivo Ciclopentano que contribuye a la protección del medio ambiente.

IDEAL PARA REFRIGERAR

-
-
-
-

Nuestras marcas ofrecen los mejores equipos para mantener sus productos en las condiciones ideales de refrigeración, gracias a su moderno y vanguardista componente tecnológico.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Wi



Gramera

Únicas

HOMECENTER
SODIMAC corona

Inicia sesión | Registrarse

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA

Ingresa una búsqueda

Homecenter.com.co > Línea Institucional > Menaje y Cocina > Menaje para cocinar > Bernar Balanza electrónica 5.5 kilos

Balanza electrónica 5.5 kilos Bernar

24 Unidades disponibles

SKU: 214875

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

\$ 79.900

Acumulas: 79 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 79.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
- Disponibilidad en tiendas [Ver disponibilidad](#)

Esta foto ha sido ambientada y No incluye ningún objeto decorativo o que No esté dentro de la descripción del producto.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows

Canecas de reciclaje de basuras

mercado libre

Inscríbete | Ingresa | Vender

Punto Ecológico 53 Litros 3 Canecas De Reciclaje Basura

Artículo nuevo 8 vendidos



\$ 280.000

1 cuota de \$ 280.000 con **mercado pago**

VISA **MÁS OPCIONES**

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá (Bogotá D.C.)
[Consultar costos](#)

¡Último disponible!

[Comprar](#)

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows



Tabla para picar frutas

Únicas

HOMECENTER
SODIMAC CORONA

Inicia sesión ó Regístrate

Buscar por Categorías | Buscar por Proyectos e Ideas | CUNDINAMARCA | Ingrese una búsqueda

Homecenter.com.co > Línea Institucional > Meneje y Cocina > Tabla para picar roja profesional

Tabla para picar roja profesional

85 Unidades disponibles

SKU: 185443

Mostrar precio en: CUNDINAMARCA

\$45.900

Acumulas: 45 CMR Puntos

Cantidad: 1 [Agregar al carro](#) [Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas	Valor de la cuota
1	\$ 45.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

- Envío a domicilio [Ver opciones](#)
- Retira tu compra en tienda [Ver opciones](#)
- Disponibilidad en tiendas [Ver disponibilidad](#)

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Window

Filtro de agua

¡SUSCRIBETE Y GANA \$20.000! | LINIO PLUS | VENTAS CORPORATIVAS | TARJETA LINIO | VENDE EN LINIO | AYUDA | PEDIDOS | INICIAR SESIÓN

Busca productos [BUSCAR](#)

CATEGORÍAS > Inicio > Línea Blanca > Refrigeración > Dispensadores de Agua > Filtro Purificador de Agua Bioenergetico con Capacidad de 14 Litros

Filtro Purificador de Agua Bioenergetico con Capacidad de 14 Litros

Marca [COMPRAS Y VENDES BOGOTA](#) ★★★★★ No hay reseñas | Escribe tu reseña

3 DISPONIBLES

- Larga vida útil por la fabricación
- Excelente terminación, acabados y sus líneas de construcción
- Pensado en cubrir todas tus necesidades.
- Posee un filtro de cerámica en la parte superior especial para filtrar sólidos y bacterias peligrosas
-

Enviado y Vendido por: [COMPRAS Y VENDES BOGOTA \(MKP\)](#) 4 de 5

~~\$207.000~~ - 13%
\$180.900
Ahora \$27.000

Recibe un 20% de descuento al pagar con tu Tarjeta Linio Colpatría. Si no la tienes, solicítala ahora

[COMPRAR AHORA](#)

Entrega estimada en 8 días hábiles

PROTECCIÓN AL COMPRADOR

CHAT

SEGURIDAD



EXTINTORES "EL SUTAGAO"
NIT. 11.381.860-1

VENTA Y RECARGUE DE EXTINTORES * EQUIPOS DE CARRETERA

CARRERA 5 N°. 6-16 * CELULARES.: (311) 2847570
TELEFONO: 886 8285 * FUSAGASUGA * CUND.

Fecha: 08/03/2016 **COTIZACION**
Nombre: POLPA VOTOS **Nº 0935**
Dirección: _____ Tel: _____

CANT.	ARTICULOS	Vr. UNIT.	Vr. TOTAL
	Señalizaciones	2.500	
	Extintor de 5 lbs completo con multipropósito	30.000	
	Botiquín en lona pequeña surtido	15.000	
	Botiquín en lamina pq	40.000	
TOTAL \$			

VENDEDOR: 

GLOBAL IMPRESORES FUSAGASUGA - CUNDINAMARCA - NIT. 91.619.795-4

EXTINTORES "EL SUTAGAO"

Venta y Recarga de Extintores
Botiquines y Equipos de Carretera - Avisos
Trabajos a Domicilio

ENRIQUE ALFONSO BUENO
(EL SARGENTO)

CARRERA 5 No. 6-16 TEL.: 886 8285 - CELS.: 311 2847570
FUSAGASUGA - CUNDINAMARCA
extintoreselsutagao@hotmail.com



COTIZACIONES REQUERIMIENTOS LEGALES

DOCUMENTACION LEGAL



SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

ORDEN DE PAGO

10-15 dias.

CONCEPTO USO DEL SUELO

SESENTA MIL PESOS

(\$60,000) M/CTE

REQUISITOS:

- **Copia recibo de pago del impuesto predial**
2016 *- Semul*

NOTA: RECLAMAR ORDEN DE PAGO SECRETARÍA DE HACIENDA



**FORMATO CERTIFICADO DE VIABILIDAD TECNICA
PARA LA EJECUCION DEL PRESUPUESTO**

Código: FO-DI-015

PROCESO DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

Versión: 1

Página: 1 de 1

Elaboró: Técnico Operativo

Revisó: Jefe Oficina Asesora de Planeación

Aprobó: Comité MECI - CALIDAD Alcalde

VIABILIDAD No.	05-	FECHA	
BANCO DE PROYECTOS			
CODIGO	0500042016		
NOMBRE	FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD EDUCATIVA DE LA POBLACION CON DISCAPACIDAD Y CAPACIDADES Y/O TALENTOS ESCEPCIONALES DE LAS IEO DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA		
CODIGO	010101		
PROGRAMA	NIUNGONO FUERA DEL SISTEMA ESCOLAR		
SUBPROGRAMA			
MONTO TOTAL DEL PROYECTO	DOSCIENTOS DOCE MILLONES OCHOCIENTOS OCHENTA Y NUEVE MIL SEISCIENTOS PESOS MDA CTE (\$ 212.889.600)		
META DEL PRODUCTO			
META	400		
INDICADOR	NUMERO DE NIÑOS Y JOVENES CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES QUE INGRESAN AL SISTEMA EDUCATIVO		
DESTINO	PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA BRINDAR ACOMPAÑAMIENTO PEDAGOGICO A LA POBLACION ESTUDIANTIL CON DISCAPACIDAD DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS OFICIALES DEL MUNICIPIO DE FUSAGASUGA MANUEL HUMBERTO CARDENAS VELEZ, CARLOS LOZANO Y LOZANO, CIUDAD EBEN EZER, GUAVIO BAJO		
COMPONENTE A EJECUTAR			
PRESTACION DE SERVICIOS	VALOR		
VALOR TOTAL	\$ 19.353.600		

Rubro	2311505	SGP Propósito General	\$ 0.00
Propios Libre Destinación	\$ 0.00	Fondos Territoriales	\$ 0.00
Propios Destinación Especifica	\$ 0.00	Regalias	\$ 0.00
SGP Educación	\$ 19.353.600	FOSYGA	\$ 0.00
SGP Alimentación Escolar	\$ 0.00	ETESA	\$ 0.00
SGP Salud	\$ 0.00	REC BCE SGP Educación	\$ 0.00
SGP Agua Potable	\$ 0.00	Aportes Cajas de Compensación SSP	\$ 0.00

TOTAL	\$ 19.353.600
VALOR EN LETRAS	DIECINUEVE MILLONES TRECIENTOS CINCUENTA Y TRES MIL SEISCIENTOS PESOS MDA CTE
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	GENERAL
PERSONA RESPONSABLE	<i>[Firma]</i> CELSO ANIBAL FORERO SECRETARIO DE EDUCACION
DEPENDENCIA	

El suscrito responsable certifica que los ítems solicitados, se encuentran contemplados en el Plan de Acción de Vigencia y hacen parte de los componentes del proyecto y su valor esta del presupuesto inscrito en el Banco de Proyectos.

PARA USO EXCLUSIVO DE LA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

La Oficina Asesora de Planeación certifica la VIABILIDAD TÉCNICA para la ejecución de la presente inversión

REVISO	APROBO
--------	--------



Planificación y Desarrollo Integral del territorio
SOLICITUD CONCEPTO USO DE SUELO

SOLICITANTE

FECHA RADICACIÓN		CONSECUTIVO No.	
I. INFORMACIÓN DEL PREDIO			
NOMBRE DEL PROPIETARIO			
NUMERO CATASTRAL:			
DIRECCION:		BARRIO:	
II. INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:			
NIT:			
TIPO DE LICENCIA DE CONTRUCCIÓN DEL PREDIO		RESIDENCIAL	COMERCIAL
No. DE LICENCIA			
SOLICITA POR 1ª VEZ	SI	NO	ESTABLECIMIENTO EN FUNCIONAMIENTO
			SI NO
III. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE			
NOMBRE:			
IDENTIFICACION:		EXPEDIA EN:	
TELEFONO:			
CORREO ELECTRONICO:			
IV. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE PRETENDE REALIZAR			
V. RECIBIDO			
CEDULA:	NOMBRE A QUIEN RECIBE		FECHA DE RECIBIDO
FIRMA DEL FUNCIONARIO QUE ENTREGA		FIRMA DE QUIEN RECIBE	

SOLICITANTE

FECHA DE RADICADO	
NUMERO DE RADICADO	
FECHA DE RESPUESTA	
OBSERVACIONES	

SEÑOR USUARIO FAVOR ACERCARSE EN LA FECHA INDICADA PARA ESTUDIAR SU SOLICITUD Y PODER CONTINUAR CON SU TRÁMITE PARA LA LEGALIZACION DE SU ESTABLECIMIENTO



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

FUNDACION ANGELITOS EN LA TIERRA

**PROYECTO DE ATENCIÓN A LA
POBLACIÓN EN CONDICIÓN
DE DISCAPACIDAD Y VULNERABILIDAD
DEL MUNICIPIO DE SILVANIA
CUNDINAMARCA.**

Calle 10 # 3-57 Silvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.

Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

1. ENTORNO

El panorama general de atención de la infancia y adolescencia en Colombia, se caracteriza por una serie de factores, que deben ser tenidos en cuenta para orientar de la mejor manera, cualquier iniciativa social encaminada a satisfacer las necesidades de la población con discapacidad y el restablecimiento de sus derechos vulnerados. Los factores principales son:

- La discapacidad.
- Fundamentos socio-políticos de la región del Sumapaz, programas encaminados a la población en condición de discapacidad de la zona de influencia.
- Marco legal: Normativa nacional e internacional para la atención de esta población objetivo.

1.1 La Discapacidad

En Colombia es común encontrar

- Condiciones de rechazo y desaprobación que hacen que sea una situación problemática y difícil para la familia.
- Condiciones de riesgo: involucra factores de riesgo familiar, condiciones de pobreza, dinámica familiar, ubicación en zonas de conflicto armado y prácticas de crianza.
- Condiciones de maltrato o abuso: uso intencionado de fuerza física, manipulación emocional o negligencia de cuidado por parte de los padres, que pueden ocasionar heridas o mutilaciones e incluso la muerte del menor; que pueden ser ocasionados por bajo nivel educativo y falta de información acerca de la discapacidad.

Y no se trata solamente del impacto humano sino del impacto social y sus consecuencias dentro de la familia, la comunidad y la economía de un país, ya que propicia el aumento de las tasas de mortalidad, aumentando los costos para el sistema de salud y seguridad social, reduce las posibilidades de erradicar la pobreza y limita las posibilidades de desarrollo personal de las familias.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

1.3 Marco legal

Una normatividad rigurosa ha sido emitida por el Gobierno Nacional, a favor de la protección de los niños, niñas y adolescentes, la cual beneficia todo tipo de proyecto social que tenga como enfoque el restablecimiento de los derechos de esta población. Desde el mismo Plan Decenal 2004 – 2015, el Gobierno Nacional hace un llamado a la sociedad civil a hacer parte de redes sociales así como a consolidar programas que se ejecuten bajo una coordinación interinstitucional, aplicando siempre el principio de interés superior de la niñez.

De otro lado, la normativa nacional e internacional determina conceptualmente los derechos de la niñez, nombrando como corresponsables de su cumplimiento a la familia, la sociedad y el Estado, teniendo éstos la obligación de asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Así, dentro de este contexto normativo, hacemos referencia a las siguientes postulaciones legales, que se convierten en los lineamientos base para la creación y puesta en marcha de iniciativas sociales que busquen el bienestar de poblaciones vulnerables:

Constitución política de Colombia: El artículo 44 consagra los derechos fundamentales de los niños, niñas y adolescentes, nombrando los siguientes: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión. Serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia, física o moral, secuestro, tráfico de personas, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Gozarán también de los demás derechos consagrados en la Constitución, en las leyes y en los tratados internacionales ratificados por Colombia.

2. NUESTRA FUNDACION

2.1 Nuestra Inspiración

La FUNDACION ANGELITOS EN LA TIERRA, es una organización sin ánimo de lucro, legalmente constituida con resolución 240 de septiembre 13 de 2011; creada después de visitar, acompañar y ayudar como voluntarios a personas en condición de discapacidad y vulnerabilidad en el campo y en la zona urbana de nuestro municipio.

El desconocimiento y el olvido a la que está sometida esta población por habitar en sitios donde no llega ninguna entidad pública ni privada y la necesidad de desarrollar



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

programas sociales de inclusión, habilitación, rehabilitación, educación y salud para esta población son las razones que nos animó a crear la fundación.

Silvania cuenta con más de seiscientas (600) personas en condición de discapacidad y vulnerabilidad, encontrando diagnósticos como: Discapacidad cognitiva, autismo, parálisis cerebral, Down, entre otras; en esta población se encuentran campesinos de estratos muy bajos que carecen de medios económicos para movilizarse y realizar cualquier actividad o tratamiento terapéutico que requieran.

2.2 Nuestra Imagen



2.3 Nuestra ideología

VISION

LA FUNDACIÓN ÁNGELITOS EN LA TIERRA, en 20 años se convertirá en un modelo de empresa prestadora de servicios integrales a la población discapacitada siendo reconocida en Cundinamarca por su alto nivel de gestión social, administrativa que brinde los instrumentos de apoyo necesarios para mejorar la condiciones de vida de la población, liderando alianzas estratégicas con entidades municipales, departamentales, nacionales, internacionales y de carácter público o privado. Esto a través de la ejecución de planes, programas y proyectos que permitan el crecimiento y desarrollo integral de las familias y la comunidad y así dar solución a las necesidades de la población.

Calle 10 # 3-57 Silvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.

Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

MISION

LA FUNDACIÓN ÁNGELITOS EN LA TIERRA, es una organización sin ánimo de lucro que brinda servicios integrales a la población con discapacidad, a nivel Municipal, a través de una gestión financiera eficiente, contando con tecnología y con un equipo humano comprometido, calificado, con actitud de servicio y vocación para el entrenamiento a los discapacitados, familiares, comunidad, instituciones publicas y privadas.

VALORES

- Amor
- Transparencia
- Honestidad
- Constancia

2.4 Nuestros Objetivos Corporativos

Contribuir al desarrollo social del país y a la promoción social de los derechos de la población en condición de discapacidad a fin de minimizar su vulneración y abuso.

Promover iniciativas innovadoras de atención terapéutica acordes con las necesidades

Posicionar la Fundación como una entidad que cubre necesidades y no como una organización que tiene necesidades.

Centrar la operación en los resultados de los programas y no únicamente en los resultados financieros.

2.5 Estructura Organizacional

Nuestro sistema de gobierno se basará en un sistema participativo y de fácil administración, contando con la siguiente estructura organizacional:

Calle 10 # 3-57 Silvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.

Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



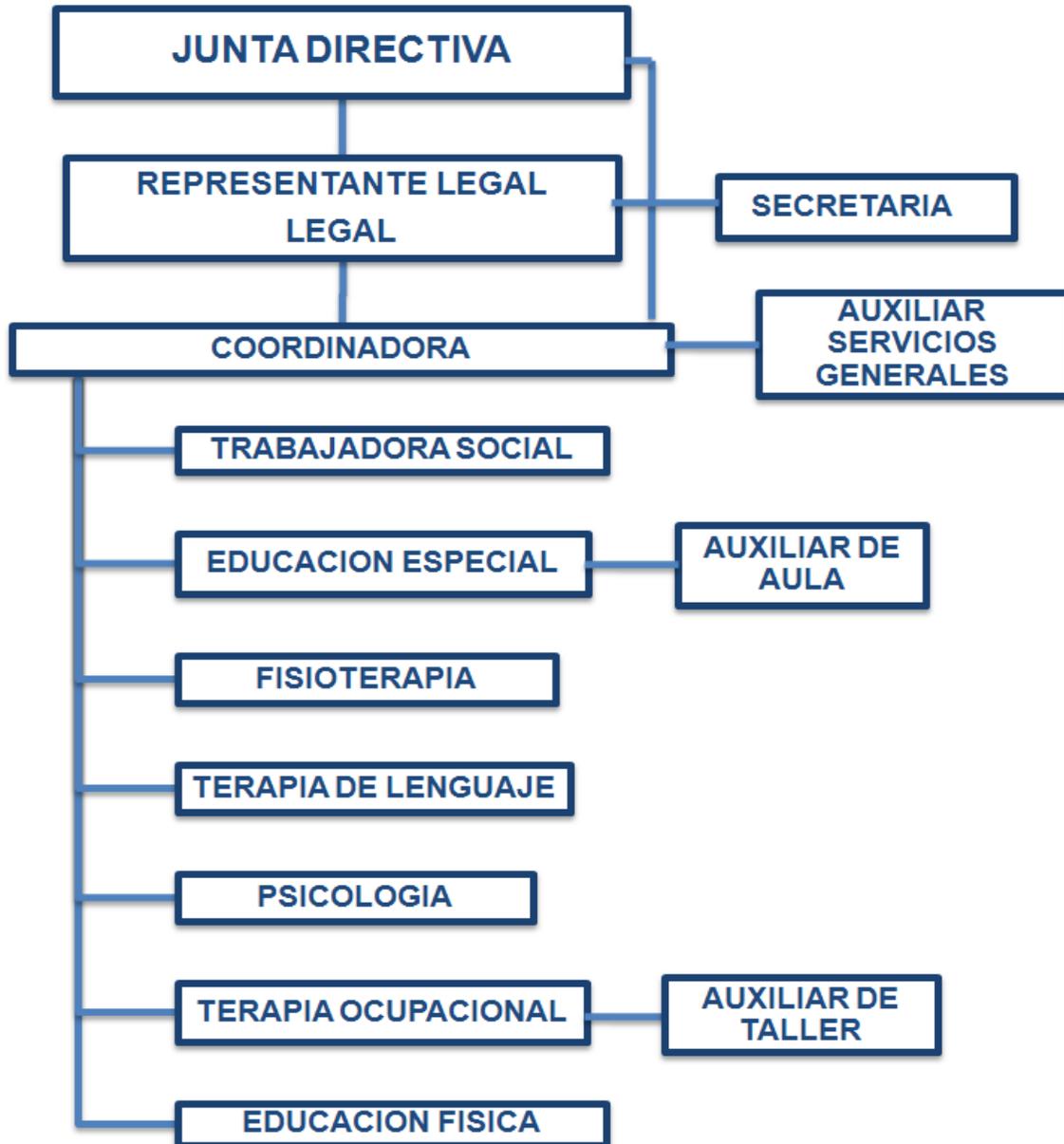
FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

Organigrama





FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

2.6 Ubicación e Infraestructura

La Fundación, cuenta con una sede ubicada en el Municipio de Sylvania Cundinamarca.

Clima saludable.

Ciudad polo de desarrollo y crecimiento donde se pueden implementar acciones para la integración laboral de los jóvenes.

Un municipio con una política social coherente con nuestra misión.

Características:

La sede cuenta con todos los servicios públicos básicos.

- ❖ Agua: Empresa Empusylvania
- ❖ Energía Servicio prestado por Empresa de energía de Cundinamarca
- ❖ Teléfono
- ❖ Internet: Empresa movistar
- ❖ Gas: Empresa Alcanos
- ❖ Manejo de basura: Empresa Empusylvania

Distribución de la planta física: La casa está conformada por:

- ❖ Dirección y Coordinación
- ❖ Consultorio de apoyo en terapia Física
- ❖ Consultorio de apoyo en Fonoaudiología
- ❖ Consultorio de apoyo en Terapia Ocupacional
- ❖ Consultorio de apoyo en educación especial
- ❖ Aula de clase
- ❖ Aula múltiple
- ❖ Cocina
- ❖ 2 baños

Calle 10 # 3-57 Sylvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.

Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

2.7 Población Titular Objeto de Atención

Conforme a las necesidades detectadas, el enfoque de nuestros recursos humanos y capacidad instalada se destinará atender población en condición de discapacidad.

2.10 Modalidad de Atención

Centro día: Angelitos en la tierra opera bajo la modalidad de *centro día De Atención Especializada*, consistente en un servicio en jornada 8 horas diarias durante 3 días de la semana, y según su desarrollo y crecimiento operara 5 días a la semana.

Esta modalidad fue escogida en función de los siguientes aspectos:

Se cuenta con la infraestructura física para atender en consulta, tratamiento de habilitación y rehabilitación a la población objeto

Se cuenta con la disponibilidad del personal para la atención de la población.

Se constituye en la oportunidad de crear un entorno familiar a seres humanos que en algunas circunstancias no tienen esa posibilidad o viven con miembros de su familia pero con ausencia de lazos de amor.

2.11 Licencia de Funcionamiento

Resolución certificada 240 septiembre 13 de 2011 Alcaldía Municipal de Sylvania.

3. MODELO DE ATENCIÓN INTEGRAL

Se concibe como la expresión sistemática e integral de un conjunto de acciones interrelacionadas que responden a una concepción, filosófica y ética, de acuerdo a unos lineamientos preestablecidos por la institución

3.1 Perspectiva General de Atención

3.2. Objetivo General Del Plan De Atención Integral

Garantizar la atención integral a la población en condición de discapacidad, que requiera de atención terapéutica, con el fin de fortalecer sus factores de generatividad, posibilitar su efectiva inclusión socio familiar, aportar en la construcción de su proyecto de vida y restablecer el ejercicio de sus derechos.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

3.3 Contenido del modelo de atención

3.3.1 *Enfoque del Modelo de Atención* la Fundación se acoge al enfoque sistémico, como actor relevante dentro del modelo de atención. De esta manera, se logra la atención integral de la población en condición de discapacidad desde sus redes de apoyo, potenciando su desarrollo humano en todas sus dimensiones, a partir de un equipo interdisciplinario capaz de facilitar la intervención, desde el aquí y el ahora.

3.3.2 *Derechos y deberes:* Los derechos fundamentales están claramente definidos en la perspectiva general de atención, desde la cual se garantizará la aplicación de todos y cada uno de ellos en la atención integral de la población, en el desarrollo integral de las diferentes dimensiones humanas. Es vital para la Fundación trabajar en la apropiación de derechos, de tal manera que se consolide su pensamiento como ser partícipe de una sociedad con quien tienen que relacionarse.

3.3.3 *Principios del modelo de atención:*

Principio de Integralidad:

Fundación en el programa de atención a la población en condición de discapacidad, establece una correspondencia total entre su modelo de atención integral con la misión establecida por sus fundadores cuando determina que la institución está orientada a brindar un manejo terapéutico, de protección y rehabilitación integral a la población en condición de discapacidad que requiera de nuestros servicios, por encontrarse en peligro físico, psicológico, pobreza extrema, explotación económica y exclusión social, protegiéndolas, habilitándolas, rehabilitándolas, capacitándolas y formándolas integralmente, para que obtengan una mejor calidad de vida a nivel personal, familiar y social mediante la puesta en marcha del Plan de Atención Integral. Se espera lograr esta meta audaz mediante el desarrollo de un trabajo de equipos interdisciplinarios, así como la coordinación interinstitucional con entidades de salud, centros educativos, centros de formación artística, vocacional, laboral, cultural, recreativa y demás organismos estatales o privados.

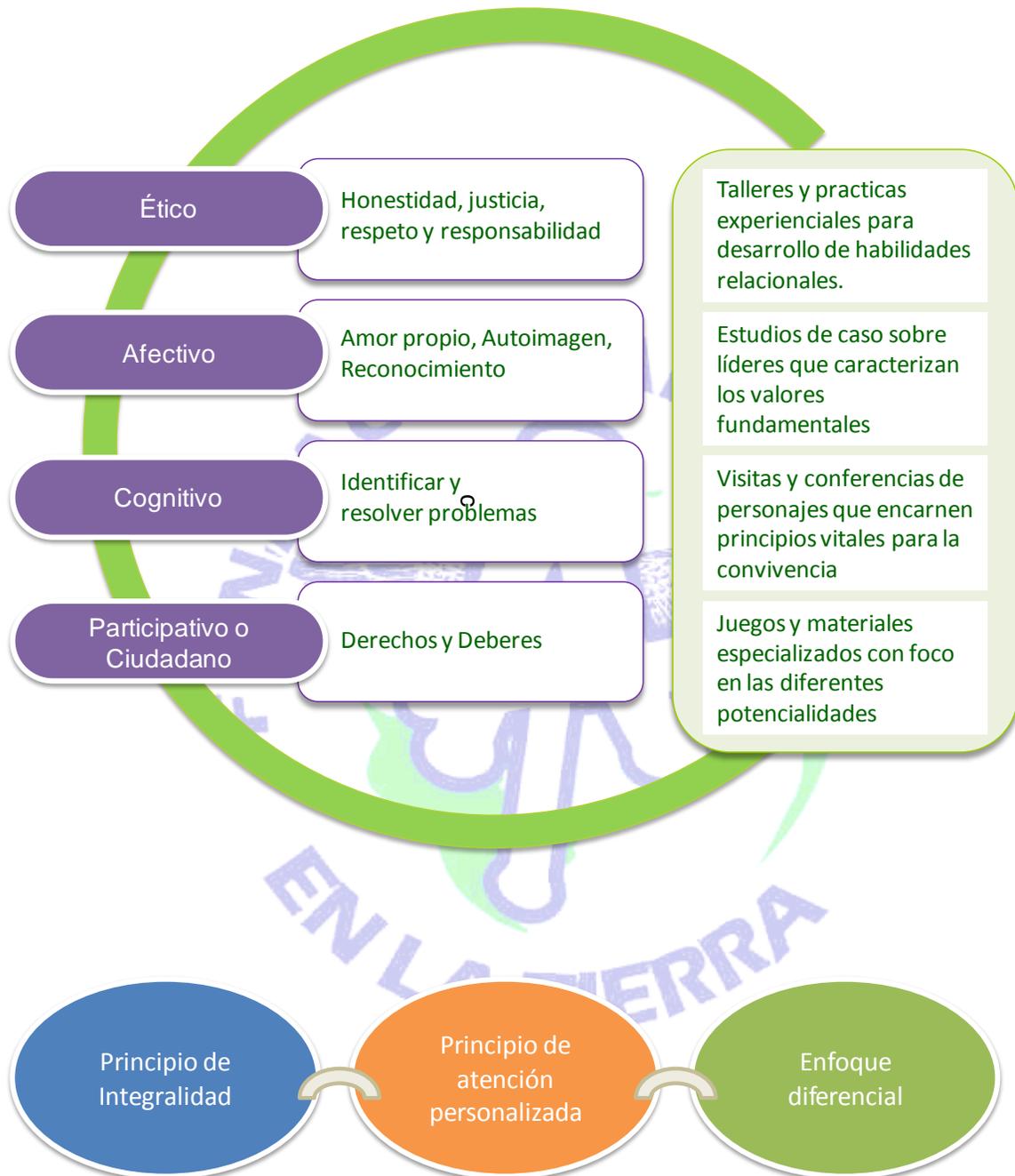


FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5



Principio de Atención Especializada: La atención especializada se lleva a cabo a través de la siguiente modalidad:



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

3.3.4 Potenciales de Desarrollo Humano y Construcción del Proyecto de Vida:

Aunque las vivencias de cada una de las etapas de la vida determinan las condiciones y la forma de vivir de las personas, podemos, asumiendo la influencia que estas nos han generado, anticiparnos un poco al futuro, es decir prever oportunidades y aplicar correctivos a tiempo que nos permitan acercarnos a la realización personal en cada uno de los campos donde el ser humano interactúa.

Este anticiparse, elaborar un plan, trazarse un camino seguro que garantice en gran medida el éxito personal es establecer un proyecto de vida.

El proyecto de vida es la dirección que el hombre se marca en su vida, a partir del conjunto de valores que ha integrado y jerarquizado vivencialmente, a la luz de la cual se compromete en las múltiples situaciones de su existencia, sobre todo en aquellas en que decide su futuro, como son el estado de vida y la profesión.

La elaboración de un proyecto de vida, debe considerar aspectos tales como: el entorno y conocimiento de la persona; la búsqueda de información para satisfacer las inquietudes y posibilidades que nos rodean para alcanzar las metas propuestas; y la flexibilidad, que no debe faltar, pues los seres humanos poseen múltiples intereses, habilidades y la capacidad de rectificar, además los resultados no dependen sólo de la persona.

La dificultad mayor para trazar el proyecto de vida reside en tener que tomar una decisión, en tener que elegir una dirección fundamental con exclusión de otra u otras direcciones fundamentales. Frecuentemente ante este compromiso se adopta una actitud de huida que conduce a la persona a un estado de indecisión, es decir, hacia un "conflicto existencial" que, al no ser resuelto, se convierte en crónico.

El miedo a la responsabilidad, la incapacidad de renunciar a alguna de las posibilidades presentadas, la influencia del ambiente social contrario a los compromisos definitivos son frecuentemente las causas de este conflicto no resuelto.

Sin embargo, al definir un proyecto de vida las personas podrán defender lo que piensan, sus intereses y formarse un carácter menos vulnerable al medio.

Tener un proyecto de vida es fundamental. De lo contrario se vive sin rumbo, a la deriva; se vive sin sentido. Este es el drama en el que vive hoy mucha gente. Muchos viven sin saber para qué viven, viven sin un sentido, sin un rumbo que encamine sus vidas. Por eso mucha gente se estrella con la vida.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

El desarrollo un proyecto de vida, entendido como el establecimiento de planes por escrito para alcanzar el éxito, genera por sí mismo un “descontento inspirativo” con las cosas como son. La energía, el entusiasmo y la emoción son todos estimulados por planes de acción por escrito.

En un proyecto de vida deben establecerse metas en todas las dimensiones humanas: Lograr el desarrollo emocional, afectivo, espiritual, familiar, económico, intelectual, político y social con el fin de mantener un equilibrio en todos los aspectos de la vida.

4. SERVICIOS DE HABILITACION Y REHABILITACION

La **FUNDACION ANGELITOS EN LA TIERRA**, en su propósito de generar una oportunidad de vida sana, ha diseñado una completa plataforma de planes y programas a fin de proveerles las mejores condiciones para su bienestar y las herramientas clave para su desarrollo integral.

4.1 SERVICIO DE FISIOTERAPIA

OBJETIVO

Garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de la población en condición de discapacidad en condiciones de alteración del sistema respiratorio y/o discapacidad del sistema locomotor a través de la prevención, educación, intervención directa y rehabilitación.

VISION

Brindar la mejor atención fisioterapéutica de forma oportuna mediante la prestación del servicio con calidad humana, de manera personalizada, caracterizándose por ser equitativa, solidaria logrando así la excelencia en la prestación del servicio en los niveles de prevención promoción y a nivel asistencial.

MISION

Continuar en el mejoramiento de la calidad de vida de la población en condición de Discapacidad, protegiendo y optimizando la fisiocinética humana, y manteniendo su estado pulmonar mediante la educación y la prevención de aquellos eventos que la afectan negativamente a través de una intervención terapéutica eficaz y eficiente, teniendo en cuenta las necesidades individuales y colectivas basadas en los principios del servicio profesional e institucional.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

FUNCIONES

Valoración fisioterapéutica de los usuarios y elaboración de epicrisis en el momento del egreso

Toma de decisiones con respecto al tratamiento mediante análisis de los resultados obtenidos y evolución del usuario.

Seguimiento y control del usuario para efectuar terapia de mantenimiento y/o corrección de la capacidad residual, teniendo en cuenta sus necesidades familiares, laborales y sociales

Identificación de la necesidad de remisión del usuario al nivel de atención correspondiente o a otras disciplinas de la salud según necesidad.

Participar como miembro del equipo interdisciplinario, evaluación y toma de decisiones según el caso.

Presentar al área la solicitud de elementos necesarios para un adecuado desempeño

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

A NIVEL ASISTENCIAL

VALORACION:

Se da inicio a la valoración del paciente en el consultorio y/ o habitación de manera personalizada e individualizada retirando toda las prendas de vestir y aditamentos que interfieran con la apreciación del usuario ubicándolo muy cómodamente, determinando características individuales, se inicia con un interrogatorio de manera sencilla y clara y enfatizando en el motivo de consulta, se debe buscar apoyo a través de la palpación y movilización asistida especialmente en personas que se dificulte su comunicación y que precisen posibles puntos de dolor. Si es necesario se deben utilizar instrumentos que permitan medir y determinar características más exactas que faciliten el diagnóstico. Todo debe quedar consignado en el formato específico para valoración de Terapia Física.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

INTERVENCION FISIOTERAPÉUTICA INDIVIDUAL

Después de realizada la valoración se procede a determinar el plan de tratamiento a seguir y el tiempo que se requiere para el mismo. Debe quedar claro que el tratamiento, debe tener continuidad con el fin de observar resultados más notorios. Los medios a utilizar deben ser preparados con anterioridad con el fin de facilitar la intervención, igualmente la preparación del usuario y la posición más cómoda para recibir tratamiento. De acuerdo a la patología a tratar se utilizarán los procedimientos técnicos que el profesional estime convenientes.

SEGUIMIENTO Y CONTROL

Finalizada cada sesión se debe constatar si el usuario está aplicando las recomendaciones brindadas enfatizando su importancia como complemento al tratamiento en curso. Finalizado proceso terapéutico se deben dar al usuario instrucciones para realizar plan casero con el fin de obtener resultados más duraderos y supervisión constante en la aplicación del mismo.

NIVEL ADMINISTRATIVO

REGISTRO DE HISTORIA

Se debe realizar lectura de historia clínica y consignación de formato de valoración inicial con los datos encontrados debe anexarse hoja de evolución en la cual se escriben los cambios que han presentado el usuario o las intervenciones realizadas elaboración de Epicrisis en el momento del egreso de acuerdo al motivo del mismo.

- Ubicar historia
- Consignación de formato de valoración inicial con los datos encontrados.
- Debe anexarse hoja de evolución en la cual se escriben los cambios que han presentado el usuario o las intervenciones realizadas.

REUNIONES DE EQUIPO:

Serán realizadas mensualmente con apoyo del área administrativa y todo el equipo interdisciplinario con el fin de actualizar informaciones, dar sugerencias acerca del trabajo y la interacción profesional en beneficio de usuarios y de la institución.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

Convocatoria con fecha, hora y lugar de la reunión:

- Asistencia participativa de toda el área profesional
- Intervención si amerita el caso
- Elaboración de acta con compromisos claros.

CASOS CLINICOS:

Son reuniones de tipo interdisciplinario con el fin de evaluar y determinar conductas a seguir en cuanto condición física y mental de usuarios que han presentado algún deterioro a nivel general de la cual debe quedar constancia por escrito en formato de estudio de caso, para esto cada profesional debe plantear el manejo que ha brindado en cada caso y los procesos y/ o sugerencias a desarrollar

- Revisión Historia Clínica, Historia Social y las que se ameriten.
- Planteamiento de observaciones o sugerencias según su manejo y seguimiento realizado.
- Ejecución de acciones encaminadas al Bienestar del Usuario.
- Seguimiento y control periódico a nivel profesional o en Equipo Interdisciplinario.
- Elaboración de informe de manejo y archivo en Historia clínica y social.

REUNIONES FAMILIA:

Debe realizarse una reunión mensual involucrando las familias activas en el proceso de atención a usuarios con el fin fortalecer lazos familiares, y dar apoyo a todas las actividades que la institución realiza en beneficio de los usuarios residentes.

- Programar con anterioridad la ejecución de la reunión según cronograma
- Informar a cada área para que se organice posibles recomendaciones o inquietudes a comunicar
- Organizar programa a desarrollar y formato de asistencia
- Inicio puntual de la actividad y desarrollo del programa

Calle 10 # 3-57 Silvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.
Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

- Abordaje del tema con retroalimentación determinando la comprensión de la misma por parte de los asistentes y lograr de esta manera el objetivo propuesto.
- Información varios, según lo entregado por cada área
- Diligenciamiento por parte de los asistentes del soporte asistencial que respalde la actividad.
- Elaboración de acta

4.2 SERVICIO DE EDUCACION ESPECIAL

MISION

Gerenciar el proceso educativo para la atención de estudiantes con necesidades educativas especiales en el medio menos restringido posible, propiciando condiciones efectivas de Integración, para lograr el máximo desarrollo de sus potencialidades educativa, social y laboralmente.

VISION:

Pretendemos, integrar a nivel educativo, social y laboral a todos los niños, niñas y jóvenes a la escuela regular y al trabajo con Necesidades Educativas Especiales (N.E.E) con y sin discapacidad facilitando el máximo desarrollo de sus capacidades, contribuyendo a formar hombres y mujeres con autonomía, que les permitan vivir en sociedad, siendo útiles a si mismos y a los demás con igualdad de derechos a través del trabajo colaborativo con el equipo interdisciplinario, familia y sociedad.

Los objetivos actuales de la Educación Especial son:

- Brindar una atención educativa de calidad para lograr el máximo desarrollo de las potencialidades de los estudiantes con necesidades especiales.
- Normar y reglamentar los procedimientos necesarios que permitan la participación, atención y permanencia de los estudiantes con necesidades especiales en el sistema educativo.
- Ampliar la cobertura de atención educativa para los estudiantes con necesidades especiales.
- Proporcionar las herramientas educativas necesarias para aquellos que tienen necesidades diferentes a la media.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

- Desarrollar acciones de investigación y evaluación para los estudiantes con necesidades especiales.
- Desarrollar acciones de coordinación entre los sectores de educación, salud y bienestar social y otros, para el logro de una atención integral de la persona con necesidades especiales.
- Iniciar la integración de los alumnos con discapacidad en aulas de educación regular.

FUNCIONES DE LA EDUCACIÓN ESPECIAL:

- Proveer a los alumnos con necesidades educativas especiales de las prestaciones necesarias para hacerles posible el acceso al currículo, contribuyendo a que logren el máximo de su desarrollo personal y social, desde que estas necesidades son detectadas, y en tanto la persona realice alguna actividad educativa o de capacitación, en cualquier momento de su vida.
- Implementar estrategias para la detección y atención temprana de niños con alteraciones del desarrollo o dificultades del aprendizaje, con el fin de intervenir lo antes posible, evitando su agravamiento.
- Promover y sostener estrategias de integración y participación de las personas con necesidades educativas especiales en los ámbitos educativo, social y laboral.
- Extender estos recursos y apoyos a todos los sectores de la comunidad educativa, a fin de mejorar la calidad de la oferta pedagógica, potenciando la inclusividad de las instituciones, o sea su capacidad para educar adecuadamente a sus alumnos, independientemente de sus condiciones personales o de otro tipo.
- Propiciar la participación activa de los padres, quienes estarán involucrados y compartirán el compromiso por las acciones previstas en el proyecto educativo de sus hijos.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

ACTIVIDADES A DESARROLLAR ASISTENCIAL:

❖ **Habilidades Sociales**

- Habilidades de conversación
- Habilidades de interacción con el juego
- Habilidades de relación y comunicación con los iguales y adultos.

❖ **Habilidades Afectivas:**

- Expresión de sentimientos propios
- Comprensión de sentimientos ajenos.
- Control de emociones.

❖ **Habilidades de Autonomía:**

- Tomar su propia decisión
- Realización de protocolos: Auto-cuidado y salud.

❖ **Habilidades Psicomotoras:**

- Desplazamiento en el espacio: rodar, sentarse, pararse, caminar, correr, saltar y bailar.
- Habilidades manipulativas: amasar, cortar, colorear, pintar, picar, etc.

❖ **Habilidades Cognitivas:**

- Explora, observar e investigar a través de la acción
- Desarrollar habilidades académicas: Lectura, escritura. Numérica, etc.
- Planificar con antelación la actividad
- Recordar y seguir la secuencia de una actividad
- Activar el juego Simbólico

❖ **Habilidades Sensoriales:**

- Integración Sensorial: Tacto, olfato, gusto, auditivo y visual
- Integración Motorica: actividades de movimiento que integren la coordinación, ritmo, melodías y acompañamientos
- Juego Libre.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

ACTIVIDADES A NIVEL ADMINISTRATIVO

- ❖ Realizar diagnósticos a estudiantes con necesidades educativas, a grupos de estudiantes y a las familias de acuerdo a necesidades y normativa.
- ❖ Elaborar informes de resultados de evaluaciones de acuerdo a especialidad y formatos que correspondan.
- ❖ Aportar sugerencias específicas al establecimiento, a los docentes y familias de acuerdo a resultados del diagnóstico.
- ❖ Realizar las reevaluaciones cuándo corresponda de acuerdo a necesidades y normas establecidas.
- ❖ Incorporar en los planes de trabajo, acciones bajo el enfoque de prevención de problemas, dificultades para aprender y áreas a mejorar.
- ❖ Decidir y planificar las acciones de apoyo al establecimiento, a los alumnos y sus familias
- ❖ Planificar el trabajo a realizar y coordinar la organización de apoyos con docentes técnicos y administrativos del establecimiento u otras instituciones.
- ❖ Realizar tratamientos de habilitación y rehabilitación en forma integral a través de planes y programas de apoyo individuales y grupales.
- ❖ Talleres para la familia.
- ❖ Desarrollar planes curriculares para favorecer la integración de los estudiantes.
- ❖ Integrar a las familias y profesores en los trabajos con los estudiantes.
- ❖ Participar en reuniones con docentes, padres y apoderados asesorándolos en temas técnicos y de apoyo a los estudiantes.
- ❖ Participar en talleres de perfeccionamiento docente, aportando estrategias para mejorar la situación escolar de los alumnos en condiciones de apoyo.
- ❖ Realizar reuniones multidisciplinarias en función del mejoramiento y desarrollo de los estudiantes.
- ❖ Realizar acciones de seguimiento de los alumnos en el aula.
- ❖ Evaluar la evolución de apoyos en trabajos de equipo con docentes de aula, técnicos y directivos del establecimiento.
- ❖ Elaborar informes de evolución de apoyos especializados.
- ❖ Participar con equipos multidisciplinarios en la construcción de Informes de síntesis sobre la evolución del desarrollo de los estudiantes.
- ❖ Incorporar en las Reuniones de Evaluación, elementos que afecten el desarrollo de su función, con el propósito de mejorarlas.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

SERVICIO DE LUDOTECA

Uno de los grandes desafíos de la Fundación, es el fomento de acciones gratificantes derivadas de las transformaciones socio educativas y culturales que pueden generarse a través de la lúdica. Es por esto que existe la política clara para la creación de contextos de aprendizaje y desarrollo que integren el juego y la actividad creadora de la población en condición de discapacidad, facilitando dinámicas, actividades lúdicas, artísticas y creativas en el entorno familiar y comunitario para promover entre otras cosas la comunicación y la sana resolución de conflictos a través del juego.

Por otra parte se establecen las áreas de la Ludotecas de la siguiente manera:

Psicomotricidad: en este espacio se fomentará el trabajo psicomotriz por medio de la utilización de diversos materiales, tales como pelotas, bastones, aros, cubos y túneles de goma espuma, colchonetas, etc.

Bebés: se tenderá al desarrollo temprano, a través de material sensorio, entre otros.

Juegos: habrá estantes con juegos y juguetes con libre acceso para ser explorado libremente o coordinado por el ludo educador.

Musical: se estimulará la percepción auditiva por medio de instrumentos convencionales y artesanales.

Experimentos: se fomentará la exploración de los fenómenos físicos, mediante el uso de guías con experimentos sencillos de tipo ambiente.

Actividades: en forma a la cual se puedan reunir para realizar todo tipo de juegos de mesa en forma grupal e individual.

Dramatización: constará de títeres, un baúl para disfraces, maquillajes, accesorios y un retablo móvil, para que los participantes puedan crear historias y manejar títeres.

Botiquín de Juguetes: con materiales necesarios para la restauración de juegos y juguetes dañados.

Cosoteca: variedad de material reciclable para la construcción de juguetes.

Botiquín de Auxilios: con elementos de primeros auxilios.

Administración: caja con ficheros de juegos / juguetes. Carpeta de actividades lúdicas realizadas. Fichero de préstamo.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

Cartelera de Comunicaciones: donde puedan ser colocados informes, noticias sobre las actividades de la Ludotecas o simplemente avisos de rutina. Reglamento.

Biblioteca: espacio que incluye todo tipo de cuentos y libros (para todas las Interactividad y multimedia: Desarrollo habilidades manuales, el desarrollo de las habilidades mentales abstractas y el desarrollo de la coordinación viso-motriz. Todo esto se refuerza con el concepto de software y juguete.

4.3 SERVICIO DE TERAPIA OCUPACIONAL

OBJETIVOS

- Fortalecer y/o mantener en los niños, niñas y adolescentes con discapacidad cognitiva atendidos en la Fundación Angelitos en la Tierra, habilidades y destrezas que les permitan maximizar niveles de independencia y funcionalidad.
- Promover actividades de tipo ocupacional, acorde con los niveles de funcionalidad, que mejoren niveles de independencia fomentando una buena calidad de vida.
- Mantener habilidades motoras gruesas y finas.
- Crear estrategias ocupacionales acordes con el perfil de los niños, niñas y adolescentes con discapacidad cognitiva.
- Aumentar niveles de tolerancia a las actividades.
- Establecer y/o mantener hábitos y rutinas ocupacionales y de autocuidado.

MISION

El área de Terapia Ocupacional genera estrategias de intervención individual y grupal encaminadas a mantener y/o recuperar los niveles de independencia funcional en los niños, niñas y adolescentes con discapacidad cognitiva atendidos en la Fundación Angelitos en la Tierra, promoviendo su bienestar físico, cognitivo y psico-social en un medio terapéutico, propiciando bienestar integral, mejor calidad de vida y una mayor interacción social.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

VISION

En los próximos cinco años la Fundación Angelitos en la Tierra estará a la vanguardia, dentro de la región, en el diseño, implementación y ejecución de proyectos terapéuticos y productivos que permitan la integración de los niños, niñas y adolescentes con discapacidad cognitiva en actividades ocupacionales, de la vida diaria, lúdicas y culturales que contribuyan a promover y optimizar sus habilidades y destrezas afectivas, sociales, físicas, cognitivas y psicológicas.

PROYECTO DE TALLERES PRODUCTIVOS

METODOLOGIA	ESPECIFICACIONES
NOMBRE DEL PROYECTO	TALLER DE BOLSAS PLASTICAS
DESCRIPCION DEL PROBLEMA	<p>Las personas con discapacidad cognitiva de la Fundación Angelitos en la Tierra requieren la promoción de su funcionalidad, independencia y productividad las cuales se potencializan con la realización de actividades ocupacionales productivas.</p> <p>El taller productivo de elaboración de bolsas plásticas para la recolección de basura, a ejecutarse en la Fundación Angelitos en la Tierra está dirigido a personas con discapacidad cognitiva leve a moderada y/o con discapacidad física, quienes manifiesten gusto e interés por este y hayan adquirido las habilidades y destrezas necesarias para su adecuado desempeño ocupacional.</p> <p>Este taller está encaminado a desarrollar, mantener y/o mejorar las habilidades y capacidades físicas y mentales existentes, conservando su rol ocupacional y social.</p>
METAS	Vincular a la mayor cantidad de personas con discapacidad cognitiva leve y moderada y/o con discapacidad física de la población existente en la Fundación Angelitos en la Tierra brindando motivación capacitación, supervisión y apoyo continuos, con el fin de mantener y mejorar la participación, el nivel de tolerancia a las actividades y el desempeño en las mismas.
OBJETIVO GENERAL	Promover en la población con discapacidad cognitiva leve a moderada y/o con discapacidad física existente en la Fundación Angelitos en la Tierra las habilidades físicas y mentales existentes.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	<ul style="list-style-type: none"> -Mejorar y/o mantener habilidades físicas y mentales. -Mantener y/o reforzar rol ocupacional. -Establecer hábitos y rutinas ocupacionales. -Mejorar relaciones interpersonales. -Crear estrategias ocupacionales acordes a la población.

Calle 10 # 3-57 Silvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.

Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

<p>ASPECTOS TECNICOS</p>	<p>Espacio necesario: Para la ejecución del taller se ubicará de un sitio cerrado, ventilado y claro, con la disponibilidad de enseres y material adecuado para su ejecución de forma tranquila y limpia, teniendo la oportunidad de trabajar en grupo.</p> <p>Tecnología: Se realizara capacitación, orientación y supervisión por parte de la Terapeuta Ocupacional y la auxiliar de aula, así como la orientación en el manejo de los insumos y herramientas.</p> <p>Insumos: Maquina selladora de bolsas plásticas, mesa de madera, bisturís metálicos, delantal de carnaza, guantes de carnazas, regla de madera de 1 mts., base metálica de soporte, plástico de calibres acorde a reglamentación, bolsas transparentes para empaque.</p>
<p>PLAN DE TRABAJO</p>	<p>Capacitación e inducción por parte de la Terapeuta Ocupacional y la auxiliar de aula a los usuarios involucrados en el taller, seguimiento orientación, apoyo y supervisión durante el proceso de producción y en cada una de las tareas a ejecutar, hasta la comercialización del producto.</p>
<p>INDICADORES DE GESTION</p>	<p>El control de impacto en la población de la Fundación, la aceptación y la evaluación del taller de bolsas plásticas, se harán mediante el registro diario de asistencia y el seguimiento individual del desempeño de habilidades y destrezas de los usuarios, el reporte de estos parámetros se dará de la siguiente manera.</p> <p><u>Nº de usuarios participantes x100</u> Total de la población con discapacidad cognitiva leve a moderada y/o con discapacidad física de la Fundación</p>
<p>NUMERO DE USUARIOS A INCLUIR</p>	<p>Participaran las personas con discapacidad cognitiva leve a moderada y/o con discapacidad física en un porcentaje del 75% del total de la población, elaborando bolsas plásticas en cualquiera de las tareas a realizar.</p>
<p>SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO</p>	<p>El taller productivo de bolsas plásticas iniciara con los recursos económicos provenientes de las donaciones realizadas por los distintos benefactores de la Fundación Angelitos en la Tierra; y generara a partir de allí capital que le permita ser auto sostenible.</p> <p>Los productos elaborados se comercializarán en los almacenes, las entidades oficiales y el público en general del municipio de Silvanía, concedores del proyecto y que desean aportar al mismo. Se mantendrá en bodega un número determinado de producido para comercializaciones futuras.</p>



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

4.4 SERVICIO DE FONOAUDIOLOGIA

MISION:

Integrar equipos multidisciplinarios que promuevan la calidad comunicativa de la población en condición de discapacidad, efectuando en esta población el fomento de las habilidades comunicativas con las que cuentan y la prevención/rehabilitación de desordenes comunicativos en los procesos de habla, lenguaje y audición.

VISION:

En la **Fundación Angelitos en la Tierra**, desde el área de Fonoaudiología, pretendemos disminuir las dificultades que presentan nuestros niños y adultos con discapacidad que impiden una comunicación efectiva en sus contextos familiares, educativos y sociales. Esto a través de intervenciones terapéuticas que involucren activamente a los actores de influencia en los diferentes contextos: padres, maestros, amigos, autoridades laborales y demás, de tal forma que se satisfagan necesidades comunicativas en los diferentes contextos a través de los medios que se amertiten.

OBJETIVOS:

- Identificar habilidades comunicativas a ser potenciadas en los usuarios en condición de discapacidad
- Identificar riesgos potenciales a un desorden comunicativo de origen biológico, social o ambiental para crear estrategias de prevención.
- Identificar y caracterizar desordenes comunicativos en los usuarios.
- Eliminar o disminuir comportamientos comunicativos que contravengan a un mejor proceso de comunicación.
- Mantener e Incrementar las habilidades comunicativas con las que cuenta el usuario.
- Desarrollar habilidades en los usuarios con las que no contaba y que promuevan la eficiencia comunicativa en sus contextos sociales.
- Promover ambientes (familiares, escolares y sociales) que fortalezcan la eficiencia comunicativa del usuario con los actores influyentes en estos contextos (padres, maestros, amigos).
- Fortalecer los enfoques y lineamientos interdisciplinarios con los cuales se abordará el proceso de intervención de cada usuario.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

FUNCIONES:

- Desarrollar acciones orientadas a favorecer la generación de condiciones de comunicación normal óptima, analizando, a fin de impulsarlas, las condiciones sociales y ambientales que favorecen y en las que se dan procesos de adquisición, desarrollo y funcionamiento comunicativo óptimo.
- Prevenir en el sentido de eliminar o inhibir la aparición y desarrollo de un desorden comunicativo a través de reducir la susceptibilidad o la exposición a factores de riesgo esta población vulnerable.
- Determinar, a través de un proceso de evaluación/diagnóstico, la existencia de un desorden comunicativo, revelar relaciones causa-efecto, describir manifestaciones comportamentales, establecer grado de severidad, fundamentar la toma de decisiones acerca del manejo fonoaudiológico y la pertinencia de un abordaje interdisciplinar, y establecer líneas de base contra las cuales evaluar los resultados de la intervención terapéutica, cuando esta sea indicada.
- Realizar intervención terapéutica con el objetivo de modificar comportamientos comunicativos a fin de optimizar la competencia social de los niño@s y adult@s en condición de discapacidad. Esta función se cumple a través de actividades clasificadas en tres categorías: 1. Actividades dirigidas al dominio de componentes específicos de los procesos “típicos o normales” de la comunicación, 2. actividades dirigidas a desarrollar habilidades y medios compensatorios en aquellos casos en los cuales no es posible la generación de procesos normales de comunicación, y 3. estrategias para crear contextos óptimos e intervenir sobre condiciones ambientales que favorezcan la interacción comunicativa eficiente.
- Realizar servicio de consejería a personas, grupos familiares y comunidad, con el objetivo de promover la solución de problemas relacionados con las diferencias comunicativas o que se deriven de ellas.
- Brindar asesoría especializada a otros profesionales de servicios humanos en los sectores de educación, bienestar social y salud con el fin de interpretar el impacto de las diferencias comunicativas en el desempeño social de nuestra población y de planear y ejecutar programas de atención.



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

ACTIVIDADES A DESARROLLAR ASISTENCIAL:

A nivel asistencial se ejecutan las funciones de promoción de bienestar comunicativo, prevención de desordenes comunicativos, evaluación/diagnóstico, intervención terapéutica, consejería y asesoría, en las siguientes áreas:

Miofuncional (como prerrecurso a procesos de habla)

- Hábitos en procesos de alimentación
- Estado en reposo de los órganos orofaciales (integridad, proporción, tamaño, movilidad pasiva, movilidad activa, tonicidad a la observación y a la palpación)
- Funcionalidad de los órganos orofaciales en los procesos alimenticios de succión, mordedura, masticación y deglución

Habla (como proceso motor)

- Tipo y modo y permeabilidad en la respiración.
- Resonancia nasal
- Fonación y coordinación fonorespiratoria
- Fluidez Verbal
- Articulación de las palabras
- Cualidad de voz
- Prosodia
- del uso del lenguaje

Funciones cognitivas superiores (prerrecurrentes a los procesos de comprensión y formulación de lenguaje oral y escrito)

- Sensación
- Percepción
- Atención
- Asimilación / acomodación
- Análisis
- Clasificación
- Memoria
- Interpretación / Comprensión

Calle 10 # 3-57 Silvania – Cundinamarca Tel: 3005302372- 3103298377- 3102794680

Cuenta de Ahorros: Davivienda N° 406100059863 Fundación Angelitos en la Tierra, Banco Agrario, N° 431633008321, Fundación Angelitos en la Tierra.

Web: www.angelitosenlatierra.org - Correo Electrónico fundacionangelitosenlatierra@hotmail.com



FUNDACIÓN ANGELITOS EN LA TIERRA

Resolución 240 del 13 de septiembre de 2011

De tu corazón depende mi Felicidad

NIT: 900460963-5

- Razonar (inferenciar, argumentar, plantear hipótesis, deducir)
- Pensamiento divergente (creatividad, toma de decisiones, resolución de conflictos, valoración)
- Formulación de la expresión

Lenguaje (involucra lenguaje oral y escrito)

- Habilidades semánticas, determinantes del contenido del lenguaje
- Habilidades fonético-fonológicas, sintácticas y morfológicas, determinantes de la forma de expresión del lenguaje
- Habilidades pragmáticas, determinantes del uso del lenguaje en contextos sociales

Audición:

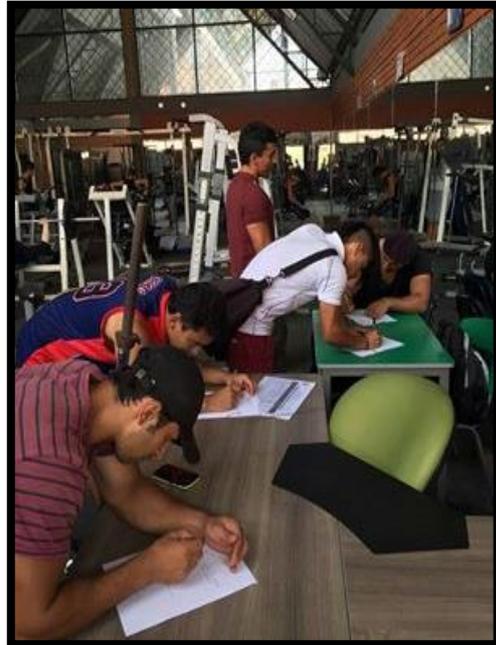
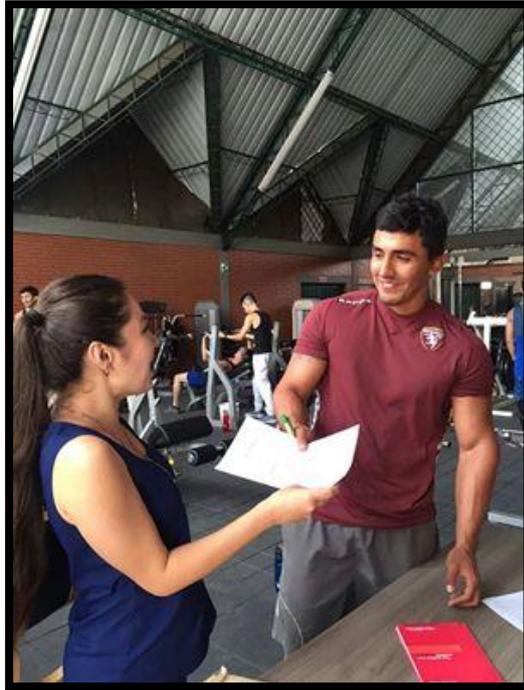
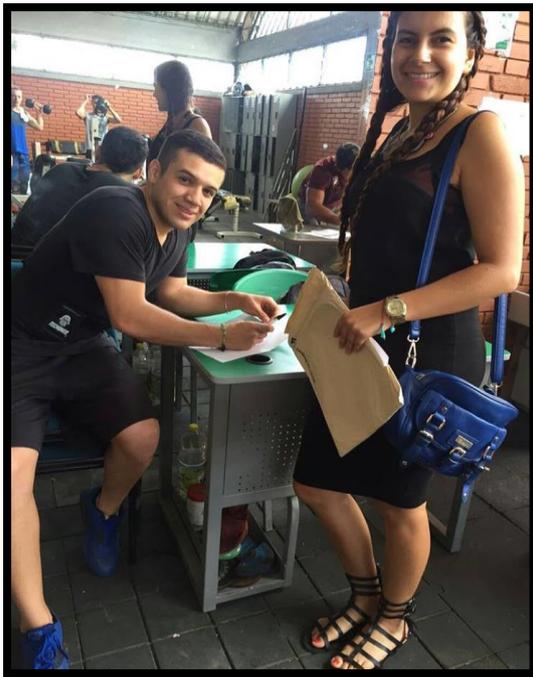
- Búsqueda de fuente sonora
- Respuesta a estímulos sonoros
- Remisión al sistema de salud para exámenes especializados ante sospecha de pérdida auditiva

ACTIVIDADES A NIVEL ADMINISTRATIVO

- Realizar anamnesis con familia del usuario
- Evaluar /diagnosticar el desempeño comunicativo del usuario.
- Diseñar el plan de intervención
- Realizar las sesiones terapéuticas planteadas
- Realizar informes de evolución.
- Realizar actas de consejería a padres y actores sociales.
- Realizar actas de reuniones interdisciplinarias.

Reportar remisiones sugeridas a otras disciplinas.

ENCUESTAS HABITOS SALUDABLES – 50 PERSONAS





ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Kelly Monique

Edad 25

Ocupacion estudiante

Estado civil soltera

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Por medio de la buena alimentacion

2. ¿Qué habitos saludables tiene?

hacer deporte

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

una vez a la semana

4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?

Alaminas Frutas
verduras

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

Si

6. ¿Consumiria un producto natural que sustutiya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre **FERNY HERNADEZ**
Edad **26**
Ocupacion **ESTUDIANTE-EMPRESARIO.**
Estado civil **SOLTERO**

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
**ALIMENTACIÓN
EJERCICIO.**
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
**EJERCICIO
COMIDA SALUDABLE.**
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
A DIARIO
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
**FRUTAS
VERDURAS
AGUA.**
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
OCASIONALMENTE.

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Sulamy Yupasa Ortiz*

Edad *43*

Ocupacion *Auxiliar de oficina*

Estado civil *casada*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Tomó agua, consumo verduras, poco dulce,
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
no tomo, ni fumo
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
solo camino por las mañanas 6 dias a la semana
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Ninguno
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
si
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
NO



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Luisa Velez*

Edad *55*

Ocupacion *Secretaria Auxiliar Biblioteca*

Estado civil *Separado*

1. ¿Cómo cuida usted su salud? *Más o menos*
2. ¿Qué hábitos saludables tiene? *Deporte cuando puedo*
3. ¿Con qué frecuencia hace deporte? *Todos los días camino 1 hora*
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume? *Ninguno*
5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural? *No*
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
No



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Laura Daniela Ferrero*

Edad *16*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Novias*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Tratando de comer los alimentos para no tener desórdenes alimentarios y entre comidas algo dulce.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

No consumo gaseosa

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

Una vez al mes

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

*Verdura
Fruta*

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

Si, algunos

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si,



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Natalia Reyes*

Edad *16*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

*Comiendo saludablemente
Haciendo ejercicio*

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Dieta, controlada por un médico.

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

3 veces a la semana.

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Fruta, verduras

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

No

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre FARUHT LORTES

Edad 18

Ocupacion ESTUDIANTE

Estado civil NO VIARGO

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

COMIENDO FRUTA

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

HAGO DEPORTE Y COMO SALUDABLE

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

2 VECES A LA SEMANA

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

FRUTA Y VERDURAS

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

NO

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

SI

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Karolina Gómez*

Edad *23*

Ocupacion *estudiante*

Estado civil *Soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Haciendo deporte, comiendo saludable
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Lejo una alimentación balanceada.
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
todos los días
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Herbalife, bebidas verdes
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
NO
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si

Karolina Gómez

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *ALEXANDER DUEÑAS*
Edad *27*
Ocupacion *ESTUDIANTE*
Estado civil *SOLTERO*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
comiendo Bien
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Dormir Bien
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
NINGUNA
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
CEBOLLA
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
NO
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Definito

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre David Villalba Conega

Edad 21

Ocupacion Estudiante

Estado civil

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Alimentación Balanceada, Hacer ejercicio
No fumar Ni Beber

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Alimentación Casi Nada Grasas

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

Todos los días

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Aun

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

Si

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si

S

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES
UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Kevin*

Edad *22*

Ocupacion *estudiante.*

Estado civil *soltero.*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

alimentación.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Deporte.

3. ¿con qué frecuencia hace deporte?

cada 8 días.

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Frutas

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

NO

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.





ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Walter Ramrez*

Edad *22*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Soltero.*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
*hacer deporte.
Caminar.*
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
*Dormir.
Hacer deporte*
3. ¿con qué frecuencia hace deporte?
3 veces a la semana
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
*Frutas
ensaladas*
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
no
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
SI



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Julio Garcia

Edad 25

Ocupacion estudiante

Estado civil Soltero

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

haciendo ejercicio,
alimentación

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

cominar

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

cada 15 días

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Frutas
verduras.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

no

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Felipe Beltrán*

Edad *22*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Haciendo deporte, Comiendo saludable.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Dormir bien, Hacer deporte.

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Constantemente.

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Vegetales, frutas.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

No.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si.

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Karen Espinosa
Edad 18
Ocupacion Estudiante
Estado civil soltera

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Haciendo deporte, cuidando mi alimentación

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

• Aparte de hacer ejercicio, hacer todo lo posible de consumir lo más sano para mi cuerpo.

3. ¿con qué frecuencia hace deporte?

Todo el tiempo

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

• Demasiada fruta, cereales, Verduras.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

• Si, Limpia el cuerpo

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si, porque se que el producto natural me va hacer mejor en mi organismo, que las bebidas que son muy malas para nuestra salud



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Olga Bobacilla Rocha.
Edad 46
Ocupacion Asistente
Estado civil Casada.

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
hacer dieta, Ejercicio.
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Cuidado en la alimentación, Frutas a Cominatos.
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
Cada 3 dia.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Verduras, granos.
Consumo agua
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
Maltados.
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si. por que estaria segura de su Efecto.

Olga BR

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre **Andrés Guillermo Caviedes Campos**

Edad **29**

Ocupacion **Ingeniero de Sistemas**

Estado civil **Soltero**

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
 - Con la alimentación
 - Ejercicio físico
 - Pausas activas
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
 - Alimentación con verduras
 - Entrenamiento físico
3. ¿con qué frecuencia hace deporte?
 - Semanal
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
 - Frutas, verduras, granos y agua
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
 - Algunas
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
 - Si lo sustituiría



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Alexandro*

Edad *22*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

ejecutando los habitos en el punto siguiente

2. ¿Qué habitos saludables tiene?

- *hacer ejercicio.*
- *comer bien.*
- *no preocuparme por nada.*

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

5 dias a la semana

4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?

Frutas, verduras, pocas grasas.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

no

6. ¿Consumiria un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Xiomara Quiñan*

Edad *23*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
con comidas saludables, y tomando agua constantemente.
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
*- tomar agua
- consumo de frutas*
3. ¿con qué frecuencia hace deporte?
ocasionalmente
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
- vitaminas c - d -
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
si, nutrición, alimentación, vitaminas.
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Paula Andrea Lora-Lopez Hernandez*
Edad *22*
Ocupacion *estudiante*
Estado civil *soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
*R = Comer verduras
✓ de vez en cuando ejercicio*
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
R = Tomar agua durante todo el día.
3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?
R = 1 vez por semana
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
*R = Verdura agua
fruta*
5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?
*R = Si ya que contienen mucha vitaminas
al instante de ser combinadas las frutas*
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
R = Si por supuesto todo sea por la salud.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Jeison Villabon Gonzalez*

Edad *28*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Alimentación

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Leer

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

Regular

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Mejor de Coca

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

No, jugos naturales

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Obvio



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Pada Corrao Calderon
Edad 22
Ocupacion Estudiante
Estado civil Soltera

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
- ejercicio
- Buena Alimentacion
2. ¿Qué habitos saludables tiene?
- trotar
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
- frecuente
4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?
- Alimentacion Buena
- vitaminas
- batidos
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
- si
6. ¿Consumiria un producto natural que sustutiya una bebida que no es saludable?
- si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Osca Eduardo Barrero.
Edad 27
Ocupacion Estudiante.
Estado civil Soltero.

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Con actividad. Física, Regular.
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Alimenticios, Ejercicios y Planificación.
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
todos los días.
Con una intensidad de una hora diaria.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Proteínas, grasas insaturadas, Omega 3.
Carbohidratos, Frutas, legumbres.
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
(Ingesta de proteínas, por medio de la mezcla de -
Frutas, vegetales, Jugo, agua, Frutas Secas)
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si claro.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Kevin Torres

Edad 22

Ocupacion Estudiante

Estado civil Soltero

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Hago ejercicio diariamente

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Practicar deporte frecuentemente.

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

Tres y cuatro veces a la semana

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Batidos, Maltagidos.

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

Regula y ayuda a mantener saludable.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Sí claro.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Alfonso Lopez
Edad 28
Ocupacion Independiente
Estado civil Casado

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Not acuido

2. ¿Qué habitos saludables tiene?

Ninguno

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Nunca

4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?

Nada

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

NO

6. ¿Consumiria un producto natural que sustutiyi una bebida que no es saludable?

SI



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Camilo Andres Martinez

Edad 24

Ocupacion Estudiante.

Estado civil Soltero.

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Buena alimentacion, deporte.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

- Beber agua antes de alimentarme.

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

- Lunes a viernes, dos horas

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

- Verduras. - Productos integrales.

- Frutas

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

No.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Mauricio Parra Garcia*
Edad *23*
Ocupacion *Estudiante*
Estado civil *Soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Ejercicio constante, buena alimentación, descanso

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
*Ejercicio 5 veces a la semana, nutrición
alimentación balanceada*

3. ¿con que frecuencia hace deporte?
5 veces por semana

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Proteína de suero

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
*Si Aumenta la energía pre ejercicio o suple alguna
de las 5 comidas del día*

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
No



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Sonia Andrea Diaz

Edad 26 años

Ocupacion ESTUDIANTE

Estado civil SOLTERA

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Haciendo EJERCICIO Y BUENA alimentacion.
2. ¿Qué habitos saludables tiene?
BUENA alimentacion
EJERCICIO
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
3 veces a la semana
4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?
FRUTAS, AVENA, FRUTOS SECOS
VERDURAS
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
NO.
6. ¿Consumiria un producto natural que sustutuya una bebida que no es saludable?
NO los conozco.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Yemi Jimenez Comedor*
Edad *24*
Ocupacion *Profesora*
Estado civil *Soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Buen alimentación
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Ejercicio
3. ¿con qué frecuencia hace deporte?
No frecuente
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
*U. Tominos
Verduras*
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
Si
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre XIMENA BAQUERO

Edad 31

Ocupacion ODONTOLGA

Estado civil CASADA

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

BUENA DIETA, NO CONSUMO CIGARRILLO, ALCOHOL
VITAMINAS

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

- EJERCICIO

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

- CADA 3 DIA

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

FRUTAS. VITAMINAS

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

NO

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

SI



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Nubia E. Barbosa
Edad 38 años
Ocupacion Administradora Empresas
Estado civil Casada

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Con buena alimentación, Recreación

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

- Alimentación Saludable
- Hace deporte

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Semanalmente

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Ninguno solo frutas, verduras, poca azúcar, poca harina

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

No

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Depende los beneficios que presente.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Florencia Castellanos*
Edad *55 años*
Ocupacion *Hogar*
Estado civil *Divorciada*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

En la alimentación

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Hacer ejercicio.

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

a veces toda la semana o depende del tiempo que cuento

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Verduras, frutas

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

NO

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Viviana Romero

Edad 21 años

Ocupación Estudiante

Estado civil Soltera

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Me gusta comer saludablemente, verduras, frutas, jugos naturales; procuro desintoxicar el cuerpo cada seis meses, luego de esto consumo suplementos de vitaminas.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Bebó bastante agua, procuro comer siempre en el mismo horario.

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

Normalmente, dos veces a la semana.

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Vitamina E, leche de almendras.

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

Si.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Xuliete Meiro Rodriguez

Edad 18

Ocupacion Estudiante.

Estado civil Casada

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Crecí desde mi niñez manteniendo una buena alimentación en las mañanas.
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Desayuno con fruta.
Verdura al almuerzo.
3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?
Muy poca, a veces.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Comidas sanas.
5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?
Se escuchó muy poco de ello.
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si me gustara.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Stefany Paola Salcedo Diaz*

Edad *23*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Union libre*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Haciendo ejercicio, y teniendo una buena alimentación balanceada

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

me alimento frutas, y verduras

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

todos los dias

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

No consumo

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

No los conozco

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Maria Lorena Camacho

Edad 33

Ocupacion Independiente

Estado civil Soltera

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Yo hago ejercicio diario mi alimentación la cuido bastante
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
hacer ejercicio, alimentación saludable.
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
todos los días.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Consumo mucha fruta, verdura con las proteínas suficientes
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
Si
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si me gustan mucho y son de mucho alimento saludable.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Luva Guacheta*
Edad *27*
Ocupacion *ABogada*
Estado civil *Soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Yo hago mucho ejercicio y me alimento bien
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Como frutas
3. ¿con qué frecuencia hace deporte?
2 veces por semana
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Malteada oval
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
Si
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Olivia Paola Pérez.*

Edad *22*

Ocupacion *estudiante*

Estado civil *Soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

haciendo mucho ejercicio y comiendo saludable.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

Me gusta comer verduras, ya que soy vegetariana

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Todos los días 45 minutos

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Batidos y productos de herbolife

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

Sí.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Sí.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Monica Sraza*

Edad *26*

Ocupacion *estudiante*

Estado civil *soltera*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

Con buena alimentación y deporte

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

buena alimentación Balanceada

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Cada 2 días

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Frutas, verduras

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

no

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

no



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Nelly Hermida Angel
Edad 42 años
Ocupacion Independiente
Estado civil Casada,

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Comiendo Saludable
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?,
Caminar, consumir frutas, verduras, Tomar agua.
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
Regular.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Agua, Frutas, verduras.
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
Si'
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si, siempre y cuando sea beneficioso para la salud, cuerpo y mente.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre MICEYA ROMERO

Edad 36 AÑOS

Ocupacion DOCENTE .

Estado civil SOLTERA .

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

COMIENDO SALUDABLE

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

FRUTAS, VERDEAS, AGUA
DORMIR BIEN.
CAMINAR .

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

POCO

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

AGUA, FRUTAS, VERDEAS

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

SÍ, AYUDA A MEJORAR LA
CAUDAO DE UROA Y EVITAR
ENFERMEDADES

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

SÍ, CLARO .



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Rodolfo Castro
Edad 25
Ocupacion Estudiante
Estado civil Soltero

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Con Nada, o Habitos Saludables
2. ¿Qué habitos saludables tiene?
hacer ejercicio
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
A veces por semana
4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?
Frutas - Verduras - poca grasa
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
No
6. ¿Consumiria un producto natural que sustutuya una bebida que no es saludable?
Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *William David Romero Hermida*

Edad *12*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

comer saludable y hacer ejercicio.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

cominar, consumir frutas, verduras, Tomar agua, y dormir bien

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

todos los días

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

agua, frutos, verduras, maní.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

Sí

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Sí, siempre, cuando sea a beneficio para la salud, cuerpo y mente.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre Sergio Cesar Amortegui

Edad 23

Ocupacion Comacinte

Estado civil Soltero

1. ¿Como cuida usted su salud?
La verdad poca ejercicio
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Tomo bastante agua.
3. ¿con que frecuencia hace deporte?
dos veces al mes practico futbol.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Verduras, vitaminas etc.
5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?
No
6. ¿Consumiria un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Jeyson S. Castro Ortega.*
Edad *24*
Ocupacion *Estudiante, músico*
Estado civil *Soltero.*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
Comer sano, no fumar y no tomar.
Ejercicio.
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
Deporte (carreras)
3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?
Cada día por medio.
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
Frutas, Verduras.
5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?
No mucho. aun que al ser natural se entiende que es muy bueno.
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
Si, sería lo mejor.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre FELIX CORTES

Edad 22

Ocupacion ESTUDIANTE

Estado civil SOLTERO

1. ¿Cómo cuida usted su salud?
POR MEDIO DEL DEPORTE Y UNA BUENA ALIMENTACIÓN
2. ¿Qué hábitos saludables tiene?
ENTRENAMIENTO, BUENA ALIMENTACIÓN CON APORTE DE NUTRIENTES, Y BUEN TIEMPO DE DESCANSO
3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?
REALIZO DEPORTE TODOS LOS DIAS
4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?
SUPLEMENTACIÓN PRODUCTOS CON BUENA FUENTE DE PROTEÍNAS Y CARBOS
5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?
LOS BATIDOS NATURALES SE REALIZAN DE ACUERDO A LA NECESIDAD DE LAS PERSONAS
6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?
CLARO QUE SI DEPENDIENDO LOS NUTRIENTES QUE ME APORTE

IDEA DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE EMPRESA, PULPA BATIDOS.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Carlos Andres Cardona Herrera*
Edad *27*
Ocupacion *fisicoculturista*
Estado civil *soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

X) Cuido mi salud por medio de la alimentacion y la actividad fisica en todos sus ambientes etc

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

X) la actividad fisica y la disciplina de mantener un cuerpo estético saludable y la alimentacion

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

X) Mantengo un regimen estricto de la disciplina del fitness y crecimiento muscular.

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

X) Manejo un estricto regimen alimenticio entre esos consumo 200gr de proteinas al dia 100 gr de carbohidratos, y ~~X~~

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

aprox 1kg de pechuga de pavo y 1da X) tiene multiples beneficios entre ellos el glucogeno almacenado de los vegetales la perdida de grasa corporal el mantenimiento de la masa muscular etc

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Manejo productos y bebidas naturales que aportan a mi desarrollo fisico en todo sentido.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Carlos S Alarcon R.*

Edad *22*

Ocupacion *estudiante*

Estado civil *soltero.*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

EJERCICIO, Alimentación saludable, buenos hábitos

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

entrenamiento funcional, Alimentación adecuada.

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Todos los días

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

Proteína carbohidratos grasas en su debido cantidad.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

proporciona sustancias que el cuerpo necesita ya sea para bajar o aumentar de peso o simplemente cuidar la salud diaria.

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

SI.



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Carlos Alberto Ponce R.*

Edad *23*

Ocupacion *Estudiante*

Estado civil *Soltero*

1. ¿Cómo cuida usted su salud?

• Alimentandome bien, un buen descanso, haciendo ejercicio sin excederme.

2. ¿Qué hábitos saludables tiene?

• Ejercicio Aeróbico, descansar los oídos.

• Ejercitación y actividad física.

3. ¿Con qué frecuencia hace deporte?

Todos los días

4. ¿Entre sus hábitos que productos saludables consume?

No consumo productos, dietéticos o vitamínicos solo como normal

5. ¿Conoce los beneficios de un batido natural?

• *NO*

6. ¿Consumiría un producto natural que sustituya una bebida que no es saludable?

Si



ENCUESTA, HABITOS SALUDABLES

UDEC, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y CONTABLES

Nombre *Jeyson S. Castro Ortega.*
Edad *24*
Ocupacion *Estudiante, músico*
Estado civil *Soltero.*

1. ¿Como cuida usted su salud?

*Comer sano, no fumar y no tomar.
Ejercicio.*

2. ¿Que habitos saludables tiene?

Deporte (crotas)

3. ¿con que frecuencia hace deporte?

Cada día por medio

4. ¿Entre sus habitos que productos saludables consume?

Frutas, Verduras.

5. ¿conoce los beneficios de un batido natural?

*No mucho. aun que al ser natural
se entiende que es muy bueno.*

6. ¿Consumiría un producto natural que sustutuya una bebida que no es saludable?

Si, sería lo mejor.

Cronograma de actividades																																								
		Tiempo destinado																								Observaciones														
		Octubre				Nov			Diciembre				Ene-16				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio							
Fases del trabajo	Descripción de la actividad	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4				
Primera fase Iniciación	Elaboración y presentación del anteproyecto al comité opción de grado.																																							
Segunda Fase Estudio de mercado	Identificar las características de PULPA BATIDOS, analizando el sector, análisis del mercado.																																				Se realizó encuestas a ciudadanos en Fusagasugá.			
	Realizar una investigación a la competencia, en Fusagasugá, análisis DOFA.																																				Se realizó visita a las competencias, analizando los batidos.			
	Desarrollar el marketing Mix en la creación de la empresa diseñando estrategias.																																				Diseño de estrategias, analizando la población de Fusagasugá.			
	Creación de la empresa, misión, visión, valores corporativos, logo, slogan, menú.																																				Creación y diseño de logo, menú, misión y visión.			
Tercera fase Desarrollar un estudio técnico	Conocer e identificar la materia prima que se va a utilizar, ficha técnica del producto, necesidades y requerimientos.																																				Prueba con las materias primas, para determinar el valor de materia prima en los batidos.			
	Identificar las materias primas, insumos, arriendo, maquinaria y equipo, muebles y enseres.																																				Cotizaciones reales en diferentes distribuidores,			



COTIZACIONES MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Proveedores

Tropi-frutas! Siempre en cosecha! Minoristas y mayoristas

TROPIC Frutas

Siempre en Cosecha...!

Juan Carlos Tique
Nit. 81.740.349-4 Régimen Simplificado

Plaza de Mercado Puesto 184 Fusagasugá Cel: 310 7812415



FACTURA DE VENTA			
FECHA:		0624	
CLIENTE:		NIT:	
DIRECCIÓN:		TEL:	
Araza		Maracu,	10kg bolsa 42000
Aguacate		Mora	6lb. 2000
Banano	Caja 19kg 25000	Melón	
Badea		Naranja	50kg 1 auto 65000
Cirueta		Papaya Común	
Coco		Papaya Hawayana	
Curuba		Patilla	
Durazno	Canafilla 16lb 30000	Perás	60l Caja 11kg 27000
Fresa	2000 lb.	Piña	Común .12uni. 35000
Feijoa		Pitahaya	
Granadilla		Tomate Arbol	
Guayaba		Uvas	
Guanabana		Uva Chilena	
Kiwi		Uchuvas	
Limón		Zapote	
Lulo			
Mango	W2000. 2500 lb.		
Mandarina			
Manzana		TOTAL \$	

El presente documento se asimila a una Letra de Cambio (Art. 774 del Código de Comercio). El comprador acepta real y materialmente los bienes y servicios en ella mencionados. Si esta factura no es cancelada en el plazo señalado, causará intereses de mora al porcentaje máximo autorizado por la ley (artículo 804 del Cód. de Co.

ACEPTADA
VENDEDOR



La cosecha, del campo a su mesa.



La Cosecha
Del Campo a su Mesa

JOSE ALFREDO RODRIGUEZ * NIT. 83.091726-1
CEL: 312 549 2737 * SERVICIO A DOMICILIO
PUERTO 87 PLAZA DE MERCADO * FUSAGASUGA

Fecha: _____ No. _____

Nombre: _____

Acelga			Lechu Crespa		
Aguacate			Limón		
Ahuyama			Lulo		
Ajo			Mango	3000 lb	
Alcachofa			Mandarina		
Apio			Manzana		
Arracacha			Maracuyá	3000 lb	
Arveja			Mazorca		
Banano	2000 K		Mora	1b 3000	
Berenjena			Melón		
Brócoli			Naranja	12 cad 5000	
Cabazona			Plátano		
Calabaza			Papa Pastusa		
Carambolo			Papa Saban.		
Cebolla L.			Papaya		
Ceb. Puerro			Papayuela		
Cilantro			Patilla		
Ciruela			Pepino Co.		
Coco			Pepino Coh.		
Colicero			Peras		
Coliflor			Perejil		
Criolla			Pimentón		
Cubios			Piña	1500 lb	
Curuba			Pitahaya		
Chuguas			Rábanos		
Durazno			Raíces Chinas		
Espinaca			Remolacha		
Fresa	2000 lb		Repollo		
Frijol			Tallos		
Granadilla			Tomate Arbol		
Guayaba			Tomate Ch.		
Guascas			Tomate M.		
Guatila			Tomillo		
Guanabana			Uvas		
Haba			Uchuvas		
Habichuela			Yuca		
Kiwi			Zanahoria		
Lechuga			TOTAL \$		

Desechables & plásticos

Distribuidor mayorista



CANT.	ARTICULOS	VR. Unit	VR. TOTAL
2	P. lillo sub.	18.000	
20	plás 12oz	58.000	
4	Seculet Alb	8000	
	32oz		
3	Toalla Rollo	56.100	
50	Guantes Unido	11.200	
TOTAL →			

Decoración
para todo tipo de eventos

Distribuidor exclusivo

familia
PRODUCTOS TORK

DARNEL

Sempertex

Alvaro Ramírez Guidet

Avenida Las Palmas 10-05
Tel.: 867 3061 Telefax: 867 5571
311 887 3344
Fusagasugá
desechablesyplasticosarg@hotmail.com

d

d-sechables & plásticos

Distribuidor mayorista

Azucar makro, azúcar blanca





¡Abastece tu negocio!

Cargando ...

Bienvenido
Usted
Iniciar

INICIO ACERCA DE MAKRO LEY DATOS PERSONALES OFERTAS SERVICIOS SUGERENCIAS PREGUNTAS FRECUENTES

BUSCADOR MAKRO

INICIO > VÍVERES Y ABARROTES > AZÚCAR, PANELA Y OTROS ENDULZANTES > AZÚCAR BLANCO ARO BULTO X 50 Kg << Volver atrás

Buscar...

f t e + 3

PRODUCTOS POR CATEGORIA

- Alimentos Perecederos [+]
- Aseo y Limpieza [+]
- Cuidado Personal [+]
- Desechables Icopor Plástico [+]
- Equipo Elementos Industrial [+]
- Equipos Eléctricos y de Gas [+]
- Ferretería y Otros [+]
- Papelería y Oficina [+]
- Sillas Mesas Otros Muebles [+]
- Super Combos [+]
- Tecnología [+]
- Textiles y Lencería Hotel [+]
- Utensilios de mesa y cocina [+]
- Viveres y Abarrotes [-]



AZÚCAR BLANCO ARO BULTO X 50 Kg

Código: 48971

Sea el primero en opinar sobre este producto

Precio con IVA \$ 125.000,00

P.U.M. 2.5 C/g

Cant. **Comprar**

Comparar >>

Helado