

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**MARTHA IRINIS SIERRA**  
**EDWIN CHAPARRO**  
**IVERTH ALFONSO CUESTA**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE MANTEQUILLA DE MANI Y AJONJOLI**

**Proyecto de grado para optar el título de  
Administrador de empresas**

**Comisión Asesora:**

**Asesor Temático Yolima Villegas**

**Asesor Metodológico Adriana Ruiz**

**MEDELLÍN – ANTIOQUIA**

**2009**



## CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CENTRO DE INVESTIGACIONES

### NOTA DE ACEPTACIÓN

Los suscritos miembros de la Comisión Asesora del Trabajo de Grado titulado: **"Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Comercializadora y Productora de Maní y Ajonjolí – LA MIES LTDA."**, elaborado por los estudiantes: EDWIN ALIRIO CHAPARRO HIGUERA, IVERTH ALFONSO CUESTA ROQUEME, Y MARTHA IRINIS SIERRA, del programa de Administración de Empresas, nos permitimos conceptuar que éste cumple con los criterios teóricos, metodológicos y de redacción exigidos por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables y por lo tanto se declara como:

*Aprobado*

  
ADRIANA RUIZ B.  
Asesora Metodológica

  
YOLIMA VILLEGAS  
Asesora Temática



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

EDWIN ALIRIO CHAPARRO H.  
Alumno

IVERTH ALFONSO CUESTA R.  
Alumno

MARTHA IRINIS SIERRA  
Alumna

## **DEDICATORIA**

*La vida es un paseo que tenemos que caminar en ella y se hace sencillo cuando se cuenta con la compañía de seres maravillosos que brindan lo mejor de sus vidas en cada instante en mi vida, he tenido el privilegio de contar con muchos de ellos; Dios el mejor de mis amigos, la luz que ilumina mi camino en momentos de oscuridad y la fuerza que me hace continuar en la construcción de mis sueños.*

*A Dios, familia, amigos, profesores, y conocidos. Personas maravillosas con las que he construido sueños e historias que vivirán y alimentarán para siempre mi mente y mi corazón.*

*Para todos ellos gran bendición y agradecimientos infinitos.*

**MARTHA IRINIS**

## ***DEDICATORIA***

*Agradezco a mi gran Dios de todo corazón por todas las oportunidades, fuerzas y bendiciones regaladas en esta etapa de la vida. A mis padres por su apoyo que jamás me ha faltado. A la institución por otorgarme muchos medios para mi crecimiento intelectual, espiritual y social. y a mis compañeros que me acompañaron en este proceso de aprendizaje. Muchas gracias.*

***IVERTH CUESTA***

## ***DEDICATORIA***

*Cada instante de la vida es una nueva etapa, y como seres humanos debemos aprender de esos instantes que DIOS nos brinda. Para el ser humano desarrollarse por ley necesita de otra persona, porque es difícil que se desarrolle intelectualmente y socialmente solo.*

*Primeramente a nuestro DIOS todo poderoso que gracias a su voluntad puedo hacer lo que planeo y sueño. A todas aquellas personas que me han impulsado a dar un paso más adelante, mis padres, mi querida esposa, y el regalo más preciado que DIOS me ha prestado mis hijas, a demás familiares, maestros y amigos.*

***DIOS LOS BENDIGA***

***EDWIN CHAPARRO***

## **AGRADECIMIENTOS**

- *A Dios y a la vida que nos han llevado paso a paso por el camino del aprendizaje , brindándonos la oportunidad de conocer personas y lugares maravillosos que han contribuido con la formación integral de cada uno de nosotros en momentos cruciales de nuestra vida.*
- *Yolima del Socorro Villegas, ASESORA TEMATICA del proyecto y amiga, le agradecemos, por el don maravilloso de la paciencia, sabiduría, compromiso y entusiasmo sinceros que muchas veces nos alentaron a seguir adelante. Además de sus sabios consejos y enseñanzas.*
- *Adriana Ruiz, Asesora Metodológica del proyecto y amiga, le agradecemos, por la ayuda parcial, dedicación y compromiso que desempeño con este proyecto, y la colaboración con los emprendedores.*

## CONTENIDO

INTRODUCCION...	8
RESUMEN EJECUTIVO .....	10
1. PANORAMA DEL PROYECTO .....	13
1.1 TITULO DEL PROYECTO .....	13
1.1.2 Descripción General del Proyecto.....	13
1.1.3 Impacto en la Misión de la Organización .....	14
1.1.4 Coherencia con el plan de Desarrollo Institucional .....	14
1.1.5 Problema Oportunidad.....	15
1.1.6 Meta.....	15
1.2 DEFINICION DE OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo General.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos .....	16
1.2.3 Macro actividades.....	17
2. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO .....	17
2.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO .....	18
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	19
2.1.2 Antecedentes Sociales y Culturales.....	24
2.1.3 Antecedentes Personales .....	25
2.1.4 Análisis de la Industria Sector de Alimentos .....	26
3. ANALISIS DEL MERCADO .....	27
3.1 ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO .....	28
3.1.1 Análisis de la Competencia.....	32
3.1.2 Definición del Competidor. ....	32
3.1.3 Clientes más Importantes .....	34
3.1.4 Estrategias del Mercado .....	38

3.1.5 Estrategias de Distribución .....	38
3.1.6 Estrategias de Precio .....	39
3.1.7 Estrategias de servicio .....	39
4. PLAN DE OPERACIÓN.....	40
4.1 DESARROLLO DEL PROCESO .....	43
4.1.2 Necesidades y Requerimientos .....	44
4.1.3 Plan de Producción.....	46
4.1.4 Plan de Compras .....	46
4.1.5 Costos de Producción .....	48
4.1.4 Infraestructura .....	51
4.1.5 Aplicación .....	53
4.1.6 Proyección de Ventas.....	56
5. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL .....	58
5.1 ANALISIS DOFA.....	58
5.1.1 Organismos de Apoyo .....	62
5.1.2 Etapas de Implementación .....	63
5.1.3 Apoyo Administrativo .....	64
5.1.4 Apoyo Legal.....	64
6. ESTRUCTAR ORGANIZACIONAL.....	65
6.1 ORGANIGRAMA GENERAL .....	65
6.2 Manual de Funciones.....	67
6.2.1 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Gerente.....	67
6.2.2 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Contador.....	70
6.2.3 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Jefe de Producción .....	73
6.2.4 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Distribuidor .....	76
6.2.5 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Asistente.....	78
6.2.6 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Oficinas Varios.....	82
6.2.7 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Vendedores .....	85
6.2.8 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Operadores.....	87
7. ASPECTOS LEGALES .....	90

7.1 TIPO DE SOCIEDAD .....	90
7.2 DISPOSICIONES GENERALES.....	91
7.3 DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCION .....	115
7.4 RUT .....	117
8. COSTOS ADMINISTRATIVOS .....	118
8.1 Gastos de Personal.....	118
8.2 Gastos de Puesta en Marcha .....	119
8.3 Gastos Anuales de Administración.....	120
9. ESTUDIO FINANCIERO .....	121
9.1 PROYECCIONES.....	121
9.2 BALANCES PROYECTADOS.....	127
9.3 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS.....	128
9.4 FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS .....	129
9.5 INDICADORES O SALIDAS.....	131
10. PLAN OPERATIVO .....	133
10.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	133
10.2 Meta Sociales.....	134
10.2.1 Metas Sociales del Plan de Negocios .....	134
10.2.2 Plan Nacional de Desarrollo.....	136
10.2.3 Cluster o Cadena Productiva .....	137
10.2.4 Empleo.....	139
10.2.5 Efectos Sobre los Negocios.....	139
10.2.6 Efectos de las Familias .....	139
10.2.7 Efectos Sobre la Comunidad.....	140
11. IMPACTO DEL PROYECTO .....	141
11.1 IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL....	141
11.2 IMPACTO AMBIENTAL.....	142
12. CONCLUSIONES.....	144
13. RECOMENDACIONES .....	146

14. BIBLIOGRAFIA .....	147
15. ANEXOS .....	148
Encuesta.....	148
Descripción Nutricional Mantequilla de Maní .....	151
Descripción Nutricional Mantequilla de Ajonjolí .....	152

### **LISTA DE CUADROS**

Cuadro 1. Barrios del Mercado Objetivo.....	28
Cuadro 2. Mapa Sector del Mercado Objetivo.....	29
Cuadro 3. Población por Edades de la Comuna 9 Medellín .....	30
Cuadro 4 Costos de la Materia Prima 500 Grs.....	44
Cuadro 5. Costos de la Materia Prima 250 Grs.....	45
Cuadro 6. Costos de la Materia Prima 100 Grs.....	45
Cuadro 7. Plan de Producción.....	46
Cuadro 8. Plan de Compras      500 Grs.....	46
Cuadro 9. Plan de Compras      250 Grs.....	47
Cuadro 10. Plan de Compras      100 Grs.....	47
Cuadro 11. Producción 500 Grs. Mantequilla de Maní.....	48
Cuadro 12. Producción 500 Grs. Mantequilla de Ajonjolí .....	48

Cuadro 13. Producción 250 Grs. Mantequilla de Maní .....	49
Cuadro 14. Producción 250 Grs. Mantequilla de Ajonjolí .....	49
Cuadro 15. Producción 100 Grs. Mantequilla de Maní .....	50
Cuadro 16. Producción 100 Grs. Mantequilla de Ajonjolí .....	50
Cuadro 17. Análisis del DOFA.....	59
Cuadro 18 Descripción del Impacto Matriz DOFA Fortalezas y Debilidades	60
Cuadro 19. Descripción del Impacto Matriz DOFA.....	61
Cuadro 20 Cronograma de Actividades a un Año .....	134
Cuadro 21. Impacto Ambiental .....	144

### **LISTA DE TABLAS**

Tabla Nº 1 Ficha Técnica de la Mantequilla de Maní .....	41
Tabla Nº 2 Ficha Técnica de la mantequilla de Ajonjolí.....	43
Tabla Nº 3 Proyección de Ventas General en Pesos .....	56
Tabla Nº 4 Proyección de Ventas a Un Año en Pesos.....	57
Tabla Nº 5 Proyección de ventas en Unidades a Un Año.....	57
Tabla Nº 6. Gastos de Personal Nomina y Parafiscales.....	118
Tabla Nº 7 Gastos de Personal Prestaciones Sociales .....	119

Tabla N° 8. Gastos de la Constitución de la Empresa.....	119
Tabla N° 9 Detalles de la Inversión Inicial que es Necesaria para la Puesta en Marcha la Empresa .....	119
Tabla N° 10 Relación de los Gastos Mensuales y Anuales de Administración de la Empresa .....	120
Tabla N° 11. Estructura de Capital .....	120
Tabla No 12. Proyecciones a Cinco Años .....	121
Tabla N° 13 Balance General.....	127
Tabla. No 14 Estado de Resultados Proyectado .....	128
Tabla N° 15. Flujo de Caja Proyectados.....	129
Tabla No.16 Indicadores o Salidas.....	131

### **LISTA DE FIGURAS**

Figura N° 1 Organigrama General.....	65
Figura N° 2 Maquinaria.....	51
Figura N° 3 Esquema del Molino.....	57

## **INTRODUCCIÓN**

El Plan de Negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de mantequilla de maní y ajonjolí, bajo el uso de Buenas Practicas, nace por la expectativa de un grupo de jóvenes universitarios, con deseos de contribuir al desarrollo económico y social del sector comercial; generando soluciones a la problemática comunal que enfrenta la ciudad de Medellín (Antioquia – Colombia). Siendo esta una oportunidad para involucrar conocimientos técnicos y administrativos en procesos productivos, con el fin de generar cambios que impulsen el mejoramiento de técnicas, en la calidad de la mantequilla de maní y ajonjolí, la capacidad del talento humano para el desarrollo sostenible y la adopción de tecnologías limpias, que permitan, ser competitivos, cumpliendo con normas y estándares de mercado.

El presente documento adopta el modelo de Plan de Negocios propuesto por el Fondo Emprender, creado mediante el Artículo 40 de la Ley 789 por el Gobierno Nacional y adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, para financiar proyectos empresariales. Para ello es relevante que se tratarán en la investigación. Seguidamente se desarrollarán los módulos: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio de Organización, Estudio Financiero, Plan Operativo e Impacto del Proyecto; en los que se muestra de manera clara y detallada la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mantequilla de maní y ajonjolí el nicho de mercado será en la ciudad de Medellín, Comuna 9, en ellos es posible identificar necesidades de inversión, ingresos, costos, gastos, utilidad del proyecto, punto de equilibrio, impacto económico, regional, social y ambiental.

Con la implementación de este proyecto se pretende generar alternativas de desarrollo micro empresariales para la Comuna 9, aplicando las herramientas gerenciales necesarias para impulsar el desarrollo del sector agrícola. También, es vital la elaboración de esta propuesta empresarial y académica para contribuir a la formación profesional, sirviendo de base a estudiantes de Administración de Empresas que deseen realizar proyectos empresariales bajo este modelo.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La Mies S.A.S se establecerá en la ciudad de Medellín, Comuna 9 (Antioquia – Colombia), con el propósito de producir y comercializar la mantequilla de maní y ajonjolí, bajo el uso de Buenas Prácticas de estudios de mercadeo para comercializarlas en la Comuna 9 de la ciudad de Medellín y el área metropolitana. Otros de sus clientes serán Almacenes de Cadena, plazas minoristas y Mayoristas, que demandan la mantequilla para lo cual se planeará una producción a tiempo de forma escalonada permitiendo mantener oferta permanente de las mantequillas de maní y ajonjolí de buena calidad en el mercado.

Se ofrecerá mantequilla de maní y ajonjolí producida bajo los estándares de calidad; reduciendo los riesgos de contaminación que garanticen la sanidad y calidad del producto terminado, entregando al consumidor un alimento con apariencia, aroma, sabor y textura agradables, que contribuya con el cuidado de la salud humana y la conservación del medio ambiente.

El grupo emprendedor está conformado por profesionales en las áreas de Administración de Empresas; Martha Sierra, Edwin Chaparro, Iverth Cuesta.

Con la asesoría de las Magíster Adriana Ruiz, Magíster Yolima Villegas; Eunice Roqueme asesora en producción; quienes, tienen experiencia directa en el manejo administrativo y técnico de este tipo de proyectos y una excelente formación en áreas gerenciales.

La empresa Productora y comercializadora de la mantequilla de maní y ajonjolí requiere de una inversión total de \$ 115'000.000, de los cuales el grupo empresarial gestor aportará \$ 30'000.000 y solicitará \$85'000.000 al Fondo Emprender como capital semilla, con el propósito de no incurrir en obligaciones financieras.

La oportunidad es clara, pues la demanda por la mantequilla de maní y el ajonjolí es creciente a nivel nacional e internacional. La producción según estadísticas será de 9.213 kg/año promedio, obteniendo ingresos promedio anuales de \$134.204.099 por concepto de ventas de la mantequilla de maní clasificada en las siguientes referencias, 500 kg, 300kg, 250kg, 100kg a precios de \$6724, \$5000, \$3448, \$1724

La rentabilidad del proyecto, en un análisis a 5 años, es del 43.61% anual. El valor presente neto al 20%, alcanza un valor positivo de \$41.825.915 y el período de recuperación de la inversión es de 24 meses.

El impacto social de la empresa es positivo en la comuna 9 de la ciudad de (Medellín- Antioquia) porque requiere de 2.592 horas/año.

Para su operación demanda mano de obra indirecta de hombres y mujeres jóvenes, profesionales y semi profesionales entre los 19 y 35 años. Así mismo, se impulsará el desarrollo del sector agrícola vegetal de la ciudad de Medellín con la implementación de tecnologías limpias, con el objetivo de lograr desarrollo sostenible y contribuir con la salud de los trabajadores y del consumidor de la mantequilla de maní y ajonjolí.

De esta manera se demuestra la viabilidad comercial, técnica, económica, financiera, legal, ambiental y jurídica para la creación y puesta en marcha de la empresa productora y comercializadora de la mantequilla de maní y ajonjolí.

## **1. PANORAMA DEL PROYECTO**

### **1.1 TITULO DEL PROYECTO**

Productos elaborados con base en maní y ajonjolí.

#### **1.1.2 DESCRIPCION GENERAL DEL PROYECTO**

En la ciudad de Medellín se ha detectado la necesidad de innovar en la elaboración de productos saludables, nutritivos con base en maní y ajonjolí.

Consientes de los beneficios, según estudios realizados por científicos y nutricionistas, la Mies pretende ser una empresa productora y comercializadora de alimentos con base en maní y ajonjolí, elaborándolos con formulas propias e innovadoras, dadas por los resultados de la investigación permanente de los beneficios alimenticios de nuestros productos base.

### **1.1.3 IMPACTO EN LA MISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

Este proyecto permitirá el desarrollo de las habilidades, destrezas y crecimiento de los estudiantes en forma espiritual, intelectual y moral, por medio del trabajo en las diferentes disciplinas del conocimiento, teniendo en cuenta la proyección del proyecto con base en un plan estructurado de producción, comercialización, publicidad y mercadeo.

El impacto, consiste en el servicio a la comunidad adventista y a la sociedad en general, con mejoramiento de la calidad de vida de las familias antioqueñas, estudiantes y demás personas involucradas directa e indirectamente en la producción, comercialización y consumo de nuestros productos.

### **1.1.4 COHERENCIA CON EL PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL**

Dentro del plan de desarrollo empresarial se tendrá en cuenta a los estudiantes generando empleo, e impulsado a nuestra comunidad adventista al consumo y al desarrollo de productos saludables y nutritivos, fortaleciendo así, el plan de desarrollo institucional.

### **1.1.5 PROBLEMA OPORTUNIDAD**

La ciudad de Medellín, carece de proveedores nacionales de productos con base en maní y ajonjolí. Por esta razón: Los supermercados, tiendas y comunidad en general de consumo de este tipo de alimentos se ven obligados a comprarlos a proveedores extranjeros, encareciendo el producto para el consumidor.

Esta dificultad existente genera la oportunidad de crear una empresa productora y comercializadora de productos con base a maní y ajonjolí, que pueda abastecer este mercado de manera oportuna y confiable, que se refleje finalmente en calidad y precios de mayor accesibilidad al consumidor final.

### **1.1.6 META**

Emprender una serie actividades orientadas a la formulación de un proyecto empresarial con probabilidades de sostenimiento, orientado a un portafolio de productos con base en maní y ajonjolí.

## **1.2 DEFINICION DE OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Con este proyecto se pretende alcanzar un reconocimiento de la empresa, y los productos, atrayendo nuevos clientes, hacia nuevos mercados, obteniendo el crecimiento paulatino en el número de clientes y de ventas, logrando un posicionamiento de los productos con base en maní y ajonjolí.

El cumplimiento de este objetivo se logra mediante los resultados cualitativos y cuantitativos arrojados durante el primer semestre del año 2010

### **1.2.2 Objetivo Especifico**

- Romper el paradigma de los consumidores y clientes de mantequillas con base en maní y ajonjolí
- Fortalecer nuestro conocimiento en la creación de empresas y gerencia
- Crear estrategias que permitan la confianza y credibilidad en la empresa.
- Conocer el nivel de satisfacción de nuestros clientes.
- Presupuestar parcial y totalmente el desarrollo del proyecto
- Adquirir información relacionada con la competencia.

- Incursionar en nuevos nichos de mercado, con el desarrollo de nuevos productos

### **1.2.3 MACROACTIVIDADES**

- Diagnóstico de la situación actual del mercado al cual se enfocara este producto.
- Recopilación de la información básica para iniciar el proyecto (empleados, clientes, proveedores, presupuestos).
- Levantar un presupuesto de gastos y costos para la ejecución del proyecto.

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO**

El ser humano por las constantes actividades sufre un deterioro en la salud, debido a las actividades diferentes que permanentemente debe asumir, tales como: trabajo, dedicación a la familia, estudio, esfuerzo mental y físico. Estas responsabilidades son cada vez mayores, lo que implica enfrentarse a cambios en los diferentes entornos y tendencias ya sean de ámbito cultural, organizacional o social.

La realización de este plan de negocio, está orientado a conocer la factibilidad de la creación de una empresa, donde se produzca y se comercialice mantequilla a base de Maní y ajonjolí, ya que actualmente en la ciudad de Medellín no existe una empresa que se dedique a la producción y comercialización de este tipo de alimentos. Desde allí se ha visto la necesidad de incursionar en este sector del mercado, donde se ofrezcan productos saludables por su alto contenido nutricional.

La población conocedora de las bondades de estos productos secos, solo tienen acceso a través de almacenes de cadena y grandes superficies que importan estos productos o los comercializan, lo que expone a depender de la variable importación, razón por la cual se justifica la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de mantequilla de Maní y ajonjolí.

## **2.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO**

En el desarrollo y creación de empresas hay variables internas y externas las cuales llevan a que cada vez las organizaciones estén a la vanguardia y a las tendencias que marcan cada generación, la MIES toma como referente teórico, empresarial, innovar la idea incursionar en el mercado con productos elaborados con base en maní y ajonjolí.

### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

#### ***Maní***

Se cree originario de las regiones tropicales de América del Sur, del Noroeste andino de Argentina y Bolivia, y cultivado en pequeñas superficies desde los tiempos coloniales, donde algunas especies crecen de modo silvestre.

La palabra Maní, muy empleada en Argentina, proviene del guaraní "manduví", mientras que el nombre cacahuete o cacahuate (usado en México), se originó en el azteca "cacahuatl". El viejo nombre inglés "ground-nut" o el francés "pistache de terre" provienen del curioso comportamiento de esta planta, único entre las leguminosas que crece bajo la tierra donde se forma el fruto, una vaina redondeada con 1 a 5 semillas.

Su cultivo se viene realizando desde épocas remotas, así los pueblos indígenas, lo cultivaron tal y como queda reflejado en los descubrimientos arqueológicos realizados en Pachacamac y otras regiones del Perú. Allí se hallaron representaciones del Maní en piezas de alfarería y vasijas. Fueron los conquistadores portugueses y españoles quienes introdujeron el Maní en África y Europa. En África se difundió con rapidez, siendo esta legumbre un alimento básico de la dieta en numerosos países, razón por la cual algunos autores sitúan el origen del Maní en este continente.

Hoy en día, los principales países de cultivo son Argentina, China e India, donde se utiliza sobre todo como materia prima para la producción de aceite de cacahuete. . El Maní viene atravesando un proceso de mejoramiento cualitativo y de incremento de volúmenes.

Si bien el Maní tiene un alto contenido graso que determina que en el mundo se destine buena parte de la producción a la obtención de aceite comestible de excelente calidad; se halla en pleno crecimiento su comercialización como fruto comestible, en forma de Maní tipo confitería, segmento del mercado mundial<sup>1</sup>

El Maní, es el único fruto seco que crece bajo la tierra y se emplea directamente como alimento, sea crudo o tostado. El Maní tiene la capacidad de mantener bajos los niveles de azúcar en la sangre, aunque también tiene una función reguladora de la insulina y la glucosa. Con este fruto se obtienen productos tales como: mantequilla de Maní, manteca o aceite de Maní el cual es muy empleado en la cocina India y del suroeste de Asia. En México es común encontrarlas en varias presentaciones como botana o golosina o en forma de un dulce tradicional muy nutritivo, hecho con maníes y miel llamada palanqueta.

---

<sup>1</sup>[http://www.alimentosargentinos.gov.ar/03/revistas/r\\_06/06\\_04\\_mani.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/03/revistas/r_06/06_04_mani.htm)

## Ajonjolí

El ajonjolí pertenece a la clase magnoliopsida, del orden lámiales, de la familia pedaliácea, del genero sesamum y la especie indicum Se le conoce como; Sésamo, Ajonjolí, Ajonjolín, Ajonjulí, Aljonjolé, Aljonjolí, Jonjolé, Jonjolí, Ajonjolí, Haholí, Jijirí, Epro, su nombre científico o latino es: *Sesamum indicum*.

Se cree que se origino en Etiopia, África, de donde posteriormente se propago a países del Oriente Medio China, Japón y en la India. En la tumba de Ramses III, del siglo XIII A.C., puede verse como los egipcios la añadían a la masa de pan y los turcos lo usaron en aceite 900 A.C.

Actualmente, su cultivo se ha extendido a otras regiones tropicales y subtropicales de América, África y países mediterráneos. Es una planta herbácea que alcanza hasta 1,5 metros de altura.

Es un excelente complemento nutritivo para quienes están sometidos a gran actividad mental o intelectual, agotamiento nervioso o mental, estrés pérdida de memoria, melancolía depresión nerviosa, irritabilidad o desequilibrio nervioso, insomnio y desean mantener un buen rendimiento; entrenamiento deportivo, embarazo, lactancia, convalecencia después de intervenciones quirúrgicas o de enfermedades. Falta de rendimiento o de capacidad sexual, tanto en el hombre

como en la mujer. Disminución del colesterol en sangre; arteriosclerosis; prevención del infarto de miocardio y de la trombosis arterial. <sup>2</sup>

Es una planta anual que crece de 50 a 150 centímetros de alto, con hojas opuestas de 4 a 14 centímetros con un margen entero. Las flores son tubulares de color blanco a morado, de 3 a 5 centímetros de largo. Sus frutos son capsulas algodonosas que contienen varias semillas aplanadas de 2 a 5 mm de largo de color marrón, aunque hay blancas, rojos y negras según la variedad. Las semillas son las partes utilizadas de las plantas. Estas tienen un alto valor nutritivo, siendo el vegetal más rico en lecitina. Además que tiene un alto valor proteínico, en un 20%.

El ajonjolí se adapta a alturas entre 0 y 600 metros sobre el nivel del mar. Es resistente a la sequía y prefiere una atmósfera seca. La temperatura mínima y máxima para el cultivo es de 20° C y 38° C. Prefiere suelos francos o franco arenosos con buen drenaje. El pH óptimo para el cultivo es entre 5.5 y 7.5. Prefiere días largos, ya que entre más exposición solar mayor es su crecimiento. El viento puede acamarla por lo que es un factor a considerar. La precipitación pluvial requerida es entre 400 y 500 mm. El ciclo vegetativo puede variar entre 90 y 150 días.

---

<sup>2</sup><http://www.infojardin.net/fichas/plantas-medicinales/sesamum-indicum.htm>

Hay variedades “criollas” y semilla mejorada. Las criollas por lo general tienen un desarrollo uniforme lo que dificulta la cosecha. Entre las variedades utilizadas en Honduras tenemos la Venezuela 44 Instituto 71 y la Blanquina. En el Salvador encontramos variedades como la Centa 126 NR y la Centa 222R.

La época de siembra se determina por el ciclo de la variedad y el régimen de lluvias, se trata de que la cosecha coincida con el inicio de la época seca. El ajonjolí se puede sembrar como monocultivo o como cultivo de rotación del maíz. En ambos casos se debe tener cuidado al tapar la semilla, la cual tiene que quedar superficialmente. El aceite de ajonjolí es el de mejor calidad que el resto de las oleaginosas, manteniendo la durabilidad de los alimentos. Esto es importante considerando la sustitución actual que hay por aceites transgénicos.

### **2.1.2 Antecedentes Sociales y Culturales**

En este medio, vivimos e interactuamos con personas que pueden compartir nuestras propias creencias, culturas, regímenes alimenticios, lenguaje. En Colombia la producción y utilización del Maní y el ajonjolí es muy mínima, pero es más reconocido el Maní.

Pero aun con especificaciones mínimas de la producción de estos productos, el consumo se hace notable cuando vemos en los supermercados de cadena y en algunas tiendas, la venta de productos a base de Maní y Ajonjolí en diferentes presentaciones como: mantequilla de Maní, turrón de Maní, turrón de Ajonjolí, turrón de Maní con Ajonjolí, Maní salado, Maní con limón, Maní confitado, Maní tostado, Ajonjolí tostado, entre otros.

La incursión de productos a base de Maní y Ajonjolí en nuestro medio, ha sido colocado por personas que han llegado de otros países en los cuales el consumo de productos derivados es permanente. También se ha dado por las constantes investigaciones sobre estos productos y las buenas conclusiones a las que se han llegado. <sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.diariosalud.net/content/view/5782/36/>

Las constantes investigaciones que se hacen a los diferentes alimentos en general que produce el ecosistema para verificar los beneficios que estos traen para el ser humano, han hecho que las personas se interesen por los productos derivados, para conservar hábitos alimenticios que les proporcionen una buena salud y larga vida. Todo esto hace que la sociedad vaya haciendo cambios en su cultura, pero cambios que son de grandes beneficios para toda la población.

### **2.1.3 Antecedentes personales**

Buscando una mejor opción de empleo y con todas nuestras metas y proyectos por lograr, se decidió desarrollar un nuevo producto para un mercado subdesarrollado, esto brindara una oportunidad laboral; Y se estará aportando a la crisis y la recesión económica que hay en el país y en el mundo. Se Decide hacer muestras y degustaciones del producto para experimentar los gustos y preferencias del consumidor de este tipo de producto, la expectativa del resultado fue grande.

Después de ver los resultados del experimento se creo la idea de hacer la Mantequilla de maní y Ajonjolí.

El motivo para este plan fue la clara y vivida satisfacción de otras personas que probaron y conocían el producto en otras marcas ya de renombre internacional, expresaron que la diferencia en verdad era la marca su contextura y suavidad es diferente.

#### **2.1.4 Análisis de la industria sector alimentos**

Los frutos secos en la actualidad se encuentran en gran crecimiento y auge, gracias a la importancia y al cuidado de la salud. Además se induce a consumir alimentos sanos, naturales y nutritivos.

Los frutos secos han tomado fuerza y son considerados de gran beneficio para la salud. De hecho, en Europa y América, las personas están invirtiendo parte de su presupuesto en el consumo de estos productos y están dispuestos a pagar por estos alimentos nutritivos y saludables.

Por lo tanto, la idea de hacer un plan de negocios tiene un panorama de un buen desarrollo a futuro. Se demuestra que en cualquier lugar del mundo y en este caso en la ciudad de Medellín donde se vienen dando cambios en las dietas alimentarias de las personas que buscan un beneficio para su salud. Se puede decir que la incursión de productos alimenticios que generan proteínas, vitaminas y calorías, tienen una excelente comercialización, lo que nos asegura una gran acogida aquellos clientes que desean consumir productos saludables y nutritivos.

El sector de alimentos se ha visto beneficiado en gran manera por los gobiernos, tanto nacionales como de los internacionales, por ser un sector de primera necesidad y el de mayor importancia en cualquier economía del mundo, para esto el gobierno ha creado mecanismos o fondos de motivación e inversión en este sector.

### **3 ANALISIS DEL MERCADO**

La Mies, se propone producir y comercializar sus productos de Mantequilla de Maní y la Mantequilla de Ajonjolí, e incursionar donde la población no interviene continuamente buscando esta clase de alimentos para el consumo, por su alto costo o por conocimiento nulo de la existencia de estos. El llevar los productos a todas las tiendas de la ciudad y supermercados de estratos 2 – 5, de la comuna 9 de la ciudad de Medellín, será una incursión nueva, que a los pobladores y consumidores les puede dar otra alternativa de consumo.

Las personas que saben y conocen acerca de los beneficios de estos productos, son las que se mantienen en un constante ejercitación de sus cuerpos; se mantienen en forma y figura, las que manejan un régimen alimenticio muy variado o muy vegetariano, aquellos que les gusta leer acerca de productos naturales, son los que con regularidad participan en la adquisición de estos productos, por lo general son los de estratos 4 – 5.

### 3.1 Análisis del mercado objetivo

El mercado en el que se dispone incursionar La Mies sería los estratos 2-5 de la Comuna No 9 de Medellín; Buenos Aires, conformada por 17 barrios, de la Zona Centro Oriental de la ciudad, limitada por el norte con la comuna No 8 Villa Hermosa, por el oriente con el corregimiento de Santa Elena.

Por el sur con la comuna No 14 el Poblado y al Occidente con la comuna No 10 La candelaria. Los barrios que conforman esta comuna la cual es nuestro mercado Objetivo son:

<ul style="list-style-type: none"><li>• Juan Pablo II</li><li>• Barrios de Jesús</li><li>• Bombona N° 2</li><li>• Los Cerros - El vergel</li><li>• Alejandro Echevarria</li><li>• Caicedo</li><li>• Buenos Aires</li><li>• Miraflores</li><li>• Cataluña</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La Milagrosa</li><li>• Gerona</li><li>• El Salvador</li><li>• Loreto</li><li>• Asomadera N° 1</li><li>• Asomadera N° 2</li><li>• Asomadera N° 3</li><li>• Ocho de marzo</li></ul>
--	---

Cuadro N° 1 Barrios del mercado Objetivo



Cuadro No.2 Mapa sector del mercado objetivo

La superficie en hectáreas es de 599.63, con una densidad de 208 habitantes por hectárea, su población es de aproximadamente de unas 124.996 habitantes, de los cuales 57,813 son hombres y 67,183 son mujeres. Como puede observarse, la gran mayoría de la población está por debajo de los 39 años (67.2%) del cual el mayor porcentaje lo aporta la población adulta joven (41.7%) con rango de edad de 15 a 39 años. Sólo un 6.9% representa a los habitantes mayores de 65 años es decir la población de la tercera edad.

Según las cifras presentadas por la Encuesta Calidad de Vida 2005 el estrato socioeconómico que predomina en Buenos Aires es el 3 (medio-bajo), el cual comprende el 59.9 % de las viviendas; seguido por el estrato 2 (bajo), que corresponde al 24.3 %; le sigue el estrato 1 (bajo-bajo) con el 9.5 %; le sigue el estrato 4 (medio) con el 5.8 % y los restantes 0.4 % y 0.08 % lo conforman los estratos 5 (medio-alto) y 6 (alto) respectivamente.

Población por grupos de edad		
Comuna N° 9 Buenos Aires		
Rango de edad	Nº de habitantes	% Porcentaje
0 – 14	31.893	25.5
15 – 39	52.196	41.7
40 - 64	32.246	25.7
65 y más	8.661	6.9
Total	124.996	100.0

Cuadro No. 3 población por edades de la Comuna 9 Medellín.

Por cada 425 habitantes hay 4 tiendas y 1 mini mercado, 1 granero o abarrotero, en total son 1176 tiendas y 294 supermercados, mini mercados, graneros, agencias y abarrotes de las cuales La Mies, está en capacidad de atender el 65% de los clientes, con una satisfacción del 90%.

Se ve reflejado que hay una mayor conglomeración de personas en los estratos 1, 2 y 3, se interesan por la salud y que en la zona conocen el producto por eso tienen la mayor participación de consumo en este mercado, donde en los estratos, 2 -5 se espera incursionar y tener una buena acogida del producto. Aunque los estratos 5 y 6 no son de gran tamaño, se tendrá en cuenta, para abarcar el mercado a corto plazo. Donde habrá una mayor y rápida respuesta por los conocimientos y utilización de otros productos derivados del Maní y ajonjolí.

Se ha hecho una valoración, después de la investigación y análisis y se ha detectado que la incursión de un producto nuevo a un mercado que debe ser de calidad.

Los estratos 2 y 3 son los que predominan en este mercado y tienen más facilidad de adquisición que los de estrato 1, por su mejor calidad laboral. Los estratos adheridos, 4 y 5, ya son segmentos que tienen un conocimiento más amplio de productos con base en mantequilla de maní y ajonjolí, donde sería mucho más fácil incursionar con el producto y ver más rápidamente los resultados de la evolución de estos.

El poder adquisitivo de estos estratos combinado con su nivel educativo y por ende una mejor posición laboral, les permite tener acceso a productos del alto beneficio alimenticio como los que ofrece La MIES. Según encuestas realizadas en la zona, Anexo N° 1

### **3.1.1 Análisis de la competencia**

#### **3.1.2 Definición del Competidor**

*Competidor No 1: MANITOBA*

Tipo: Directo

Descripción del competidor.

Manitoba es una industria que se inicio por dos jóvenes hermanos que le vendían maní confitado a sus compañeros en el colegio. Con el tiempo se tuvieron una aceleración comercial y un importante desarrollo que hoy en día ocupa un puesto relevante en el mercado del maní a nivel nacional e internacional, gracias a un espíritu de servicio que busca comprender y satisfacer las necesidades del cliente.

Está comprometida con llevarle la delantera a las expectativas del mercado, innovando con tecnología de punta, ofreciendo nuevos productos alimenticios de óptima calidad. Es una empresa líder dentro del campo de la producción de Snacks.

Cada uno de los frentes de la compañía, es atendido por un equipo humano profesional, en permanente capacitación y mejoramiento continuo que conforman su estructura organizacional. Es generadora de más de 120 empleos directos a familias colombianas y procura el desarrollo integral de sus empleados.

### **Productos: Variedades**

Maní con ajonjolí, maní con pasas, maní con chocolates, maní con miel, maní con coco, maní light, uvas pasa con chocolate, mantequilla de maní, nueces mixtas, frutas mixtas, granola. Maní para uso industrial. *Mantequilla de Maní: frasco x 300 Gramos.*

### **3.1.3 Clientes más importantes.**

Almacenes de cadena y grandes superficies, fuerzas militares, canal tradicional, canal institucional.

*Exportan a.*

Ecuador, Estados Unidos, Venezuela, Panamá, República Dominicana, Perú y Aruba.

#### **Ventajas Competitivas.**

1. Posicionamiento en el mercado Colombiano.
2. Proveedora de grandes escenarios en el país y el exterior.
3. Tecnología de punta.
4. Volúmenes.
5. Personal altamente capacitado y profesional.
6. Variedad de productos.
7. Reconocimiento en el exterior.
8. Estándares de calidad altos.

#### **Desventajas.**

1. Precio de sus productos muy elevados.
2. No maneja variedad de tamaño en su producción de Mantequilla de Maní.

La oficina principal se encuentra ubicada en Cali y con sedes en Popayán, Neiva, Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Costa Atlántica, Ibagué, Pasto. <sup>4</sup>

**Competidor No 2:** Frigorífico de la Costa “Al fresco”:

Tipo: Indirecto

Frigorífico de la costa “Al fresco”, se dedica a la producción de salsas con una excelente planta de producción, pero ha querido incursionar también con la Mantequilla de Maní, que de hecho, la importan.

*Ventajas Competitivas.*

1. Posicionamiento de su razón social.
2. Personal altamente capacitado.

**Desventajas.**

1. Posicionamiento del producto.
2. Costo del producto alto.

*Mantequilla de Maní: 230 Gramos, caja x 12 Frascos.*

**Competidor No 3: JIF**

**Tipo de competidor: Directo**

*Descripción del competidor:*

---

<sup>4</sup> <http://www.manitoba.com.co/calidadymedioa.html>

En 1958, se introdujo la crema de cacahuete original Creamy Jif (*Jif Cremosa*), y rápidamente se convirtió en una de las cremas de cacahuete preferidas del país. Las madres reconocieron el sabor tostado y fresco superior de Jif e hicieron de Jif un complemento delicioso para recetas para cada comida.

Jif ha presentado muchas nuevas variedades a lo largo de los años. En 1974, Extra Crunchy Jif (Jif Extra Crujiente) hizo su debut y fue un éxito tanto con los padres como con los niños. En 1991, presentamos Simply Jif, nuestra crema de cacahuete baja en sodio y con menos azúcar que la regular Jif. Y en 1995, respondimos a una demanda para un producto bajo en grasa con el lanzamiento de Reduced Fat Jif (*Jif Baja en Grasa*).

Desde 1981, Jif ha sido la crema de cacahuete N° 1 que las madres exigentes eligen para sus familias. El logo de Jif, con sus líneas reconocibles rojas, azules y verdes, simbolizan la calidad y el sabor a cacahuete fresco y tostado. Las madres exigentes se sienten bien sirviéndoles Jif a sus hijos porque Jif significa hogar, familia, simplicidad y nutrición.

La compañía J. M. Smucker es líder en Norteamérica en mercadeo y producción de pastas de fruta, crema de cacahuete, manteca vegetal y aceite, igual que de cubiertas para helados, leche condensada azucarada y saludables bebidas naturales. Su familia de marcas incluye *Smucker's®*, *Jif®*, *Crisco®*, *Pillsbury®*, *Eagle Brand®*, *R.W. Knudsen Family®*, *Hungry Jack®* *White Lily®* y

*Martha White*® en Estados Unidos, junto con *Robin Hood*®, *Five Roses*® y *Bick's*® en Canadá. La compañía se mantiene enraizada en la filosofía de Calidad, Gente, Ética, Crecimiento e Independencia, establecidos por quien diera y fundara la compañía hace más de un siglo. Desde 1998 ha aparecido en la lista anual de las 100 Mejores Compañías para las cuales Trabajar en Estados Unidos de la revista FORTUNE Magazine, habiendo clasificado número uno en 2004.

#### **Ventajas competitivas.**

1. Posicionamiento en el mercado
2. Variedad de productos
3. Penetración de nuevos mercados nacionales
4. Incremento en la tecnología
5. Alianzas estratégicas

#### **Desventajas competitivas.**

1. Producto de difícil adquisición por su costo.
2. Poca trayectoria en el mercado nacional.
3. Producto dirigido a estratos socioeconómicos altos.

### **3.1.4 Estrategias de mercadeo**

Concepto del producto

#### **Mantequilla de maní y el aceite**

La mantequilla o manteca de maní (o de cacahuates o cacahuetes), es una pasta elaborada de maní tostados y molidos, generalmente bien salada o endulzada la cual es 100% natural. Serán 3 las presentaciones que se enfatizaran, siendo de la siguiente manera: 1 frasco de 500 gramos, 1 frasco de 250 gramos y otro de 100 gramos, con la licencia del registro INVIMA

#### **Mantequilla de ajonjolí**

Este tipo de mantequilla no es muy reconocida en el mercado por la tanto su elaboración es muy similar a la mantequilla de maní, esta es 100% natural. Serán 3 las presentaciones que se enfatizaran, siendo de la siguiente manera: 1 frasco de 500 gramos, 1 frasco de 250 gramos y otro de 100 gramos.

### **3.1.5 Estrategias de distribución**

La distribución de nuestros productos se hará de manera directa. Cada uno de los socios empezara a realizar la venta del producto en diferentes tiendas y supermercados de la comuna 9 y paulatinamente nos iremos extendiendo por toda la ciudad y el país.

Generar al cliente la necesidad del producto; LA MIES S.A.S, suplirá esta falencia.

### **3.1.6 Estrategias de precio**

Las variables que influyen en la decisión del precio de nuestro producto son:

1. Materia prima
2. Mano de Obra
3. Costos fijos
4. Gastos de venta y administración

El ahorro significativo que tendrá la empresa por ser local, generará como resultado un precio altamente competitivo.

### **3.1.7 Estrategia de servicio**

Brindar un servicio oportuno en la distribución del producto, asesoría gratuita en el régimen alimenticio de los 7 principios de la salud; además prestaremos los servicios de pedido telefónicos, horarios extendido incluyendo, domingos y festivos, entregas oportunas (domicilios contra tiempo).

#### 4. PLAN DE OPERACIÓN

El objetivo la fase de operación, es determinar es la posibilidad de elaboración del producto con la calidad, cantidad y precios requeridos para ello. Se identifica las tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de los procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etc. este análisis va correlacionado con el mercado, ya que la producción se realiza con el propósito de satisfacer y atender a las ventas programadas.

#### Ficha técnica del producto o servicio

<b>Nombre del producto</b>	<b>Mantequilla de Maní</b>
<b>Descripción física</b>	Producto derivado del maní, de la familia de las leguminosas, obtenido por un proceso de asado y molido del mismo, aplicándole ingredientes que dan buen gusto en el paladar; sólo, el punto de sal y el punto de azúcar, dando como resultado una pasta homogénea y cremosa.
<b>Empaque y rotulado</b>	El producto debe ser empackado en material plástico o de vidrio, en este caso, empaque plástico, dándole al producto una adecuada protección durante el transporte y su

	almacenamiento. El rotulado debe cumplir con los requerimientos o normatividades técnicas. Con número de lote de producción, fecha de producción, fecha de vencimiento, Indicando el nombre, información nutricional, modo de uso, código de barras, peso, registro sanitario, valor nutricional.														
<b>Características sensoriales</b>	Producto oleaginoso, color café claro, sabor y olor característico, textura sólido blando, cremoso.														
<b>Composición</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>SUSTANCIA</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AGUA</td> <td>5,0</td> </tr> <tr> <td>PROTEINA</td> <td>30,0</td> </tr> <tr> <td>GRASA</td> <td>48,0</td> </tr> <tr> <td>CARBOHIDRATOS</td> <td>15,0</td> </tr> <tr> <td>FIBRA CRUDA</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>CENIZA</td> <td>2,0</td> </tr> </tbody> </table>	SUSTANCIA	%	AGUA	5,0	PROTEINA	30,0	GRASA	48,0	CARBOHIDRATOS	15,0	FIBRA CRUDA	3,0	CENIZA	2,0
SUSTANCIA	%														
AGUA	5,0														
PROTEINA	30,0														
GRASA	48,0														
CARBOHIDRATOS	15,0														
FIBRA CRUDA	3,0														
CENIZA	2,0														
<b>Conservación.</b>	Sin refrigeración a una temperatura optima de 20 - 40 °C. También puede ser refrigerado.														
<b>Vida útil</b>	En condiciones de temperatura sin refrigeración 4 meses. En condiciones de temperatura con refrigeración 6 meses. Todo este tiempo desde el día de la elaboración.														

Tabla N° 1 Ficha Técnica de la Mantequilla de Maní.

<b>Nombre del producto</b>	<b>Mantequilla de Ajonjolí</b>
<b>Descripción física.</b>	Producto derivado del ajonjolí, de la familia de los Pedaliáceas, obtenido por un proceso de asado y molido del mismo, aplicándole ingredientes que dan buen gusto en el paladar; sólo, el punto de sal y el punto de azúcar, dando como resultado una pasta homogénea y cremosa.
<b>Empaque y rotulado</b>	El producto debe ser empacado en material plástico o de vidrio, en este caso, empaque plástico, dándole al producto una adecuada protección durante el transporte y su almacenamiento. El rotulado debe cumplir con los requerimientos o normatividades técnicas. Con número de lote de producción, fecha de producción, fecha de vencimiento Indicando el nombre, información nutricional, modo de uso, código de barras, peso, registro sanitario, valor nutricional.
<b>Características sensoriales</b>	Producto oleaginoso, blanco, sabor y olor característico, textura sólido blando, cremoso.

<b>Composición.</b>	<b>SUSTANCIA</b>	<b>%</b>
	PROTEINA	45,0
	GRASA	55,0
	MINERALES	5,0
<b>Conservación</b>	Sin refrigeración a una temperatura óptima de 32 °C.	
<b>Vida útil</b>	4 meses desde el día de su elaboración.	

Tabla N° 2 Ficha Técnica de la mantequilla de Ajonjolí

#### 4.1 Desarrollo del proceso

El proceso de la mantequilla de maní y de ajonjolí se diferencia el uno del otro por la materia prima, ya que el procedimiento de elaboración son idénticos, haciéndose un proceso fácil, de la siguiente manera:

1. Recepción de la materia prima: Se obtiene el grano seco por parte del proveedor, revisando las especificaciones del pedido, referencias y cantidades requeridas.
2. Selección y lavado: Se revisa todo el grano seco para una selección óptima de la misma y para el resto del proceso. Luego de haberla seleccionado y descartado cualquier suciedad o imperfecto de la materia prima, se procede al lavado.
3. Secado del grano: Procedemos a dejar secar el grano hasta el punto de que de no escurrir agua.
4. Tostar el grano: Seguidamente se reparte el grano seco en bandejas de aluminio, con capacidad cada una de tres kilos, luego se transporta al horno para tostar un tiempo aproximado de una hora.

5. Enfriamiento: Se retira del horno y dejamos que el grano se enfríe al ambiente natural, en un cuarto de esterilización.
6. Descortezada: Procedemos a evacuar la corteza de grano hasta que esté completamente descascarado.
7. Molida: El grano está completamente pelado, procedemos a moler juntamente con un poco de sal y azúcar, dándole un toque especial a la fruta ya procesada, quedando cremosa, con olor, agradable y vistoso.
8. Empaque y almacenamiento: La mantequilla se empaqueta en su respectivo recipiente y se lleva a almacenar.

#### 4.1.2 Necesidades y requerimientos

En cuanto a la materia prima, servicios e insumos en el proceso de elaboración de la mantequilla de Maní y la mantequilla de Ajonjolí, lo que necesitamos tener, como lo vemos reflejado en los cuadros siguientes son:

Cuadro N° 4 Costos de la Materia Prima y Costos Fijos por unidades en presentaciones de 500 Grs. Para la mantequilla de maní y ajonjolí mensual.

DETALLE	ITEM	UNIDAD	CANT	POR PERIODO											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Materia Prima</b>	Maní	Gramos	477,3	28635,1	31498,6	34648,5	38113,3	41924,7	46117,2	50728,9	55801,8	61381,9	67520,1	74272,1	81699,3
	Ajonjolí	Gramos	477,3	28635,1	31498,6	34648,5	38113,3	41924,7	46117,2	50728,9	55801,8	61381,9	67520,1	74272,1	81699,3
	Sal	Gramos	5,9	354,9	390,4	429,4	472,3	519,6	571,5	628,7	691,5	760,7	836,8	920,4	1012,5
	Azúcar	Gramos	16,8	1010,0	1111,0	1222,1	1344,3	1478,8	1626,6	1789,3	1968,2	2165,0	2381,5	2619,7	2881,7
<b>Servicios</b>	Gas	Libra	37,0	2218,0	2439,8	2683,8	2952,1	3247,3	3572,1	3929,3	4322,2	4754,4	5229,9	5752,9	6328,2
<b>Insumos</b>	Etiqueta	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171
	Empaque	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171
<b>Mano de Obra</b>		Hora	232,8	13965,2	15361,7	16897,8	18587,6	20446,4	22491,0	24740,1	27214,1	29935,5	32929,1	36222,0	39844,2

Cuadro N° 5 Costos de la Materia Prima y Costos Fijos por unidades en presentaciones de 250 Grs. Para la mantequilla de maní y ajonjolí mensual.

DETALLE	ITEM	UNIDAD	CANT	POR PERIODO											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Materia Prima</b>	Maní	Gramos	238,6	14317,6	15749,3	17324,2	19056,7	20962,3	23058,6	25364,4	27900,9	30691,0	33760,1	37136,1	40849,7
	Ajonjolí	Gramos	238,6	14317,6	15749,3	17324,2	19056,7	20962,3	23058,6	25364,4	27900,9	30691,0	33760,1	37136,1	40849,7
	Sal	Gramos	3,0	177,4	390,4	214,7	236,2	259,8	285,8	314,3	345,8	380,3	418,4	460,2	506,2
	Azúcar	Gramos	8,4	505,0	555,5	611,1	672,2	739,4	813,3	894,6	984,1	1082,5	1190,8	1309,9	1440,8
<b>Servicios</b>	Gas	Libra	37,0	2218,0	2439,8	2683,8	2952,1	3247,3	3572,1	3929,3	4322,2	4754,4	5229,9	5752,9	6328,2
<b>Insumos</b>	Etiqueta	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171
	Empaque	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171
<b>Mano de Obra</b>		Hora	116,4	6982,6	7680,8	8448,9	9293,8	10223,2	11245,5	12370,1	13607,1	14967,8	16464,5	18111,0	19922,1

Cuadro N° 6 Costos de la Materia Prima y Costos Fijos por unidades en presentaciones de 100 Grs. Para la mantequilla de maní y ajonjolí mensual.

DETALLE	ITEM	UNIDAD	CANT	POR PERIODO											
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Materia Prima</b>	Maní	Gramos	95,5	5727,0	6299,7	6929,7	7622,7	8384,9	9223,4	10145,8	11160,4	12276,4	13504,0	14854,4	16339,9
	Ajonjolí	Gramos	95,5	5727,0	6299,7	6929,7	7622,7	8384,9	9223,4	10145,8	11160,4	12276,4	13504,0	14854,4	16339,9
	Sal	Gramos	1,2	71,0	390,4	85,9	94,5	103,9	114,3	125,7	138,3	152,1	167,4	184,1	202,5
	Azúcar	Gramos	3,4	202,0	222,2	244,4	268,9	295,8	325,3	357,9	393,6	433,0	476,3	523,9	576,3
<b>Servicios</b>	Gas	Libra	37,0	2218,0	2439,8	2683,8	2952,1	3247,3	3572,1	3929,3	4322,2	4754,4	5229,9	5752,9	6328,2
<b>Insumos</b>	Etiqueta	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171
	Empaque	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171
<b>Mano de Obra</b>		Hora	46,6	2793,0	3072,3	3379,6	3717,5	4089,3	4498,2	4948,0	5442,8	5987,1	6585,8	7244,4	7968,8

### 4.1.3 Plan de producción

Para los productos derivados del Maní y Ajonjolí, con gramajes de 500, 250 y 100, son las mismas cantidades a producir demostradas así en el cuadro a continuación:

Cuadro N° 7 Plan de producción para la mantequilla de maní y ajonjolí. En todos sus presentaciones.

DETALLE	UNIDAD	PRODUCCIÓN PERIODO												TOTAL AÑO
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Volumen de Ventas	Unidad	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283
Inventario Final Producto Terminado	Unidad	80	86	93	100	108	117	126	137	149	161	176	191	1523
Inventario Inicial Producto Terminado	Unidad	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Inventario Producto Terminado	Unidad	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1543

La política de inventarios es trabajar con el sistema de inventarios PEPS, primeras en entrar, primeras en salir, a 30 días, ya que la materia prima debe ser rotada frecuentemente y no se puede dejar almacenada por mucho tiempo, siendo un grano seco que se puede deteriorar o presentar desperfectos a corto tiempo.

### 4.1.4 Plan de Compras

Cuadro N° 8 Plan de compras para la producción de mantequilla de maní y ajonjolí por 500 Grs.

DETALLE	ITEM	UNIDAD	CANT	POR PERIODO												TOTAL AÑO
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Materia Prima	Maní	Gramos	477,3	28635,1	31498,6	34648,5	38113,3	41924,7	46117,2	50728,9	55801,8	61381,9	67520,1	74272,1	81699,3	612341,6
	Ajonjolí	Gramos	477,3	28635,1	31498,6	34648,5	38113,3	41924,7	46117,2	50728,9	55801,8	61381,9	67520,1	74272,1	81699,3	612341,6
	Sal	Gramos	5,9	354,9	390,4	429,4	472,3	519,6	571,5	628,7	691,5	760,7	836,8	920,4	1012,5	7588,6
	Azúcar	Gramos	16,8	1010,0	1111,0	1222,1	1344,3	1478,8	1626,6	1789,3	1968,2	2165,0	2381,5	2619,7	2881,7	21598,3

<b>Servicios</b>	Gas	Libra	37,0	2218,0	2439,8	2683,8	2952,1	3247,3	3572,1	3929,3	4322,2	4754,4	5229,9	5752,9	6328,2	47430,0
<b>Insumos</b>	Etiqueta	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283,1
	Empaque	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283,1
<b>Mano de Obra</b>		Hora	232,8	13965,2	15361,7	16897,8	18587,6	20446,4	22491,0	24740,1	27214,1	29935,5	32929,1	36222,0	39844,2	298634,7

Cuadro N° 9 Plan de compras para la producción de mantequilla de maní y  
ajonjolí por 250 Grs.

DETALLE	ITEM	UNIDAD	CANT	POR PERIODO												TOTAL AÑO
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Materia Prima</b>	Maní	Gramos	238,6	14317,6	15749,3	17324,2	19056,7	20962,3	23058,6	25364,4	27900,9	30691,0	33760,1	37136,1	40849,7	306170,8
	Ajonjolí	Gramos	238,6	14317,6	15749,3	17324,2	19056,7	20962,3	23058,6	25364,4	27900,9	30691,0	33760,1	37136,1	40849,7	306170,8
	Sal	Gramos	3,0	177,4	390,4	214,7	236,2	259,8	285,8	314,3	345,8	380,3	418,4	460,2	506,2	3989,5
	Azúcar	Gramos	8,4	505,0	555,5	611,1	672,2	739,4	813,3	894,6	984,1	1082,5	1190,8	1309,9	1440,8	10799,2
<b>Servicios</b>	Gas	Libra	37,0	2218,0	2439,8	2683,8	2952,1	3247,3	3572,1	3929,3	4322,2	4754,4	5229,9	5752,9	6328,2	47430,0
<b>Insumos</b>	Etiqueta	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283,1
	Empaque	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283,1
<b>Mano de Obra</b>		Hora	116,4	6982,6	7680,8	8448,9	9293,8	10223,2	11245,5	12370,1	13607,1	14967,8	16464,5	18111,0	19922,1	149317,4

Cuadro N° 10 Plan de compras para la producción de mantequilla de maní y  
ajonjolí por 100 Grs.

DETALLE	ITEM	UNIDAD	CANT	POR PERIODO												TOTAL AÑO
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Materia Prima</b>	Maní	Gramos	95,5	5727,0	6299,7	6929,7	7622,7	8384,9	9223,4	10145,8	11160,4	12276,4	13504,0	14854,4	16339,9	122468,3
	Ajonjolí	Gramos	95,5	5727,0	6299,7	6929,7	7622,7	8384,9	9223,4	10145,8	11160,4	12276,4	13504,0	14854,4	16339,9	122468,3
	Sal	Gramos	1,2	71,0	390,4	85,9	94,5	103,9	114,3	125,7	138,3	152,1	167,4	184,1	202,5	1830,0
	Azúcar	Gramos	3,4	202,0	222,2	244,4	268,9	295,8	325,3	357,9	393,6	433,0	476,3	523,9	576,3	4319,7
<b>Servicios</b>	Gas	Libra	37,0	2218,0	2439,8	2683,8	2952,1	3247,3	3572,1	3929,3	4322,2	4754,4	5229,9	5752,9	6328,2	47430,0
<b>Insumos</b>	Etiqueta	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283,1
	Empaque	Unidad	1	60	66	73	80	88	97	106	117	129	141	156	171	1283,1
<b>Mano de Obra</b>		Hora	46,6	2793,0	3072,3	3379,6	3717,5	4089,3	4498,2	4948,0	5442,8	5987,1	6585,8	7244,4	7968,8	59726,9

#### 4.1.4 Costos de Producción

Cuadro N° 11 Producción requerida para la mantequilla de maní en la presentación de 500 Grs.

DETALLE	ITEM	PRECIO UNIDAD
<b>Materia Prima</b>	Maní	\$ 2.729,75
	Sal	\$ 9,10
	Azúcar	\$ 27,30
<b>Servicios</b>	Gas	\$ 25,02
<b>Insumos</b>	Etiqueta	\$ 95,54
	Empaque	\$ 545,95
<b>Mano de Obra</b>		\$ 232,75
<b>TOTAL</b>		\$ 3.665,42

Cuadro N° 12 Producción requerida para la mantequilla de ajonjolí en la presentación de 500 Grs.

DETALLE	ITEM	PRECIO UNIDAD
<b>Materia Prima</b>	Ajonjolí	\$ 2.900,36
	Sal	\$ 9,10
	Azúcar	\$ 27,30
<b>Servicios</b>	Gas	\$ 25,02
<b>Insumos</b>	Etiqueta	\$ 95,54
	Empaque	\$ 545,95
<b>Mano de Obra</b>		\$ 232,75
<b>TOTAL</b>		\$ 3.836,02

Cuadro N° 13 Producción requerida para la mantequilla de maní en la presentación de 250 Grs.

<b>DETALLE</b>	<b>ITEM</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>
<b>Materia Prima</b>	Maní	\$ 1.364,88
	Sal	\$ 1,82
	Azúcar	\$ 5,46
<b>Servicios</b>	Gas	\$ 5,00
<b>Insumos</b>	Etiqueta	\$ 19,11
	Empaque	\$ 272,98
<b>Mano de Obra</b>		\$ 116,4
<b>TOTAL</b>		\$ 1.785,62

Cuadro N° 14 Producción requerida para la mantequilla de ajonjolí en la presentación de 250 Grs.

<b>DETALLE</b>	<b>ITEM</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>
<b>Materia Prima</b>	Ajonjolí	\$ 1.450,18
	Sal	\$ 9,10
	Azúcar	\$ 27,30
<b>Servicios</b>	Gas	\$ 25,02
<b>Insumos</b>	Etiqueta	\$ 95,54
	Empaque	\$ 545,95
<b>Mano de Obra</b>		\$ 116,4
<b>TOTAL</b>		\$ 2.269,47

Cuadro N° 15 Producción requerida para la mantequilla de maní en la presentación de 100 Grs.

DETALLE	ITEM	PRECIO UNIDAD
<b>Materia Prima</b>	Maní	\$ 545,95
	Sal	\$ 1,82
	Azúcar	\$ 5,46
<b>Servicios</b>	Gas	\$ 5,00
<b>Insumos</b>	Etiqueta	\$ 19,1
	Empaque	\$ 109,2
<b>Mano de Obra</b>		\$ 46,6
<b>TOTAL</b>		\$ 733,08

Cuadro N° 16 Producción requerida para la mantequilla de ajonjolí en la presentación de 100 Grs.

DETALLE	ITEM	PRECIO UNIDAD
<b>Materia Prima</b>	Ajonjolí	\$ 580,07
	Sal	\$ 1,82
	Azúcar	\$ 5,46
<b>Servicios</b>	Gas	\$ 5,00
<b>Insumos</b>	Etiqueta	\$ 19,11
	Empaque	\$ 109,2
<b>Mano de Obra</b>		\$ 46,6
<b>TOTAL</b>		\$ 767,21

#### 4.1.5 Infraestructura

Figura No. 2 **Maquinaria completa para el procedimiento de la mantequilla de maní y ajonjolí**<sup>5</sup>



**Procesador Comitrol® modelo 1700**  
**Admite las tres cabezas de reducción**  
**para mayor versatilidad**

- Recomendado para aplicaciones secas y semisecas fluyentes.
- El tamaño máximo de entrada del producto en general no debe sobrepasar los 63,5 mm (2,5") para las cabezas de corte de 76,2 mm (3"); de 9,5 mm (3/8") a sólidos en suspensión para cabezas de microcorte (en función de la cabeza de microcorte y del impelente)

<sup>5</sup> [http://es.urschel.com/Comitrol-Processor-Model-1700\\_e1.html](http://es.urschel.com/Comitrol-Processor-Model-1700_e1.html)

utilizado); y de 6,4 a 12,7 mm (1/4 a

1/2") en cualquier dimensión (en función del impelente) para las cabezas rebanadoras.

- Disponible con motor de 11,2; 22,4 ó 30 kW (15, 30 ó 40 HP).
- La caja del producto sellada impide la fuga de polvo, vapor y líquido cuando se utiliza el modelo 1700 junto con un sistema de recogida.
- Proporciona funcionamiento continuo para Una producción ininterrumpida y diseño simplificado para facilidad de limpieza y mantenimiento.

#### Aplicaciones habituales:



Cabeza de corte

Cabeza de microcorte

Cabeza rebanador

## **ESPECIFICACIONES**

Largo .....	1288 mm (50,69")
Ancho .....	846 mm (33,31")
Altura:.....	1832* mm (72,13")
Peso neto .....	499 kg (1100 lb)
Motor: .....	11,2; 22,4 ó 30 kW (15, 30 ó 40 HP)

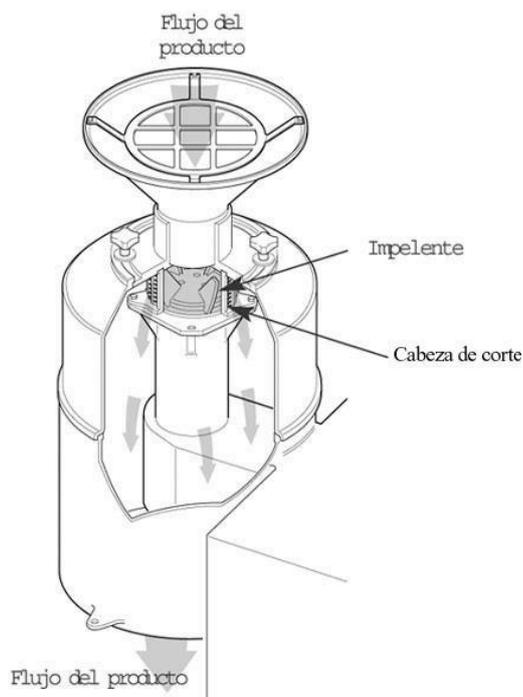
### **4.1.5 Aplicaciones**

El procesador Comitrol modelo 1700 permite la adaptación de los tres tipos de cabezas de reducción. Se recomienda para aplicaciones de productos secos y semisecos sueltos, incluyendo proteínas vegetales texturizadas, mantequilla de maní, masa de maíz y queso.

Este principio de corte de precisión ha resultado ser una innovación en materia de procesamiento, con la versatilidad para satisfacer las necesidades de reducción de tamaño desde partículas del tamaño de una moneda de diez centavos hasta emulsiones finas. Las funciones estándar incluyen trituración, granulado, molido, corte en hojuelas, rebanado, licuado, dispersado y puré. La caja sellada impide el escape de polvo, vapor y líquido cuando se instala el procesador Comitrol juntamente con un sistema de recolección.

La construcción en acero inoxidable garantiza el máximo de durabilidad e higiene. Esta máquina ofrece funcionamiento continuo para producción ininterrumpida, y un diseño simplificado para facilitar la limpieza y el mantenimiento.

**NOTA:** \*SE MUESTRA LA ALTURA HABITUAL CON UN MOTOR DE 40 HP. Pero el requerimiento que la Mies necesita para es de 20HP. ESTA ALTURA VARÍA DE ACUERDO CON LA POTENCIA Y EL FABRICANTE DEL MOTOR. CONSULTE A URSCHEL LABORATORIES, INC. PARA DETERMINAR LA ALTURA ESPECÍFICA.



## Equipos

- 1 horno mediano: este horno es utilizado en el proceso de producción para tostarla fruta (Maní y Ajonjolí).
- 2 mesas de trabajo: se hacen necesarias, una para el momento de la selección de la y la otra para el momento de empaque.
- 1 Bandeja u olla de aluminio inoxidable: utilizada para la recepción del producto después de molido.
  
- 1 computador portátil: Windows Vista® Business SP1 Original, en Español Intel® Core™2 Duo E8500 (3.16GHz, 6MB L2 Cache, 1333MHz FSB), Microsoft® Office Basic Edición 2007 - Español, 4GB Dual Channel DDR2 SDRAM 800MHz - 4DIMMs, Monitor Dell S1709W - Plano y con Pantalla Ancha de 17", Análogo, 256MB ATI Radeon HD 3450 [soporta Conexiones DVI,HDMI,VGA], Disco Duro Serial ATA de 320GB (7200RPM) con DataBurst Cache™, Quemador 16X (DVD+/-RW), Lector de Memorias Dell 19-en-1, Audio Integrado de 5.1 Canales, Módem 56K PCI Data Fax, Documentación en Español para Vostro 420 y ajuste de 110 Voltios de Energía.
- 1 impresora: Impresora láser multifunción Dell 1125, Cable USB para impresora Dell - 10 pies, negro, Cartucho de tóner para 2,000 páginas Dell 1125, 1 año de garantía.

#### 4.1.6 Proyección de Ventas

Tabla N° 3 Proyección de Ventas General en Pesos

VENTA AL PUBLICO EN GENERAL								
REFERENCIAS	PRESENTACION GRS	VALOR AL PUBLICO			COSTO	RENTABILID	RENTABILID	PRECIO POR
		VENTA	NETO	IMPUESTO		AD %	AD	GRS
				16%				
MANTEQUILLA DE MANI	500	\$ 7.800	\$ 6.724	\$ 1.076	\$ 4.417	34%	\$ 2.307	\$ 15,60
MATENQUILLA DE MANI	300	\$ 5.800	\$ 5.000	\$ 800	\$ 2.650	47%	\$ 2.350	\$ 19,33
MANTEQUILLA DE MANI	250	\$ 4.000	\$ 3.448	\$ 552	\$ 2.208	36%	\$ 1.240	\$ 16,00
MANTEQUILLA DE MANI	100	\$ 2.000	\$ 1.724	\$ 276	\$ 883	49%	\$ 841	\$ 20,00
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	500	\$ 7.800	\$ 6.724	\$ 1.076	\$ 4.519	33%	\$ 2.205	\$ 15,60
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	300	\$ 5.800	\$ 4.828	\$ 772	\$ 2.711	44%	\$ 2.116	\$ 18,67
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	250	\$ 4.000	\$ 3.448	\$ 552	\$ 2.259	34%	\$ 1.189	\$ 16,00
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	100	\$ 2.000	\$ 1.724	\$ 276	\$ 904	48%	\$ 820	\$ 20,00

Tabla N° 4 Proyección de Ventas a Un Año en Pesos

PROYECCIONES DE VENTAS A 12 MESES								
REFERENCIAS	PRESENTACION	T. UNIDAD	VALOR UNITARIO			VALOR TOTAL		
			VENTA	NETO	IMPUESTO	VENTA	NETO	IMPUESTO
					16%			16%
MANTEQUILLA DE MANI	500	6367	\$ 7.800	\$ 6.724	\$ 1.076	\$ 49.661.435	\$ 42.811.582	\$ 6.849.853
MANTEQUILLA DE MANI	300	4775	\$ 5.800	\$ 5.000	\$ 800	\$ 27.695.800	\$ 23.875.690	\$ 3.820.110
MANTEQUILLA DE MANI	250	7163	\$ 4.000	\$ 3.448	\$ 552	\$ 28.650.828	\$ 24.698.989	\$ 3.951.838
MANTEQUILLA DE MANI	100	9550	\$ 2.000	\$ 1.724	\$ 276	\$ 19.100.552	\$ 16.465.993	\$ 2.634.559
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	500	6367	\$ 7.800	\$ 6.724	\$ 1.076	\$ 49.661.435	\$ 42.811.582	\$ 6.849.853
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	300	4775	\$ 5.800	\$ 5.000	\$ 800	\$ 27.695.800	\$ 23.875.690	\$ 3.820.110
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	250	7163	\$ 4.000	\$ 3.448	\$ 552	\$ 28.650.828	\$ 24.698.989	\$ 3.951.838
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	100	9550	\$ 2.000	\$ 1.724	\$ 276	\$ 19.100.552	\$ 16.465.993	\$ 2.634.559
<b>TOTAL</b>						\$ 250.217.229	\$ 215.704.508	\$ 34.512.721

Tabla N° 5 Proyección de ventas en Unidades a Un Año

REFERENCIAS	PRESENTACION GRS	MES												TOTAL AÑO
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
MANTEQUILLA DE	500	400	420	441	463	486	511	536	563	591	621	652	684	6367
MANTEQUILLA DE	300	300	315	331	347	365	383	402	422	443	465	489	513	4775
MANTEQUILLA DE	250	450	473	496	521	547	574	603	633	665	698	733	770	7163
MANTEQUILLA DE	100	600	630	662	695	729	766	804	844	886	931	977	1026	9550
MANTEQUILLA DE	500	400	420	441	463	486	511	536	563	591	621	652	684	6367
MANTEQUILLA DE	300	300	315	331	347	365	383	402	422	443	465	489	513	4775
MANTEQUILLA DE	250	450	473	496	521	547	574	603	633	665	698	733	770	7163
MANTEQUILLA DE	100	600	630	662	695	729	766	804	844	886	931	977	1026	9550

## **5 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL**

### **5.1 ANALISIS DOFA**

El producto entraría a competir con sus bajos preservativos, su precio, tratamiento del producto, empaque, valor nutricional, la rapidez en producción y tiempos de entrega.

Con la mentalidad de llevar a cabo las ideas, vendiendo el producto totalmente y en gran cantidad, venciendo a los competidores y aprovechándonos de sus debilidades para la elaboración de nuevas presentaciones del producto.

Se verán cambios como: sus sabores combinados, cantidades y empaque, dando así una adaptación y una buena demanda dentro del mercado, Pero sin llegar a perder la finalidad y objetivos de nuestro producto; ya que contarán con programas educativos y medicinales, mostrando así las ventajas de seleccionar nuestro producto.

Para el análisis DOFA de este proyecto del plan negocios consideramos lo siguiente:

- Innovación
- Diferenciación del producto
- Precio
- Presencia en el mercado

Presentamos los factores internos como: fortalezas y debilidades, y como factores externos oportunidades y debilidades.

Cuadro N. 17 Análisis del Dofa

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad y confiabilidad de los procesos.</li> <li>• Normalización</li> <li>• Mayor conciencia de salud al elegir el producto</li> <li>• Control y dirección sobre las ventas al cliente final</li> <li>• Precio por cantidad</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La lista de clientes no ha sido probada</li> <li>• Poca experiencia en mercadeo directo</li> <li>• Imposibilidad de surtir a clientes a nivel nacional</li> <li>• Presupuesto limitado</li> <li>• El personal de entrega necesita entrenamiento</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se podrían desarrollar nuevos productos</li> <li>• Los competidores nacionales tienen</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto de la legislación</li> <li>• Los efectos ambientales pudieran favorecer a los competidores</li> </ul>

<p>productos de altos precios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los clientes finales responden ante nuevas ideas</li> <li>• Las márgenes de ganancia serán buenas</li> <li>• Se podría extender a otras ciudades</li> <li>• Nuevas aplicaciones especiales</li> <li>• Se podría lograr mejores acuerdos con los proveedores</li> </ul>	<p>grandes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgo para la distribución actual</li> <li>• La demanda del mercado es muy estacional</li> <li>• Retención del personal clave</li> <li>• Posible publicidad negativa</li> </ul>
---	--

Cuadro N° 18. Descripción del Impacto Matriz Dofa Fortalezas y Debilidades

FORTALEZAS	IMPACTO	DEBILIDADES	IMPACTO
Calidad y confiabilidad de los procesos	Brindar un tratamiento adecuado con las normas de sanidad requeridas del producto	La lista de clientes no ha sido probada	Menor cubrimiento de la plaza
Normalización	Establecimientos de parámetros en calidad	Poca experiencia en el mercadeo directo	Manejo de promociones y ofertas
Mayor conciencia de salud al elegir el producto	Resaltar las características nutricionales del	Imposibilidad de surtir a clientes a nivel nacional	Dificultad en ventas y falta de reconocimiento

	producto		del producto
Control y dirección sobre las ventas al cliente final	Conocer el comportamiento del consumidor(frecuencia, cantidad de compra)	Presupuesto limitado	Ataduras en producción y expansión
Precio por cantidad	Mayor cantidad menor precio	El personal de entrega necesita entrenamiento	Experiencia y reconocimiento

Cuadro No.19 Descripción del Impacto Matriz Dofa Oportunidades y Amenazas

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>IMPACTO</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>IMPACTO</b>
Desarrollo de nuevos productos	innovación	Impacto de la legislación	Permisos y licencias de elaboración
Los competidores nacionales tienen productos de altos precios	Llegar al cliente con nuevas ofertas resaltando el valor nutricional del producto	Los efectos ambientales pudieran favorecer a los grandes competidores	Perdida de un porcentaje en el mercado
Los clientes finales responden ante nuevas ideas	Reconocimiento de la marca	Riesgo para la distribución actual	No cumplir con los convenios establecidos (tiempo, calidad, producto)
Las márgenes de ganancia serán	Aumento de utilidades	La demanda del mercado es muy	Perdidas

buenas		estacional	
Extender el producto a otras ciudades	posicionamiento	Retención del personal clave	Desempeño de actividades
Nuevas aplicaciones especiales al producto	Satisfacción a clientes	Posible publicidad negativa	Daño de imagen
Lograr acuerdos con los proveedores	Facilidades de pagos	No contar con la cantidad de insumos necesarios	

### 5.1.1 Organismos de Apoyo.

En el siguiente listado se relacionan las entidades, organismos y personas que en las diferentes etapas del proyecto se han convertido en apoyos para el exitoso desarrollo de la idea de negocio que se presenta, ellos brindan su asistencia especializada, información específica y constituyen en importantes soportes para la resolución de posibles dificultades que se puedan presentar en el desarrollo del proyecto en aspectos como el legal, de mercados, administrativo y de producción.

### 5.1.2 Etapas de implementación:

- Corporación Universitaria Adventista Unidad de emprendimiento  
Proyecto de grado  
Adriana Ruiz de Valderrama  
Facultad de Ciencias administrativas  
Administración de Empresas  
<http://www.unac.edu.co>
- Servicio Nacional de Aprendizaje SENA  
Regional Antioquia  
Yolima del Socorro Villegas  
Coordinadora Unidad de Emprendimiento SENA Medellín
- Cámara de Comercio de Medellín  
Cra 46 No. 52-82 Medellín
- Ecopetrol  
Diana Maritza Peñaloza  
Ingeniera Desarrollo de Sistema.  
Etapa de Operación del Negocio Eunice Roqueme  
Apoyo de producción
- Swissecur s.a  
Cra 72 No. 44 A-72  
Florian Benjamin Niederberger

Gerente de Inteligencia de negocios internacionales.

### **5.1.3 Apoyo Administrativo**

- Corporación Universitaria Adventista UNAC Medellín  
Unidad de emprendimiento
  
- Facultad de Ciencias administrativa UNAC
  
- Cámara de Comercio de Medellín

### **5.1.4 Apoyo Legal**

Doctora Luz Marina Villegas Abogada Penalista

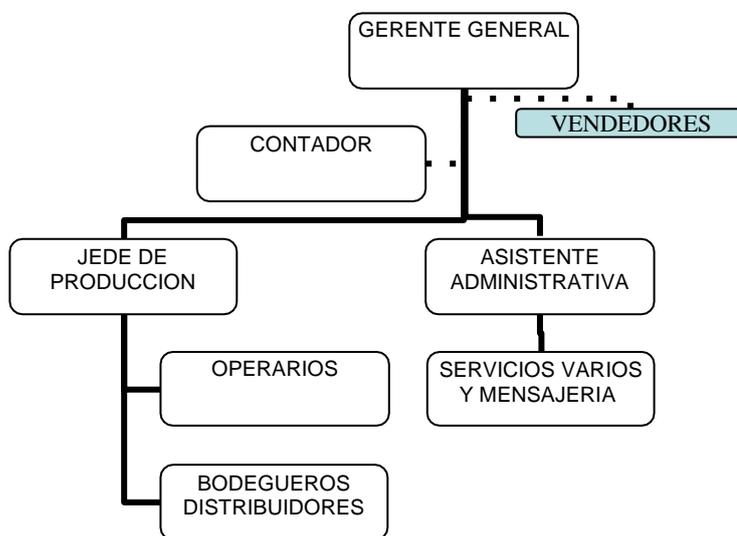
## 6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.1 ORGANIGRAMA GENERAL

EMPRESA PRODUCTORA DE MANTEQUILLA DE MANI Y AJONJOLI

LA MIES LTDA

Figura N° 1 Organigrama Genera



El capital más importante del plan de negocio será su gente. Es importante identificar en cada uno de los empleados sus habilidades y experiencia para el beneficio de la empresa.

El tipo de estructura organizacional según se muestra en el organigrama, es de tipo funcional, porque las denominaciones que se utilizaran en las diferentes unidades administrativas están basadas en las funciones que desarrollara la empresa y las agrupa según las actividades que se realizaran.

El modelo de diseño de la organización de la empresa LA MIES S.A.S

Será burocrático, porque, contara con una estructura alta en complejidad, es formal y es centralizada, ya que las relaciones jerárquicas son rígidas, los deberes son fijos, existe una alta formalización la comunicación es formal y la autoridad de decisión está centralizada.

El tipo de diseño es vertical, una persona debe reportarse a un solo superior, y describe el número de personas que un gerente puede supervisar.

Tiene establecidos las obligaciones para desarrollar tareas y los derechos para Dar órdenes que se cumplan, y describe el nivel de autoridad para la toma de decisiones que se delegan a niveles inferiores.

LA MIES, contara con 8 integrantes y se direccionara de la siguiente forma: Gerencia General, de la cual dependen directamente el Contador línea staff, el jefe de producción, operarios, bodegueros, distribuidores, asistente

administrativa, servicios varios, el jefe de mercadeo y ventas, y los vendedores línea staff.

#### 7.1.1 Descripción de puestos de trabajo

La descripción de puestos de trabajo permite a la empresa una Mejor administración en sus diferentes actividades.

Los puestos de trabajo y Respectiva descripción.

1. Gerente General
2. Contador
3. Asistente Administrativa
4. Jefe de Producción
5. Vendedores
6. Bodegueros y distribuidor
7. Operarios
8. Servicios Varios y Mensajería

## 6.2 Manual de Funciones

### 6.2.1 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Gerente

#### IDENTIFICACIÓN

- a. TÍTULO DEL PUESTO: Gerente General
- b. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Gerencia General
- c. INMEDIATO SUPERIOR: Ninguno

d. SUBALTERNOS Gerente de Producción, Gerente Administrativo, Gerente de Mercadeo y Ventas.

## DESCRIPCIÓN

Naturaleza del puesto

Es un puesto directivo, que tiene a su cargo planear, organizar, integrar, Dirigir y controlar las actividades de los diferentes departamentos de la Empresa.

## ATRIBUCIONES

- Implementar nuevos métodos de trabajo que contribuya a la efectividad de cada uno de los procesos de la empresa
- Elaborar el plan de trabajo y el presupuesto de la empresa.
- Supervisar y controlar lo planeado en la organización con lo ejecutado.
- Administrar el patrimonio y bienes de la empresa.
- Conocer las actividades elaboradas por cada uno de los departamentos de la empresa.
- Realizar reuniones con sus subordinados cuando considere necesario.
- Analizar, interpretar y firmar estados financieros de la empresa.
- Transmite instrucciones en forma verbal y/o escritas a los jefes de los diferentes departamentos de la organización.

Relaciones de trabajo

Por la naturaleza del puesto, tiene relación con la Secretaria de General, con los Gerentes de los diferentes departamentos, con los clientes, proveedores y autoridades gubernamentales.

#### Autoridad

- Para planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa.
- Para delegar responsabilidad y autoridad a los gerentes y jefes de cada departamento.
- Para exigir que se cumplan las funciones de acuerdo a los objetivos organizacionales.

#### Responsabilidad

- Es responsable del eficiente y eficaz funcionamiento de la empresa.
- De velar y contribuir, con la adecuada ejecución de las actividades proyectadas.
- De las labores propias y de las que desarrolle el personal bajo su cargo.
- De la eficiente optimización de los recursos de la empresa.

#### Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

##### Educacionales:

Profesional en las carreras de Administración de Empresas, Mercadotecnia, Ingeniero industrial o carrera a fin.

##### Experiencia:

Mínima cinco años en puestos similares.

Habilidades:

Desarrollar excelentes relaciones humanas.

- Don de mando, iniciativa y liderazgo en la toma de decisiones.
- Dominio de aspectos laborales y administrativos
- Coordinación y dirección de actividades empresariales.

Destrezas:

- Manejo de programas de computación y equipo de oficina.

Otros

- Colegiado activo
- Manejo de programas de computación, Windows Xp. Word Xp, Excel, Power Point, Proyect, e Internet.
- Inglés Fluido y amplios conocimientos en planificación estratégica y gestión financiera.

### **6.2.2 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Contador**

IDENTIFICACIÓN

- a. TÍTULO DEL PUESTO: Contador
- b. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: LINEA STAFF
- c. INMEDIATO SUPERIOR: Gerente
- d. SUBALTERNOS: NINGUNO

## DESCRIPCION

### Naturaleza del puesto

Es un puesto de carácter técnico administrativo- contable que debe realizar

Las actividades contables y financieras de la empresa, conforme a

Instrucciones recibidas, asiste a las actividades que realiza el Gerente

### Atribuciones

- Registro de libros contables
- Registro de gastos mensuales, contra revisión de bancos
- Supervisar el trabajo de los auxiliares.
- Llevar los registros contables adecuados de la empresa.
- Control de pagos de impuestos correspondientes.
- Elaborar y firmar estados financieros de la empresa.
- Elaborar partidas de diario.
- Elaboración y control de relación de cuentas por liquidar (Activo y Pasivo).
- Revisión de provisiones.
- Revisión de codificaciones.
- Otras atribuciones que le sean asignadas.

## Relaciones de trabajo

Con el Gerente, Asistente administrativa. Con el personal de la empresa y bancos.

## Autoridad

- Para firmar documentos legales.

## Responsabilidad

- Velar por el cumplimiento de las obligaciones de todos los miembros, de su departamento a su cargo.
- Dirigir y coordinar el trabajo de contabilidad.
- Velar por el uso adecuado de los recursos de la empresa.

## Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

### a) Educativas

- Graduado de Perito Contador, registrado en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT).
- Mínimo tercer año de Contador Público y Auditor.

### b) Experiencia

- Tres años de experiencia en puestos similares.

### c) Habilidades

- Proactivo con excelentes relaciones humanas y don de mando.
- Habilidad numérica.
- Desenvolverse con iniciativa y dinamismo.

### d) Destrezas

- Manejo de equipo de oficina y electrónico.

e) Otros

- Conocimientos de Computación Windows, Word, Excel. Power Point, y Sistemas Contable.
- No mayor de cuarenta años.

### 6.2.3

#### **Ficha Técnica Puesto de Trabajo Jefe de Producción**

##### IDENTIFICACIÓN

- a. TITULO DEL PUESTO: jefe de Producción y compra
- b. UBUCACION ADMINISTRATIVA: Departamento de Producción
- c. INMEDIATO SUPERIOR: Gerente General
- d. SUBALTERNOS: Bodegueros y operarios

##### DESCRIPCION

###### Naturaleza del puesto

La naturaleza del puesto es de carácter administrativo ejecutivo y de apoyo a la Gerencia General. Debe administrar y coordinar las actividades que se Realizan en el departamento de Producción.

###### Atribuciones

- Supervisa el ingreso de productos en la bodega de la empresa.
- Administra el presupuesto de su departamento.
- Realiza inventario mensualmente en bodega para controlar el manejo

de los productos por el bodeguero.

- Revisa la producción diariamente.
- Elabora reportes de control de calidad de producto terminado.
- Elabora y presenta informe mensual indicando las actividades realizadas en el Departamento de Operaciones al Gerente General.
- Otras atribuciones que le sean asignadas.

#### Relaciones de trabajo

Por la naturaleza de su puesto el jefe de Producción debe mantener estrecha comunicación con el Gerente General, el Bodeguero y los Repartidores para llevar a cabo la realización de las actividades necesarias dentro de la empresa.

#### Autoridad

- Para planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se lleven a cabo en el Departamento de Producción.
- Para delegar funciones, actividades o tareas específicas a las personas que ocupen los puestos de Secretaria de Producción, Bodeguero y Repartidores.

#### Responsabilidad

- De velar por que el personal asignado, realice las funciones que le corresponden.
- De velar por el buen uso de las instalaciones, del equipo asignado a su

Departamento.

Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

a) Educativos

- Graduado de Ingeniero Industrial, Licenciado en Administración de Empresa o carrera a fin.

b) Experiencia

- Cinco años como Gerente de Producción.
- Tres años en administración de bodegas, de preferencia en productos Alimenticios.

c) Habilidades

- Habilidad numérica.
- Toma de decisiones.
- Relaciones interpersonales.
- Para integrarse al trabajo en equipo.

d) Destrezas

- Manejo de equipo de cómputo y oficina.
- Manejo eficiente del tiempo.

e) Otros

- Colegiado activo.
- Conocimiento de administración y control de inventarios.
- Manejo de programas de computación.

## **6.2.4 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Distribuidor**

### IDENTIFICACIÓN

- a. TÍTULO DEL PUESTO: Bodeguero y distribuidor
- b .UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Departamento de Producción
- c. INMEDIATO SUPERIOR: jefe de Producción
- d, SUBALTERNOS: Ninguno

### DESCRIPCIÓN

#### Naturaleza del puesto

Es un puesto de carácter operativo que tiene a su cargo la Transportación y entrega de los productos de los pedidos que Corresponden a los clientes, locales y departamentales.

#### Atribuciones

- Entregar producto al cliente local.
- Recibir y contar los cambios del producto.
- Verificar las fechas de los productos vencidos.
- Manejar con cuidado las cajas de los productos vencidos.
- Entregar copia de pedido y/o factura al cliente.
- Entregar papelería firmada de recibido por el cliente a la Asistente administrativa diariamente.

- Anotar diariamente en la hoja de control los trabajos asignados.
- De velar por el cuidado del vehículo donde transporta el producto para evitar contratiempos.

Llevar inventario.

Llevar organizada la bodega diariamente.

- Otras atribuciones que le sean asignadas.

Relaciones de trabajo.

Por la naturaleza de sus funciones debe mantener relación estrecha con el Gerente de Producción de quien recibe órdenes, con el Bodeguero y con los Clientes, cuando entrega el producto a nivel, de tienda y local.

Autoridad

- Para el cuidado y mantenimiento del vehículo.
- Para cuidar y proteger la mercadería asignada en cada pedido y Entrega.

Responsabilidad

- Cuidar el buen funcionamiento del equipo de trabajo y puntualidad

En la ejecución de todas las actividades que se le asignen.

- Velar por los activos de la empresa tanto humanos como materiales.

Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

a) Educativos

- Graduado de nivel medio.

b) Experiencia

- 2 años en puestos similares.
- Conocimiento de rutas.

c) Habilidad

- Desarrollar excelentes relaciones humanas.
- Trabajar bajo presión.
- Desenvolverse con iniciativa y entusiasmo.
- Habilidad numérica.

d) Destrezas

- Manejo en vehículo liviano
- Manejo de equipo y carga.

e ) Otros

- Poseer licencia de conducir clase A.
- Conocimientos básicos de mecánica.

### **6.2.5 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Asistente**

#### IDENTIFICACIÓN

- a. TÍTULO DEL PUESTO: asistente Administrativo
- b. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Departamento Administrativo
- c. INMEDIATO SUPERIOR: Gerente Administrativo
- d. SUBALTERNOS: toma el papel del gerente administrativo cuando esta ausente

## DESCRIPCIÓN

### Naturaleza del puesto

Es un puesto de carácter administrativo de apoyo. Tiene a su cargo asistir al Gerente Administrativo en las distintas actividades que se realizan. También tiene como fin proveer a la empresa de los insumos necesarios para el desarrollo de sus

Actividades y cumplimiento de sus objetivos. Mantener

Actualizada la información de los códigos de los clientes, productos y Precios.

### Atribuciones

- Atender llamadas telefónicas.
- Hacer tele mercadeo
- Hacer cotizaciones
- Operar registrar controlar y ordenar todas las copias y originales de
- Las facturas que se emitan y que deben efectuarse en el departamento de mercadeo y ventas.
- Planificar y coordinar la facturación según las tiendas donde se debe Entregar el producto.
- Llevar registro y control de las facturas.
- Acatar instrucciones del Gerente del Departamento acorde a la Política de la empresa.
- Recibir y transmitir mensajes por medio de correo electrónico y fax.

- Recepción y entrega de documentos.
- Archivar correspondencia.
- Recibir documentación de candidatos.
- Entregar solicitud de empleo a los candidatos.
- Verificar información brindada por los candidatos
- Realizar funciones secretariales.
- Planificar y coordinar las compras según los requerimientos de la Empresa
- Elaborar y presentar reporte sobre las compras realizada mensualmente,  
Para trámite de cheques al Gerente
- Otras atribuciones que le sean asignadas.

#### Relaciones de trabajo

Por la naturaleza del puesto debe mantener relación estrecha con el

Gerente Administrativo a quien asiste de manera directa. se

Relacionar con todo el personal de la empresa, con los candidatos que

llegan a solicitar o las plazas que se encuentran disponibles en la

Empresa. y también debe mantener relación estrecha con el

Gerente de Mercadeo y Ventas, Vendedores y el Bodeguero.

Autoridad. Sobre todas las actividades secretariales de asistencia que realiza.

Para planificar y coordinar las compras según los requerimientos de la

Empresa.

Responsabilidad

- Del buen uso del equipo que utilice y cuidado de útiles necesarios

Para realizar sus actividades.

- Para proteger y cuidar el archivo de documentos.

De planificar y coordinar las compras.

- De la calidad de los productos o insumos que compre.

Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

a) Educativas

- Poseer título de Secretaria Comercial Oficinista o Bilingüe.
- Tener como mínimo el quinto semestre en Administración de Empresa.

b) Experiencia

- Tres años de experiencia como secretaria de gerencia.

c) Habilidades

- Desenvolverse con dinamismo entusiasmo e iniciativa.
- Tomar versiones taquigráficas.
- Llevar el control de los archivos en forma técnica y ordenada.
- Desarrollar relaciones humanas con calidad.
- Liderazgo.
- Excelentes relaciones humanas.

d) Destrezas

- Para transcribir eficientemente dictados, cuadros y cartas.
  - Operar con eficiencia el equipo electrónico y de oficina.
- e) Otros
- Conocimiento de computación, Word. Excel y Power Point.
  - No mayor de treinta años.

### **6.2.6 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Oficinas Varios**

#### IDENTIFICACIÓN

- TITULO DEL PUESTO: oficinas varios y mensajería
- UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Departamento Administrativo
- INMEDIATO SUPERIOR: asistente Administrativa
- SUBALTERNOS: Ninguno

#### DESCRIPCION

##### Naturaleza del puesto

Es un puesto de carácter operativo de apoyo que tiene a su cargo la responsabilidad de la mensajería y limpieza de la empresa. Recibe ordenes del asistente Administrativo.

##### Atribuciones

- Distribuir correspondencia interna y externa en la empresa.
- realizar los diferentes pagos de Agua, luz y teléfono.

- Colaborar en el traslado de materiales y suministros, así como en reubicación de mobiliario y equipo, que el personal de la empresa necesite.
- Realizar otras tareas afines al puesto.
- Otras atribuciones que le sea asignadas.
- Barrer, trapear. Sacudir el mobiliario y equipo, así como encerar pisos.
- Desinfectar y limpiar servicios sanitarios.
- Limpiar ventanas vidrios y espejos.
- Recolectar la basura, para depositarla en el basurero general.
- Preparar café para los empleados.
- Lavar los utensilios utilizados por el personal.
- Otras atribuciones que le sean asignadas.

#### Relaciones de trabajo

Por la naturaleza de sus funciones, debe mantener relación estrecha con el asistente Administrativo, de quien recibe ordenes y con todo el personal de la empresa.

#### Autoridad

- Para cuidar, proteger y respaldar la correspondencia accesorios de la empresa.

## Responsabilidad

- Distribuir eficazmente la correspondencia interna y externa de la Empresa
- De utilizar adecuadamente los utensilios asignados para realizar su trabajo.
- Asistir puntualmente a sus labores.
- Desempeñar eficientemente sus funciones.

## Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

### a) Educativos

- Como mínimo sexto primaria.

### b) Experiencia

- Tres años en puesto similar.

### c) Habilidades

- Desarrollo de relaciones humanas a nivel empresarial.
- Colaborar con funciones menores de conserjería
- Para desenvolverse con rapidez y responsabilidad.

### d) Destrezas

## Manejo de vehículo o moto en la realización de su trabajo.

- Operar eficazmente electrodomésticos de cocina.
- Disponibilidad de horario.
- Operar con eficiencia el equipo que se utiliza para la limpieza.

e ) Otros

- Mayor de edad.

Licencia de manejar.

### **6.2.7 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Vendedores**

#### IDENTIFICACIÓN

a . TÍTULO DEL PUESTO: Vendedores

b. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Departamento de Mercadeo y Ventas

c. INMEDIATO SUPERIOR: Jefe de Mercadeo y Ventas

d. SUBALTERNOS: Ninguno

#### DESCRIPCION

Naturaleza del puesto

Es un puesto de carácter técnico – administrativo. El titular del puesto Recibe órdenes en forma verbal y/o escrita del Gerente de Mercadeo y Ventas. Funciona como enlace entre la empresa y los clientes, tanto en la capital como en los departamentos.

Atribuciones

- Conocer y comercializar el producto de manera efectiva.
- Dar un servicio personalizado a los clientes.
- Buscar nuevos clientes según la ruta de ventas asignada.
- Recibir pedidos de clientes.

- Velar por que el producto sea entregado a los clientes.
- Elaborar reporte sobre ventas realizadas.
- Seleccionar candidatos a créditos.
- Elaborar reporte de actividades realizadas diariamente.
- Realizar labores de promoción de productos a clientes.
- Revisar que los clientes no tengan productos vencidos.
- Otras atribuciones que le sean asignadas.

#### Relaciones de trabajo

Por la naturaleza del puesto, debe mantener relación estrecha con el Gerente de Mercadeo y Ventas, con la secretaria, con el encargado de repartir el producto (piloto), con el bodeguero y con los clientes.

#### Autoridad

- Para realizar las actividades comerciales que se le asignen como: atención de clientes y búsqueda de nuevos clientes.
- Comercializar el producto y todas aquellas que conlleven la aplicación de su experiencia en el trabajo.

#### Responsabilidad

- Es responsable de la ejecución apropiada y del control de las actividades comerciales a su cargo.

#### Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

##### a) Educacionales

- Graduado a nivel medio.

b) Experiencia

- dos años en ventas de productos alimenticios

c) Habilidades

- Habilidad numérica
- Desenvolverse con iniciativa y dinamismo
- Presencia, buenas relaciones humanas y facilidad para hablar en Público y a cualquier nivel
- Prevenir cambios o situaciones similares en el mercado
- Cumplimiento de metas

d) Destrezas

- Operar cuadros numéricos relacionados con equipos de ventas.
- Manejo eficiente de equipo automotor para realizar sus funciones.

e ) Otros

- Conocimiento y manejo de Office y uso de Software.

### **6.2.8 Ficha Técnica Puesto de Trabajo Operadores**

#### IDENTIFICACIÓN

- a . TÍTULO DEL PUESTO: Operarios
- b. UBICACIÓN ADMINISTRATIVA: Departamento producción
- c. INMEDIATO SUPERIOR: Jefe de producción
- d. SUBALTERNOS: Ninguno

## DESCRIPCION

### Naturaleza del puesto

Recepcionar, almacenar y entregar los materiales dentales y bienes de capital a las áreas operativas. Apoyar a Logística en mantener el stock mínimo (“El justo a tiempo”) de recursos materiales y a la vez se encuentren en óptimas condiciones para Su uso.

### Atribuciones

Realizar el control de calidad de insumos que ingresen.

Verificar el producto recibido (fecha de vencimiento, que coincida con la Orden de compra, etc.).

- Elaborar la nota de ingreso.
- Dar conformidad a la facturación recibida.

Informar al jefe de producción sobre las actividades realizadas.

- Velar por la conservación y buen estado de los productos de almacén

Ubicar los insumos en zonas definidas para cada tipo.

- Entregar los insumos solicitados por las Áreas Operativas, que cuenten

Con visto bueno del Jefe de la Unidad de Operaciones.

- Recepcionar, entregar y registrar las requisiciones de material dental

Adicional que tenga visto bueno del Jefe de la Unidad de Operaciones y Jefe de Área Operativa.

- Digitar los bienes de capital, material dental, libros, etc., en el software del

Inventario y realizar su codificación (Pegado de etiqueta)

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de la documentación del servicio de Almacén.

- Mantener actualizado del registro de servicios controlados por la DINANDRO.

- Orientar al usuario que acude a Almacén con buen trato y calidez.

Supervisar que los pedidos estén a tiempo para el despacho

- Otras funciones que se le pueda encomendar.

Autoridad

Para realizar los inventarios, y llevar el almacén con estricta orden del gerente.

Supervisar que los pedidos estén a tiempo para el despacho

Llevar el control de entradas y salida de los productos.

Coordinar las rutas diarias con el jefe de producción

Responsabilidad

Responsable de Almacén e inventarios

Llevar el control de entradas y salidas de los productos.

Coordinar las rutas diarias con el jefe de producción

Requisitos exigidos para el puesto de trabajo

Título de bachiller, Curso de manipulación y conservación de alimentos (SENA, Secretaria de Salud, etc.)

## **7 ASPECTOS LEGALES**

### **7.1 TIPO SOCIEDAD**

La mies será una sociedad por acciones simplificada ya que esta conformada por tres estudiantes LA MIES S.A.S

De conformidad con la ley 1258 de 2008

Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).

- 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 éste 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, número y 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 las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

## **7.2 DISPOSICIONES GENERALES<sup>6</sup>**

ARTÍCULO 1. CONSTITUCIÓN.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente Ley 1258 de diciembre 5 del 2008, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> [http://www.camacolantioquia.org.co/juridica/noticias/sociedad\\_simplificada.pdf](http://www.camacolantioquia.org.co/juridica/noticias/sociedad_simplificada.pdf)

<sup>7</sup> <http://www.scribd.com/doc/10584306/Ley-125808-Sociedad-Por-Acciones-Simplificada>

ARTÍCULO 2. PERSONALIDAD JURÍDICA.- La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

ARTÍCULO 3. NATURALEZA.- La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.

ARTÍCULO 4. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO.- Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

## CAPÍTULO II

### CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 5. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN.- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

1º Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección de los accionistas;

2º Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.;

3º El domicilio;

4º El término de duración, si éste no fuere indefinido;

5º 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, con ánimo de lucro;

6º El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;

7º La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

PARÁGRAFO.- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

ARTÍCULO 6. CONTROL DE LEGALIDAD.- Las Cámaras de Comercio ejercerán un control de legalidad a fin de verificar la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya o reforme la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esencial o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

ARTÍCULO 7. SOCIEDAD DE HECHO.- Mientras no se efectúe la inscripción del instrumento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los

asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

ARTÍCULO 8. PRUEBA DE LA EXISTENCIA DE LA SOCIEDAD. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán por cualquiera de estos medios:

1º Con copia de la escritura privada o pública de constitución, provista de la constancia o certificado de haber sido debidamente registrada en la Cámara de Comercio del domicilio principal, o

2º Con certificado de la misma Cámara de Comercio, expedido con inserción de las cláusulas estatutarias registradas y de sus reformas, en donde conste no estar disuelta la sociedad.

PARÁGRAFO.- En todo caso, la mera existencia de la sociedad podrá probarse con el certificado expedido por la Cámara de Comercio respectiva en la que conste el hecho de haberse registrado el documento privado o público de constitución.

PARÁGRAFO.- En todo caso, la mera existencia de la sociedad podrá probarse con el certificado expedido por la Cámara de Comercio respectiva en la que conste el hecho de haberse registrado el documento privado o público de constitución.

### CAPÍTULO III

#### REGLAS ESPECIALES SOBRE EL CAPITAL Y LAS ACCIONES

ARTÍCULO 9. SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL.- La suscripción y pago del capital podrá hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio para las sociedades anónimas, pero en ningún caso el plazo para el pago de las acciones excederá de dos años.

ARTÍCULO 10. CLASES DE ACCIONES.- Podrán crearse diversas clases y series de acciones, incluidas las acciones privilegiadas y con dividendo preferencial y sin derecho a voto, según los términos y condiciones previstos en las normas legales respectivas.

Al dorso de los títulos de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto y privilegiadas, constarán los derechos inherentes a ellas.

ARTÍCULO 11. VOTO SINGULAR O MÚLTIPLE.- En los estatutos se expresarán los derechos de votación que le corresponda a cada clase de acciones, con indicación expresa sobre la atribución de voto singular o múltiple, si a ello hubiere lugar.

ARTÍCULO 12. TRANSFERENCIA DE ACCIONES A FIDUCIAS MERCANTILES.- Las acciones en que se divide el capital de la sociedad por acciones simplificada podrán estar radicadas en una fiducia mercantil, siempre y cuando que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

ARTÍCULO 13. RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES.- En los estatutos podrá estipularse la imposibilidad de negociar las acciones emitidas por la sociedad o alguna de sus clases, siempre y cuando que la vigencia de la restricción no exceda del término de diez años, contados a partir de la emisión. Este término sólo podrá ser prorrogado por voluntad unánime de la totalidad de los accionistas.

Al dorso de los títulos de acciones deberá hacerse referencia expresa sobre la restricción a que alude este artículo.

ARTÍCULO 14. AUTORIZACIÓN PARA LA TRANSFERENCIA DE ACCIONES.- Los estatutos podrán someter toda negociación de acciones o de alguna clase de ellas a la autorización previa de la asamblea, adoptada con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen la mitad más uno de las acciones presentes en la respectiva reunión.

ARTÍCULO 15. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN.- Toda transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz.

ARTÍCULO 16. CAMBIO DE CONTROL EN LA SOCIEDAD ACCIONISTA.- En los estatutos podrá establecerse la obligación a cargo de las sociedades accionistas en el sentido de informarle al representante legal de la respectiva sociedad por acciones simplificada acerca de cualquier operación que implique un cambio de control respecto de aquellas, según lo previsto en el artículo 260 del Código de Comercio.

En estos casos de cambio de control, la asamblea estará facultada para excluir a las sociedades accionistas, mediante decisión adoptada por la asamblea.

El incumplimiento del deber de información a que alude el presente artículo por parte de cualquiera de las sociedades accionistas, además de la posibilidad de exclusión según el artículo 39 de esta Ley, podrá dar lugar a una deducción del 20% en el valor del reembolso, a título de sanción.

PARÁGRAFO.- En los casos a que se refiere este artículo, las determinaciones relativas a la exclusión y a la imposición de sanciones pecuniarias requerirán aprobación de la asamblea de accionistas, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, excluido el voto del accionista que fuere objeto de estas medidas.

#### CAPÍTULO IV

##### ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 17. ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.- En los estatutos de la sociedad por acciones simplificada se determinará libremente la estructura orgánica de la sociedad y demás normas que rijan su funcionamiento. A falta de estipulación estatutaria, se entenderá que todas las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio serán ejercidas por la asamblea o el accionista único y que las de administración estarán a cargo del representante legal.

PARÁGRAFO.- Durante el tiempo en que la sociedad cuente con un sólo accionista, éste podrá ejercer las atribuciones que la ley les confiere a los diversos órganos sociales, en cuanto sean compatibles, incluidas las del representante legal.

ARTÍCULO 18. REUNIONES DE LOS ÓRGANOS SOCIALES.- La asamblea de accionistas podrá reunirse en el domicilio principal o fuera de él, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando que se cumplan los requisitos de quórum y convocatoria previstos en los artículos 20 y 22 de esta Ley.

ARTÍCULO 19. REUNIONES POR COMUNICACIÓN SIMULTÁNEA Y POR CONSENTIMIENTO ESCRITO.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

ARTÍCULO 20. CONVOCATORIA A LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.- Salvo estipulación estatutaria en contrario, la asamblea será convocada por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco días comunes. En el aviso de convocatoria se insertará el orden del día correspondiente a la reunión.

Cuando hayan de aprobarse balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, el derecho de inspección de los accionistas podrá ser ejercido durante los cinco días comunes anteriores a la reunión, a menos que en los estatutos se convenga un término superior.

PARÁGRAFO.- La primera convocatoria para una reunión de la asamblea de accionistas podrá incluir igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

La segunda reunión no podrá ser fijada para una fecha anterior a los diez días hábiles siguientes a la primera reunión, ni posterior a los treinta días hábiles contados desde ese mismo momento.

ARTÍCULO 21. RENUNCIA A LA CONVOCATORIA.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección respecto de los asuntos a que se refiere el inciso segundo el artículo 20 de esta ley, por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

ARTÍCULO 22. QUÓRUM Y MAYORÍAS EN LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.- Salvo estipulación en contrario, la asamblea deliberará con uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de acciones que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos se prevea una mayoría decisoria superior para algunas o todas las decisiones.

PARÁGRAFO.- En las sociedades con accionista único las determinaciones que le correspondan a la asamblea serán adoptadas por aquél. En estos casos, el accionista dejará constancia de tales determinaciones en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 23. FRACCIONAMIENTO DEL VOTO.- Cuando se trate de la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto.

ARTÍCULO 24. ACUERDOS DE ACCIONISTAS.- Los acuerdos de accionistas sobre la compra o venta de acciones, la preferencia para adquirirlas, el ejercicio del derecho de voto, la persona que habrá de representar las acciones en la asamblea y cualquier otro asunto lícito, deberán ser acatados por la compañía cuando hubieren sido depositados en las oficinas donde funcione la administración de la sociedad, siempre que su término no fuere superior a diez años, prorrogables por voluntad unánime de sus suscriptores.

Los accionistas suscriptores del acuerdo deberán indicar, en el momento de depositarlo, la persona que habrá de representarlos para recibir información o para suministrarla cuando ésta fuere solicitada. La compañía podrá solicitar por escrito al representante aclaraciones sobre cualquiera de las cláusulas del acuerdo, en cuyo caso la respuesta deberá suministrarse, también por escrito, dentro de los cinco días comunes siguientes al recibo de la solicitud.

PARÁGRAFO PRIMERO.- El presidente de la asamblea o del órgano colegiado de deliberación de la compañía no computará el voto proferido en contravención a un acuerdo de accionistas debidamente depositado.

PARÁGRAFO SEGUNDO.- En las condiciones previstas en el acuerdo, los accionistas podrán promover ante la Superintendencia de Sociedades,

mediante el trámite del proceso verbal sumario, la ejecución específica de las obligaciones pactadas en los acuerdos.

ARTÍCULO 25. JUNTA DIRECTIVA.- La sociedad por acciones simplificada no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario.

Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

PARÁGRAFO.- En caso de pactarse en los estatutos la creación de una junta directiva, ésta podrá integrarse con uno o varios miembros respecto de los cuales podrán establecerse suplencias. Los directores podrán ser designados mediante votación mayoritaria, cociente electoral o por cualquier otro método previsto en los estatutos. Las normas sobre su funcionamiento se determinarán libremente en los estatutos. A falta de previsión estatutaria, este órgano se regirá por lo previsto en las normas legales pertinentes.

ARTÍCULO 26. REPRESENTACIÓN LEGAL.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatutos. A falta de estipulaciones,

Se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 27. RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES.- Las reglas relativas a la responsabilidad de administradores contenidas en la Ley 222 de 1995, les serán aplicables tanto al representante legal de la sociedad por acciones simplificada como a su junta directiva y demás órganos de administración, si los hubiere.

PARÁGRAFO.- Las personas naturales o jurídicas que, sin ser administradores de una sociedad por acciones simplificada, se inmiscuyan en una actividad positiva de gestión, administración o dirección de la sociedad, incurrirán en las mismas responsabilidades y sanciones aplicables a los administradores.

ARTÍCULO 28. REVISORÍA FISCAL.- No será obligatoria la revisoría fiscal. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, la persona que lo ocupe no será necesario que la persona tenga el carácter de contador público.

## CAPÍTULO V

### REFORMAS ESTATUTARIAS Y REORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 29. REFORMAS ESTATUTARIAS.- Las reformas estatutarias se aprobarán por la asamblea, con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. La determinación respectiva deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil.

ARTÍCULO 30. NORMAS APLICABLES A LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN Y ESCISIÓN.- Sin perjuicio de las disposiciones especiales contenidas en la presente Ley, las normas que regulan la transformación, fusión y escisión de sociedades les serán aplicables a la sociedad por acciones simplificadas, así como las disposiciones propias del derecho de retiro contenidas en la Ley 222 de 1995.

ARTÍCULO 31. TRANSFORMACIÓN.- Cualquier sociedad podrá transformarse en sociedad por acciones simplificada, siempre y cuando que así lo decida su asamblea o junta de socios, mediante determinación unánime de los asociados titulares del cien por ciento del capital. La determinación correspondiente deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil.

De igual forma, la sociedad por acciones simplificada podrá transformarse en una sociedad de cualquiera de los tipos previstos en el Libro Segundo del Código de Comercio, siempre y cuando que la determinación respectiva sea adoptada por la asamblea, mediante determinación unánime de los asociados titulares del cien por ciento de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 32. ENAJENACIÓN GLOBAL DE ACTIVOS.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad por acciones simplificada se proponga enajenar activos y pasivos que representen el 50% o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación.

La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en hipótesis de desmejora patrimonial.

ARTÍCULO 33. FUSIÓN ABREVIADA.- En aquellos casos en que una sociedad detente más del 90% de las acciones de una sociedad por acciones simplificada, aquella podrá absorber a ésta, mediante determinación adoptada por los representantes legales o por las juntas directivas de las sociedades participantes en el proceso de fusión.

La fusión abreviada podrá realizarse por documento privado inscrito en el registro mercantil, salvo que dentro los activos transferidos se encuentren bienes cuya enajenación requiera escritura pública. La fusión podrá dar lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en los términos de la Ley 222 de 1995, así como a la acción de oposición judicial prevista en el artículo 175 del Código de Comercio.

## CAPÍTULO VI

### DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 34. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- La sociedad por acciones simplificada se disolverá:

1º Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración;

2º Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3º Por la iniciación del trámite de liquidación obligatoria;

4º Por las causales previstas en los estatutos;

5º Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

6º Por orden de autoridad competente, y

7º Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, el documento privado o el que contenga la decisión de autoridad competente, se inscribirá en el registro mercantil.

ARTÍCULO 35. ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dos años en el caso de la causal prevista en el ordinal 7º del artículo anterior.

PARÁGRAFO.- Las causales de disolución por unipersonalidad sobrevenida o reducción de las pluralidades mínimas en los demás tipos de sociedad previstos en el Código de Comercio también podrán enervarse mediante la transformación en sociedad por acciones simplificada, siempre que así lo decidan los asociados restantes de manera unánime o el asociado supérstite.

ARTÍCULO 36. LIQUIDACIÓN.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

## CAPÍTULO VI

### DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 37. APROBACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS.- Tanto los estados financieros de propósito general o especial, como los informes de gestión y demás cuentas sociales deberán ser presentadas por el representante legal a consideración de la asamblea de accionistas para su aprobación

PARÁGRAFO.- Cuando se trate de sociedades por acciones simplificadas con único accionista, éste aprobará todas las cuentas sociales y dejará constancia de tal aprobación en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 38. SUPRESIÓN DE PROHIBICIONES.- Las prohibiciones contenidas en los artículos 155, 185, 202, 404, 435 y 454 del Código de Comercio no se le aplicarán a las sociedades por acciones simplificadas, a menos que en los estatutos se disponga lo contrario.

ARTÍCULO 39. EXCLUSIÓN DE ACCIONISTAS.- Los estatutos podrán prever causales de exclusión de accionistas, en cuyo caso deberá cumplirse el procedimiento de reembolso previsto en los artículos 14 a 16 de la Ley 222 de 1995.

Si el reembolso implicare una reducción de capital deberá dársele cumplimiento, además, a lo previsto en el artículo 145 del Código de Comercio.

PARÁGRAFO.- Salvo que se establezca un procedimiento diferente en los estatutos, la exclusión de accionistas requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva

reunión, sin contar el voto del accionista o accionistas que fueren objeto de esta medida.

ARTÍCULO 40. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS.- Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables compondores, si así se pacta en los estatutos.

Si no se pacta arbitramento o amigable composición, se entenderá que todos los conflictos antes mencionados serán resueltos por la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 41. UNANIMIDAD PARA LA MODIFICACIÓN DE DISPOSICIONES ESTATUTARIAS.- Las cláusulas consagradas en los estatutos conforme a lo previsto en los artículos 13, 14, 39 y 40 de esta Ley sólo podrán ser incluidas o modificadas mediante la determinación unánime de los titulares del cien por ciento de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 42. DESESTIMACIÓN DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA.- Cuando se utilice la sociedad por acciones simplificada en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados.

La acción correspondiente se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el procedimiento verbal sumario.

ARTÍCULO 43. ABUSO DEL DERECHO.- Los accionistas deberán ejercer el derecho de voto en el interés de la compañía. Se considerará abusivo el voto ejercido con el propósito de causar daño a la compañía o a otros accionistas o de obtener para sí o para un tercero ventaja injustificada, así como aquel voto del que pueda resultar un perjuicio para la compañía o para los otros accionistas. Quien abuse de sus derechos de accionista en las determinaciones adoptadas en la asamblea, responderá por los daños que ocasione, sin perjuicio de que la Superintendencia de Sociedades pueda declarar la nulidad absoluta de la determinación adoptada.

La acción de indemnización de perjuicios y la de nulidad absoluta de la determinación respectiva podrá ejercerse tanto en los casos de abuso de mayoría, como en los de minoría y de paridad. El trámite correspondiente se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades mediante el proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 44. ATRIBUCIÓN DE FACULTADES JURISDICCIONALES.- Las funciones jurisdiccionales a que se refieren los artículos 24, 40, 42 y 43, serán ejercidas por la Superintendencia de Sociedades, con fundamento en lo previsto en el artículo 119 de la Constitución Política.

ARTÍCULO 45. REMISIÓN.- En lo no previsto en la presente Ley, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales y, en su defecto, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima. Así mismo, las sociedades por acciones simplificadas estarán sujetas a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, según las normas legales pertinentes.

ARTÍCULO 46. VIGENCIA Y DEROGATORIAS.- La presente Ley rige a partir del momento de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

### 7.3 DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCION

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- 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 éste 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, número y 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 las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

#### Observaciones generales:

- Antes de iniciar los trámites de constitución se debe verificar si existe otra sociedad matriculada con el mismo nombre. Dicha consulta se puede realizar en la página de internet [www.rue.com.co](http://www.rue.com.co) o en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Medellín.
- Cuando las personas nombradas, no hayan firmado la escritura de constitución o el documento privado, deben anexarse las aceptaciones de los cargos por escrito, de todas y cada una de ellas, con indicación de número de identificación y fotocopia del mismo.
- Cuando la sociedad quede inscrita y matriculada, deben inscribir los libros de contabilidad y de actas.

Registro de la Matricula Mercantil.

Este registro se realizara en la cámara de comercio de la ciudad de Medellín.

Para el registro del nombre “LA MIES S.A.S” .

1. La matricula mercantil.
2. La matricula de documentos.
3. La expedición de certificados.
4. Registro del nombre

## 7.4 RUT<sup>8</sup>

Se realiza a través de la cámara de comercio. Debe realizar los siguientes procesos:

- Presentar formulario con la leyenda para trámite en cámara.
- Cámara incorpora información adicional y remite electrónicamente a la DIAN.
- La DIAN verifica electrónicamente la información y asigna el NIT.
- La DIAN expide y entrega el certificado a la solicitud del interesado.
- Documentos anexos al formulario de inscripción en el RUT.

Según el método utilizado y bajo los parámetros que destacan cada sitio ocionado; el mejor lugar para montar la empresa LA MIES S.A.S es en el centro de Medellín en el barrio Buenos Aires.

---

8

<http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/70d4708caa01397205256ef90062c380/c7b3be51486e628305256ff20056925d?OpenDocument>

## 8. COSTOS ADMINISTRATIVOS

### 7.1 Gastos de Personal

Tabla N° 6. Gastos de Personal Nomina y Parafiscales

NOMINA	No. Per	SUELDO	AUX TRANS	PENSION	SALUD	ARP	CAJA	ICBF	SENA	TOTAL	TOTAL
										16%	12.5%
GERENTE	1	1000000	0	160000	125000	5220	40000	30000	20000	1380220	16562640
CONTADOR	1	200000	0	32000	25000	1044	8000	6000	4000	276044	3312528
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	1	700000	59000	112000	87500	3654	28000	21000	14000	1025154	12301848
JEFE DE PRODUCCION	1	700000	59000	112000	87500	3654	28000	21000	14000	1025154	12301848
BODEGUERO	1	497000	59000	79500	62125	2594	19900	14910	9940	744969	8939632
OPERARIOS	1	497000	59000	79500	62125	2594	19900	14910	9940	744969	8939632
SERVICIOS VARIOS Y MENSAJERIA	1	497000	59000	79500	62125	2594	19900	14910	9940	744969	8939632
VENDEDOR	1	497000	59000	79500	62125	2594	19900	14910	9940	744969	8939632
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>4588000</b>	<b>354000</b>	<b>734000</b>	<b>573500</b>	<b>23949</b>	<b>183600</b>	<b>137640</b>	<b>91760</b>	<b>\$ 6.686.449</b>	<b>\$ 80.237.392</b>

Tabla N° 7 Gastos de Personal Prestaciones Sociales

NOMINA	No. Per	SUELDO	VACACIONES	PRIMA	CESANTIAS	INTERESES	TOTAL
			15 DIAS	30 DIAS%	30 DIAS	0,12	ANUAL
GERENTE	1	1.000.000	500.000	1.000.000	1.000.000	120.000	2.620.000
CONTADOR	1	200.000	100.000	200.000	200.000	24.000	524.000
ASISTENTE ADMINISTRATIVA	1	700.000	350.000	700.000	700.000	84.000	1.834.000
JEFE DE PRODUCCION	1	700.000	350.000	700.000	700.000	84.000	1.834.000
BODEGUERO	1	497.000	248.500	497.000	497.000	59.640	1.302.140
OPERARIOS	1	497.000	248.500	497.000	497.000	59.640	1.302.140
SERVICIOS VARIOS Y MENSAJERIA	1	497.000	248.500	497.000	497.000	59.640	1.302.140
VENDEDOR	1	497.000	248.500	497.000	497.000	59.640	1.302.140
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>4.588.000</b>	<b>2.294.000</b>	<b>4.588.000</b>	<b>4.588.000</b>	<b>550.560</b>	<b>\$ 12.020.560</b>

Tabla N° 8. Gastos de la Constitución de la Empresa

CONCEPTO	VALORES EN (PESOS)
Registro cámara de comercio	\$ 760.000
Registro mercantil	\$ 96.000
Industria y Comercio	\$ 209.000
Registro invima	\$ 2.600.000
Expedición de certificados cámara de comercio	\$ 3.500
Permisos publicitarios	\$ 120.000
Libros de contabilidad	\$ 45.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.833.500</b>

## 8.2 Gastos de Puesta en Marcha

Tabla N° 9 Detalles de la Inversión Inicial que es Necesaria para la Puesta en Marcha la Empresa

DESCRIPCION	MES (VALORES)
NOMINA	\$ 6.686.449
GASTOS GENERALES	\$ 421.000
MATERIAS PRIMAS	\$ 960.000
ARRIENDO LOCAL	\$ 200.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 48.000.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.100.000

EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2.100.000
CONSTITUCION	\$ 0
APORTES DE SOCIOS	\$ 30.000.000
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 91.467.449</b>

### 8.3 Gastos Anuales de Administración

Tabla N° 10 Relación de los Gastos Mensuales y Anuales de Administración de la Empresa

DETALLE	VALOR MENSUAL \$	VALOR ANUAL \$
PUBLICIDAD, VOLANTES Y CATALOGOS	\$ 30.000	\$ 360.000
ENERGIA ELECTRICA	\$ 46.800	\$ 561.600
TELEFONO	\$ 60.000	\$ 720.000
AGUA	\$ 46.000	\$ 552.000
INTERNET	\$ 56.000	\$ 672.000
IMPLEMENTOS DE ASEO	\$ 38.000	\$ 456.000
PRIMEROS AUXILIOS	\$ 6.200	\$ 74.400
IMPLEMENTOS DE OFICINA Y PAPELERIA	\$ 138.000	\$ 1.656.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 421.000</b>	<b>\$ 5.052.000</b>

Tabla N° 11. Estructura de Capital.

Aporte inversionista, o Fondo Emprender	85.000.000
Aporte de los Emprendedores	30.000.000

## 9. ESTUDIO FINANCIERO

### 9.1 PROYECCIONES

Tabla No 12. Proyecciones a Cinco Años

Un.		2007	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Variables Macroeconómicas</b>							
Inflación	%		5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%
Devaluación	%		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
PAGG	%		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IPP	%		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Crecimiento PIB	%		6,74%	6,74%	6,74%	6,74%	6,74%
DTF T.A.	%		7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
<b>Ventas, Costos y Gastos</b>							
<b>Precio Por Producto</b>							
Precio							
Producto 1	\$ / unid.		6.724	7.060	7.413	7.784	8.173
Precio							
Producto 2	\$ / unid.		5.000	5.250	5.513	5.788	6.078
Precio							
Producto 3	\$ / unid.		3.448	3.620	3.801	3.991	4.191
Precio							
Producto 4	\$ / unid.		1.724	1.810	1.901	1.996	2.096
Precio							
Producto 5	\$ / unid.			0	0	0	0
<b>Unidades Vendidas por Producto</b>							
Ventas							
Producto 1	unid.		6.934	7.419	7.939	8.494	9.089
Ventas							
Producto 2	unid.		5.547	5.935	6.351	6.795	7.271
Ventas							
Producto 3	unid.		6.240	6.677	7.144	7.644	8.179
Ventas							
Producto 4	unid.		9.707	10.386	11.114	11.891	12.724
Ventas							
Producto 5	unid.						
<b>Total Ventas</b>							
Precio							
Promedio	\$		3.961,2	4.159,3	4.367,2	4.585,6	4.814,9
Ventas	unid.		28.428	30.418	32.547	34.826	37.263
Ventas	\$		112.609.604,0	126.516.890,1	142.141.726,0	159.696.229,2	179.418.713,5
<b>Rebajas en Ventas</b>							
Rebaja	% ventas		3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Pronto pago	\$		3.378.288	3.795.507	4.264.252	4.790.887	5.382.561
<b>Costos Unitarios Materia Prima</b>							
Costo							
Materia Prima							
Producto 1	\$ / unid.		2.400	2.568	2.748	2.940	3.146
Costo							
Materia Prima							
Producto 2	\$ / unid.		1.450	1.552	1.660	1.776	1.901
Costo							
Materia Prima							
Producto 3	\$ / unid.		545	583	624	668	714
Costo							
Materia Prima							
Producto 4	\$ / unid.		1.400	1.498	1.603	1.715	1.835
Costo							
Materia Prima							
Producto 5	\$ / unid.						

<b>Costos Unitarios Mano de Obra</b>							
Costo Mano de Obra Producto 1	\$ / unid.		512	621	754	914	1.109
Costo Mano de Obra Producto 2	\$ / unid.		307	372	452	548	665
Costo Mano de Obra Producto 3	\$ / unid.		256	311	377	457	555
Costo Mano de Obra Producto 4	\$ / unid.		102	124	150	182	221
Costo Mano de Obra Producto 5	\$ / unid.						
<b>Costos Variables Unitarios</b>							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		1.466,0	1.568,6	1.678,4	1.795,9	1.921,6
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		275,8	334,6	406,0	492,5	597,5
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		1.741,8	1.903,2	2.084,4	2.288,4	2.519,1
<b>Otros Costos de Fabricación</b>							
Otros Costos de Fabricación	\$		0	0	0	0	0
<b>Costos Producción Inventariables</b>							
Materia Prima	\$		41.675.350	47.714.108	54.627.882	62.543.463	71.606.010
Mano de Obra	\$		7.840.691	10.178.189	13.212.552	17.151.530	22.264.813
Materia Prima y M.O.	\$		49.516.041	57.892.297	67.840.434	79.694.993	93.870.824
Depreciación	\$		6.172.296	6.172.296	6.172.296	6.172.296	6.172.296
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		55.688.337	64.064.593	74.012.730	85.867.289	100.043.120
Margen Bruto	\$		50,55%	49,36%	47,93%	46,23%	44,24%
<b>Gastos Operacionales</b>							
Gastos de Ventas	\$		3.541.173	3.718.232	3.904.143	4.099.350	4.304.318
Gastos							
Administración	\$		4.692.000	4.926.600	5.172.930	5.431.577	5.703.155
Total Gastos	\$		8.233.173	8.644.832	9.077.073	9.530.927	10.007.473
<b>Capital de Trabajo</b>							
<b>Cuentas por cobrar</b>							
Rotación Cartera Clientes	días		0	0	0	0	0
Cartera Clientes	\$	0	0	0	0	0	0
Cartera Clientes (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	%		0%	0%	0%	0%	0%
Provisión Cuentas por Cobrar	\$		-	-	-	-	-
Provisión Período	\$		-	-	-	-	-

<b>Inventarios</b>							
Invent. Prod.							
Final Rotación	días costo		10	10	10	10	10
Invent. Prod. Final	\$	0	1.546.898	1.779.572	2.055.909	2.385.202	2.778.976
Invent. Prod. Final Variación	\$		-1.546.898	-232.674	-276.337	-329.293	-393.773
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		1	1	1	1	1
Invent. Prod. Proceso	\$	0	77.345	177.957	205.591	238.520	277.898
Invent. Prod. Proceso Variación	\$		-77.345	-100.612	-27.634	-32.929	-39.377
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		2	2	2	2	2
Invent. Materia Prima	\$	0	231.530	265.078	303.488	347.464	397.811
Invent. Materia Prima Variación	\$		-231.530	-33.549	-38.410	-43.975	-50.347
Total Inventario	\$		1.855.773	2.222.608	2.564.988	2.971.186	3.454.684
<b>Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar</b>							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar (Var.)	\$		0	0	0	0	0
<b>Gastos Anticipados</b>							
Gastos Anticipados	\$	0	0	0	0	0	0
Acreeedores Gastos Anticipados (Var.)	\$		0	0	0	0	0
<b>Cuentas por Pagar</b>							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		30	30	30	30	30
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	4.126.337	4.824.358	5.653.370	6.641.249	7.822.569
Cuentas por Pagar Proveedores (Var.)	\$		4.126.337	698.021	829.011	987.880	1.181.319
Acreeedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreeedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos (Var.)	\$		0	0	0	0	0

<b>Activos iniciales</b>							
<b>Terrenos</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
<b>Construcciones y Edificios</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0
Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0
<b>Maquinaria y Equipo</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0
Depreciación acum.	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0
<b>Muebles y Enseres</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0
Depreciación acum.	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0

<b>Equipo de Transporte</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0
Depreciación acum.	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0
<b>Equipo de Oficina</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0
Depreciación acum.	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0
<b>Semovientes pie de Cría</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Amortización Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Amortización acumulada	\$		0	0	0	0	0
Amortización acum.	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0
<b>Cultivos Permanentes</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0	0	0
Amortización Período	\$		0	0	0	0	0
Axi Amortización acumulada	\$		0	0	0	0	0
Amortización acum.	\$		0	0	0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0	0	0
<b>Inversiones (Inicio Período)</b>							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	0	48.000.000	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	0	2.100.000	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	0	3.100.000	0	0	0	0
Semovientes pie de Cría	\$	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes		0	0	0	0	0	0
Total Inversión	\$		53.200.000	0	0	0	0

<b>Otros Activos</b>							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Variación			0	0	0	0	0
<b>Impuestos</b>							
<b>Renta</b>							
Patrimonio	\$	30.000.000	59.727.185	89.262.239	121.623.448	156.741.882	194.464.532
Renta Presuntiva sobre patrimonio liquido	%		4,00%	4,30%	4,50%	5,00%	5,30%
Renta Presuntiva	\$		1.200.000	2.568.269	4.016.801	6.081.172	8.307.320
Renta Liquida	\$		48.336.886	50.011.958	54.787.671	59.507.126	63.985.559
Renta Presuntiva	%		38,50%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%
Impuesto Renta	\$		18.609.701	17.504.185	19.175.685	20.827.494	22.394.946
Impuestos por Pagar	\$		18.609.701	17.504.185	19.175.685	20.827.494	22.394.946
Pago de Impuesto Renta	\$		0	18.609.701	17.504.185	19.175.685	20.827.494
<b>Estructura de Capital</b>							
Capital Socios	\$	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	23.200.000	23.200.000	23.200.000	23.200.000	23.200.000	23.200.000
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0
<b>Patrimonio</b>							
Capital Social	\$	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Reserva Legal Periodo	\$		0	2.972.718	3.250.777	3.561.199	3.867.963
Reserva Legal Acumulada	\$		0	2.972.718	6.223.496	9.784.694	13.652.658
Utilidades Retenidas	\$		0	23.781.748	49.787.966	78.277.555	109.221.261
Utilidades del Ejercicio	\$		29.727.185	32.507.773	35.611.986	38.679.632	41.590.613
Base Revalorización	\$	30.000.000	30.000.000	56.754.466	86.011.462	118.062.249	152.873.918
Revalorización patrimonio periodo	\$		0	0	0	0	0
Revalorización patrimonio acumulado	\$		0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	\$						
<b>Dividendos</b>							
Utilidades Rep	\$		-	26.754.466	53.038.743	81.838.754	113.089.224
Dividendos	%		10%	10%	10%	10%	10%
Dividendos	\$		-	2.972.718	3.250.777	3.561.199	3.867.963

Tabla Nº 13 Balance General

BALANCE GENERAL						
Activo Corriente	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Efectivo	53.200.000	53.752.666	88.685.687	129.377.322	172.901.543	219.061.762
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Inventarios		0	0	0	0	0
Materias Primas e Inventarios de Producto en	0	231.530	265.078	303.488	347.464	397.811
Inventarios Producto	0	77.345	177.957	205.591	238.520	277.898
Anticipos y Otras Cuentas por Gastos	0	1.546.898	1.779.572	2.055.909	2.385.202	2.778.976
Amortización Acumulada Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>53.200.000</b>	<b>55.608.439</b>	<b>90.908.295</b>	<b>131.942.310</b>	<b>175.872.729</b>	<b>222.516.446</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada Planta Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Depreciación Acumulada	0	50.731.200	50.731.200	50.731.200	50.731.200	50.731.200
Maquinaria y Equipo de Depreciación Acumulada	0	-5.073.120	-10.146.240	-15.219.360	-20.292.480	-25.365.600
Muebles y Depreciación Acumulada	0	2.219.490	2.219.490	2.219.490	2.219.490	2.219.490
Muebles y Enseres Neto	0	-443.898	-887.796	-1.331.694	-1.775.592	-2.219.490
Equipo de Transporte	0	1.775.592	1.331.694	887.796	443.898	0
Equipo de Transporte Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	0	3.276.390	3.276.390	3.276.390	3.276.390	3.276.390
Equipo de Oficina Depreciación Acumulada	0	-655.278	-1.310.556	-1.965.834	-2.621.112	-3.276.390
Equipo de Oficina Neto	0	2.621.112	1.965.834	1.310.556	655.278	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0

Interpretación: Se observa que en el activo circulante el efectivo se incrementa de manera rápida, indicando que se debe realizar una expansión mercado en el segundo año.

### 9.3 ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS.

Tabla. No 14 Estado de Resultados Proyectado.

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Ventas	112.609.604	126.516.890	142.141.726	159.696.229	179.418.713
Devoluciones y rebajas en ventas	3.378.288	3.795.507	4.264.252	4.790.887	5.382.561
Materia Prima, Mano de Obra	49.516.041	57.892.297	67.840.434	79.694.993	93.870.824
Depreciación	6.172.296	6.172.296	6.172.296	6.172.296	6.172.296
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>53.542.979</b>	<b>58.656.790</b>	<b>63.864.744</b>	<b>69.038.053</b>	<b>73.993.032</b>
Gasto de Ventas	3.541.173	3.718.232	3.904.143	4.099.350	4.304.318
Gastos de Administracion	4.692.000	4.926.600	5.172.930	5.431.577	5.703.155
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>45.309.806</b>	<b>50.011.958</b>	<b>54.787.671</b>	<b>59.507.126</b>	<b>63.985.559</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	3.027.080	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	3.027.080	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>48.336.886</b>	<b>50.011.958</b>	<b>54.787.671</b>	<b>59.507.126</b>	<b>63.985.559</b>
Impuestos (35%)	18.609.701	17.504.185	19.175.685	20.827.494	22.394.946
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>29.727.185</b>	<b>32.507.773</b>	<b>35.611.986</b>	<b>38.679.632</b>	<b>41.590.613</b>

Interpretación Estados de resultado proyectados: la utilidad del 4 año sube debido a que se logra importar directamente la materia prima a un costo más bajo.

#### 9.4 FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS.

Tabla N° 15. Flujo de Caja Proyectados

FLUJO DE CAJA						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Utilidad Operacional		45.309.806	50.011.958	54.787.671	59.507.126	63.985.559
Depreciaciones		6.172.296	6.172.296	6.172.296	6.172.296	6.172.296
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-18.609.701	-17.504.185	-19.175.685	-20.827.494
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>51.482.102</b>	<b>37.574.553</b>	<b>43.455.781</b>	<b>46.503.738</b>	<b>49.330.361</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		-231.530	-33.549	-38.410	-43.975	-50.347
Variación Inv. Prod. En Proceso		-77.345	-100.612	-27.634	-32.929	-39.377
Variación Inv. Prod. Terminados		-1.546.898	-232.674	-276.337	-329.293	-393.773
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		4.126.337	698.021	829.011	987.880	1.181.319
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	2.270.564	331.187	486.631	581.682	697.821
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	-48.000.000	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	-2.100.000	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	-3.100.000	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0

Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	0	-53.200.000	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>0</b>	<b>-50.929.436</b>	<b>331.187</b>	<b>486.631</b>	<b>581.682</b>	<b>697.821</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	23.200.000					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	-2.972.718	-3.250.777	-3.561.199	-3.867.963
Capital	30.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>53.200.000</b>	<b>0</b>	<b>-2.972.718</b>	<b>-3.250.777</b>	<b>-3.561.199</b>	<b>-3.867.963</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>53.200.000</b>	<b>552.666</b>	<b>34.933.021</b>	<b>40.691.635</b>	<b>43.524.221</b>	<b>46.160.219</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>53.200.000</b>	<b>53.752.666</b>	<b>88.685.687</b>	<b>129.377.322</b>	<b>172.901.543</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>53.200.000</b>	<b>53.752.666</b>	<b>88.685.687</b>	<b>129.377.322</b>	<b>172.901.543</b>	<b>219.061.762</b>

Interpretación flujo de caja proyectada: El proyecto cuenta con suficiente liquidez, debido a que no contempla una expansión de bodega y maquinaria.

## 9.5 INDICADORES O SALIDAS.

Tabla No. 15 Indicadores o Salidas

Supuestos Macroeconómicos	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Variación Anual IPC		5,69%	5,69%	5,69%	5,69%	5,69%
Devaluación		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Variación PIB		6,74%	6,74%	6,74%	6,74%	6,74%
DTF ATA		7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
<b>Supuestos Operativos</b>						
Variación precios		N.A.	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%
Variación costos de producción		N.A.	15,0%	15,5%	16,0%	16,5%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		30	30	30	30	30
Rotación inventarios (días)		12	12	12	12	12
<b>Indicadores Financieros Projectados</b>						
Liquidez - Razón Corriente		2,45	4,07	5,31	6,40	7,36
Prueba Acida		2	4	5	6	7
Rotacion cartera (días),		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		5,9	6,3	6,5	6,7	6,9
Rotacion Proveedores (días)		26,7	27,1	27,5	27,8	28,1
Nivel de Endeudamiento Total		43,5%	33,8%	28,3%	24,4%	21,5%
Concentración Corto Plazo		0	0	1	1	1
Ebitda / Gastos Financieros		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional		40,2%	39,5%	38,5%	37,3%	35,7%
Rentabilidad Neta		26,4%	25,7%	25,1%	24,2%	23,2%
Rentabilidad Patrimonio		49,8%	36,4%	29,3%	24,7%	21,4%
Rentabilidad del Activo		28,1%	24,1%	21,0%	18,6%	16,8%
<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>						
Flujo de Caja Projectado y rentabilidad. Cifras en Miles de Pesos						
Flujo de Operación		51.482.102	37.574.553	43.455.781	46.503.738	49.330.361
Flujo de Inversión	-53.200.000	-50.929.436	331.187	486.631	581.682	697.821
Flujo de Financiación	53.200.000	0	-2.972.718	-3.250.777	-3.561.199	-3.867.963
Flujo de caja para evaluación	-53.200.000	552.666	37.905.740	43.942.412	47.085.419	50.028.182
Tasa de descuento Utilizada		20%	20%	20%	20%	20%
Flujo de caja descontado	-53.200.000	460.555	31.588.117	36.618.677	39.237.849	41.690.152

<b>Criterios de Decisión</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la	20%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	43,32%
VAN (Valor actual neto)	41.825.915
PRI (Periodo de recuperación de	1,48
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta	43,61%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (	24 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (	36 mes

Interpretación: El proyecto es viable dado que la TIR es de 43.32% Y el VAN de 41.825.915 siendo ambos positivos a una Tasa de Rendimiento del emprendedor de 20% y una tasa de descuento de 20% lo cual hace financieramente el proyecto viable.

## 10 PLAN OPERATIVO

### 10.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Cuadro N° 20. Cronograma de Actividades Año 1

MES	DIA	ACTIVIDAD
Enero	14	Constitución, pago licencias y Registros, cámara de comercio
	15	Pago arriendo local anticipado
	22	Contacto maquinaria y equipo
Febrero	13	Compra de materia prima
	20	Pago Anticipo del horno
Marzo	13	Reunión personal de la empresa
	27	Visita personal registro sanitario
	27	Primer lanzamiento del producto al mercado
	31	Análisis del comportamiento del producto en el mercado
Abril	4	Capacitación al personal de producción y ventas
		Visita proveedores extranjeros
	15	Capacitación de riesgos profesionales y pago salarios

	22	Mantenimiento de equipos
Mayo	4	Ferial laboral
	15	Pago Salarios administrativos
Junio	08	Reunión personal internos informes de ventas y producción
	15	Pago de primas

## 10.2 Metas Sociales

### 10.2.1 Metas sociales del Plan de Negocios

Las metas sociales del presente proyecto pretenden alcanzar, el Crecimiento económico, Generación de empleo, Competitividad del mercado, Promoción de la salud, Sostenibilidad Ambiental y Oportunidad laboral.

*Plan Nacional de Desarrollo.*

Fortalecer el conocimiento alimenticio, resaltando las propiedades del maní y ajonjolí, con estos productos se mostrara una de las diferentes presentaciones de este alimento. Mostrando así las proteínas y vitaminas de este producto, estableciendo las maneras mas adecuadas de explotar estas riquezas alimenticias.

Con este plan de negocios de la mantequilla de maní y ajonjolí, busca aumentar el consumo del maní y ajonjolí en la ciudad de Medellín y luego a nivel nacional, teniendo en cuenta a la vez la producción de este alimento; por tanto su elaboración esta apoyada en los objetivos y estrategias de los planes de desarrollo Nacional, Departamental y Municipal los cuales contemplan lo siguiente:

El Plan Nacional de Desarrollo 2006 – 2010 “Estado Comunitario: Desarrollo para Todos” presenta dentro de sus contenidos información de el área de la salud, por esto con miras a apoyar el avance de iniciativas empresariales, este propone la exploración de nuevos instrumentos económicos y financieros, y el fortalecimiento de los mecanismos existentes que tengan por objetivo la dinamización de los mercados verdes.

Para el alcance de este objetivo el actual gobierno busca promover empresas que promueven la salud.

En [síntesis](#), el nuevo [modelo](#) de consumo alimentario, especialmente de productos ornamentales, se pueden definir como aquel que responde a las nuevas pautas sociales de un [mercado](#) segmentado horizontal y verticalmente, demandando la incorporación al producto de una serie de características y [valores](#) añadidos, especialmente los relacionados con la calidad, [seguridad](#), naturalidad, diferenciación, accesibilidad, oportunidad y conveniencia.

### **10.2.2 Plan Regional de Desarrollo**

El Plan de Desarrollo de Antioquia “Antioquia para Todos. Manos a la Obra” propone mejorar los entornos sicosociales, lograr estilos y comportamientos de vida saludables; mejorar las condiciones sanitarias y ocupacionales que afectan la salud de la población; el acceso y la calidad de los servicios de salud y fortalecer la capacidad de los actores del Sistema General de Seguridad en Salud –SGSSS- para asumir las competencias, con el objeto de mejorar la situación nutricional, la seguridad sanitaria y ambiental, la seguridad en el trabajo y disminuir las enfermedades de origen laboral; y fortalecer la gestión para el desarrollo operativo y funcional de la salud pública.<sup>9</sup>

Lo anterior, se concluye que los planes de Desarrollo Nacional, Departamental y Municipal favorecen a la salud como una alternativa para el desarrollo

---

<sup>9</sup> Fuente: <http://www.antioquia.gov.co/plandesarrollo/salud>

económico de las regiones. Así mismo, se impulsará el desarrollo del sector agrícola vegetal de la ciudad de Medellín en especial la comuna 9, con la implementación de tecnologías limpias, con el objetivo de lograr desarrollo sostenible, mediante la conservación del medio ambiente (suelo, agua,), la salud de los trabajadores y del consumidor de la mantequilla de maní y ajonjolí.

Con el montaje de la Empresa productora y Comercializadora de mantequilla de maní y ajonjolí en el valle de aburra Medellín, se genera en los emprendedores un reto de renovación de las variedades y las plantaciones, así como la penetración y conquista de nuevos mercados aún inexplorados

Los trámites pre operativos del proyecto son pocos y fáciles de realizar debido a la naturaleza de la empresa. La comercialización de la mantequilla de maní es rentable, en un análisis a 4 años. Y posee viabilidad técnica, económica, financiera, legal, social y ambiental.

### **10.2.3 Cluster o Cadena Productiva**

Los clusters son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas que actúan en determinado campo.<sup>10</sup>

La empresa LA MIES S.A.S se ubica en el Cluster de alimentos el cual es promovido por la Alcaldía de Medellín, la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia y se define como “La concentración geográfica regional en

---

<sup>10</sup> Fuente: Michael Porter (1999), The Competitive Advantage of Nations. Pag. 213

Medellín y Antioquia de empresas e instituciones especializadas y complementarias en la actividad de alimentación y nutrición, entre otros. las cuales interactúan entre sí creando un clima de negocios en el que todos pueden mejorar su desempeño, competitividad y rentabilidad; construyendo tejido empresarial, institucional y social para que la actividad progrese bajo los mejores estándares nacionales.<sup>11</sup>.

El anterior *Clusters* se selecciona por cumplir con los siguientes criterios:

- Participación en la economía de la región
- capacidad para fortalecer la demanda interna

Dado lo anterior los emprendedores determinan que el hacer parte del cluster de alimentos permitirá a la empresa la Mies S.A.S desarrollar un entorno más favorable. Para pertenecer a este cluster de alimentos debe de estar legalmente constituida y contar con Registro Público Mercantil, registro sanitario, registro invima y de Industria y Comercio.

---

<sup>11</sup> Fuente: <http://www.camaramed.org.co>

#### **10.2.4 Empleo**

En este proyecto se requiere de personal altamente calificado, con experiencia en productos de alimentos para el buen desempeño de las diferentes labores de la empresa se necesitara el siguiente personal: 1 gerente, 1 contador staff, 1 jefe de producción, 1 asistente administrativa 1 vendedor, 1 bodeguero, 1 en servicios varios , 1 operario, en total serian 8 personas capacitadas.

#### **10.2.5 Efecto sobre los Negocios**

La empresa La Mies S.A.S creara fuentes de ingreso muy importante para los negocios cercanos, apoyándolos a través de la compra de algunos insumos que incentivará el crecimiento de las mismas; entre los sectores mayormente beneficiados se encuentra el sector Comercial como: clubes sociales y deportivos, restaurantes, cafeterías, heladerías y fuentes de soda, productos agrícolas vegetal, etc.

#### **10.2.6 Efecto sobre las familias**

Para la elaboración o proceso de producción se tendrá presente como primera medida el personal capacitado y en según lugar las personas estudiantes de la corporación universitaria adventista, es decir estaríamos afectando a un total de 5 familias no podríamos cuantificar la influencia en el desarrollo de las actividades producción del producto y se estima que se

crearan empleos indirectos en actividades como la entrega de publicidad, sistema de entrega de pedidos.

Todas las familias involucradas en la nueva oferta laboral se verán beneficiadas gracias a que el empleo incentivará una mejor calidad de vida y al contar con trabajo seguro y un buen ambiente laboral se logrará mayor estabilidad en las familias.

#### **10.2.7 Efecto sobre la comunidad**

El mensaje que deseamos lograr en la comunidad: Será el sentido de la vida sana y la buena alimentación de cada uno de los miembros del hogar. Ofreciéndoles un nuevo producto con muchos suplementos vitamínicos y a la vez una manera mas extrovertida de consumo de este alimento. Por otro lado la empresa necesitara en su planta de producción los siguientes servicios de carácter básico: agua potable. Energía eléctrica, alcantarillado y el servicio sanitario

## 11 IMPACTO DEL PROYECTO

### 11.1 IMPACTO ECONOMICO, REGIONAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

El impacto social de la mantequilla de maní y ajonjolí de estas características en el valle de aburra, es beneficioso porque genera empleo a población joven estudiantes, entre los 19 y 30 años, mediante la utilización de mano de obra indirecta, determinada en 48 horas semanales, teniendo en cuenta la extensión de la producción se hablaría de 192 horas mensuales. Además, se crean empleos directos para profesionales en áreas como: ciencias contables, ingeniería de alimentos y Administración de Empresas.

Propende por el desarrollo del sector agrícola vegetal, al implementar tecnología y buenas prácticas agrícolas en el transformación del maní y el ajonjolí, sirviendo como ejemplo e inspiración a otros productores de la zona.

Con el montaje de la Empresa productora y Comercializadora de la mantequilla de maní y ajonjolí en la ciudad de Medellín, se genera un impacto social positivo que radica en los siguientes puntos:

La [motivación](#) para la creación de [empresas](#) industriales en una región donde el [comercio](#) es la actividad predominante.

La generación de empleos directos e indirectos.

Se ofrecerá a los países un producto alternativo a otros tipos de alimentos, transformados en la región, demostrando que en Medellín existen buenas oportunidades de [negocios](#), el personal capacitado, los conocimientos necesarios y la [tecnología](#) necesaria para explotarla.

## 11.2 IMPACTO AMBIENTAL

El [impacto ambiental](#) positivo que genera la puesta en marcha de este proyecto consiste en la [promoción](#) y aumento en el aprovechamiento de los granos secos reduciendo de esta forma las pérdidas en época de cosechas abundantes. Así mismo se contribuirá reutilizando los desperdicios sólidos orgánicos correspondientes a la porción de la cascara del maní utilizada para abono.

Algunas actividades que la empresa adelantará y que ayudan a disminuir el impacto ambiental de la explotación agrícola vegetal y generar un desarrollo sostenible son.

Cuadro N° 21 Impacto Ambiental.

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	UTILIDAD/IMPACTO AMBIENTAL
Utilización de materia orgánica (cascara) generada en el proceso de producción para la obtención de abono orgánico. Reciclaje de material inorgánico.	Disminución de la contaminación por desperdicios y materiales inorgánicos de difícil descomposición.

## 12 CONCLUSIONES

Se concluye que el montaje de una Empresa productora y Comercializadora de mantequilla de maní y ajonjolí en la ciudad de Medellín es factible desde el punto de vista comercial, técnico, social y que es viable económicamente para los inversionistas.

El punto crítico es que el material biológico, que son los alimentos, nunca es completamente homogéneo y tiende a comportarse de manera diferente debido a que es diferente su composición inicial, cantidad y características que posee. Por todo lo anterior es definitivo combinar unas buenas condiciones de proceso, equipos adecuados y experiencia con los productos a procesar.

En síntesis, el nuevo modelo de consumo alimentario, especialmente de productos agrícola vegetal, se pueden definir como aquel que responde a las nuevas pautas sociales de un mercado segmentado horizontal y verticalmente, demandando la incorporación al producto de una serie de características y valores añadidos, especialmente los relacionados con la calidad, seguridad, naturalidad, diferenciación, accesibilidad, oportunidad y conveniencia.

Por el contrario, el precio deja de ser un factor determinante exclusivo debido tanto al incremento de la productividad y de la renta disponible, lo que se traduce en que este aumento de la capacidad adquisitiva adicional se puede destinar a la adquisición de calidad y valores agregados, que solo se reflejan parcialmente en el precio final del producto. Se concluye que la demanda siempre va a existir porque los productos elaborados por la Empresa productora y Comercializadora de mantequilla de maní y ajonjolí LA MIES S.A.S son de tipo alimenticio.

Los granos secos son productos de la canasta familiar destinados a la alimentación como granos, modificada ó procesada artesanal ó industrialmente.

Es necesario continuar trabajando sobre las condiciones que permitan crear una cultura agrícola vegetal para fortalecer la capacidad competitiva nacional.

### **13. RECOMENDACIONES.**

- Se recomienda desarrollar el proyecto en el menor tiempo posible debido a las condiciones cambiantes del mercado.
- El financiamiento debe ser de un 30% por parte de los emprendedores y de un 70% capital externo.
- Incrementar el área del mercado por lo menos en todas las comunas de Medellín y sus Municipios aledaños para hacer una empresa competitiva a nivel nacional y en futuro empezar con las exportaciones.
- Buscar alternativas en la distribución del producto ya que su capacidad no cumplirá con la entrega inmediata para cuando estén posesionados en toda la ciudad de Medellín.
- Debido a que el país está en un proceso de firmar un TLC se hace necesario buscar nuevos mercados nacionales e internacionales, prefiriendo los más cercanos a nuestro país debido a sus beneficios económicos facilidad de transporte.

## 14. BIBLIOGRAFIA

- BACA, Guillermo. Evaluación Financiera de Proyectos.1 ed. Bogotá. Fondo Educativo Panamericano.2004; 291p.
- BACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. McGRAW-HILL México 1987; 252 p.
- DIAZ, Hernando. Contabilidad General: Enfoque Práctico con Aplicaciones Informáticas. 1ª ed. Prentice Hall. Bogotá Colombia 2001; 408 p.
- LEGIS, editor. Cartilla Laboral Actualizada. Bogotá Legis S.A. 2004; 169 p.
- MENDEZ, Rafael. Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoque para Emprendedores. 3ª ed. Quebecor World. Colombia 2005; 305 p.
- RODRIGUEZ, Rafael. El Emprendedor de Éxito: guía de Planes de Negocios. 2 ed. México. Mc. Graw Hill. 2004; 323 p.
- VARELA, Villegas Rodrigo .Evaluación Económica de Inversiones. Editorial Norma S.A. Colombia Bogotá D.C. 1989; 512, 513 p.
- ZAPATA, Guerrero Edgar Enrique. Investigación de Mercados Guía Práctica. Editorial UPTC. 286 p.
- Michael Porter (1999), The Competitive Advantage of Nations. Pag. 213

## 15. ANEXOS

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA MANTEQUILLA DE MANI Y AJONJOLI MEDELLIN**

#### **ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA LA MANTEQUILLA DE MANI Y AJONJOLI.**

Señores consumidores de los productos elaborados a base de Maní y ajonjolí; cordial saludo la presente encuesta tiene como objetivo servir de material académico para el desarrollo de un trabajo de grado denominado plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de producto elaborados con base en Maní y ajonjolí ,. Agradecemos su sinceridad y certificamos la reserva de la información.

**OBJETIVO:** Identificar posibilidades mercadotécnicas para los productos elaborados a base de Maní y ajonjolí. La producción será bajo el uso de BPM, así como las exigencias y características que debe poseer el producto para incursionar en el mercado.

1. ¿Consume usted actualmente productos elaborados con base en maní y ajonjolí?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_

2. ¿Qué productos consume con base en Maní y Ajonjolí?

a) Maní confitado \_\_\_\_\_ b) Ajonjolí descortezado \_\_\_\_\_

c) Maní salado \_\_\_\_\_ d) Ajonjolí natural \_\_\_\_\_

e) Otros \_\_\_\_\_

3. ¿Consumiría usted mantequilla de Maní y Ajonjolí?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_

4. ¿Porque consume usted la mantequilla de Maní y Ajonjolí?

- a) Por salud \_\_\_\_\_                      b) Nutrición \_\_\_\_\_  
c) Dieta \_\_\_\_\_                              d) Gusto \_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es su producto de preferencia?

- a) Mantequilla de Maní \_\_\_\_\_                      b) Mantequilla de Ajonjolí

6. ¿Qué presentaciones le gustaría encontrar en el mercado de la mantequilla de Maní y Ajonjolí?

- a) 100 gr \_\_\_\_\_                              b) 250 gr \_\_\_\_\_  
c) 300 gr \_\_\_\_\_                              d) 500 gr \_\_\_\_\_

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como tope máximo por el consumo de Mantequilla de Maní y Mantequilla de Ajonjolí?

- a) 2000 – 4000 \_\_\_\_\_                              b) 5000 – 7000 \_\_\_\_\_  
b) 8000 – 10000 \_\_\_\_\_                              c) 11000 en adelante \_\_\_\_\_

8. ¿Con que frecuencia usted compra la mantequilla de Maní y Ajonjolí?

- a) 1 vez por semana \_\_\_\_\_                              b) 2 veces por semana \_\_\_\_\_  
c) 1 vez al mes \_\_\_\_\_                              d) 2 veces por mes \_\_\_\_\_

9. ¿En qué punto de venta usted tiene la facilidad de adquirir el producto?

- a) Tienda naturista \_\_\_\_\_                              b) Supermercados \_\_\_\_\_

c) Mini mercados \_\_\_\_\_

d) Almacén de cadena \_\_\_\_\_

10. ¿Qué marca de mantequilla consume a menudo?

a) Manitoba \_\_\_\_\_

b) JIF \_\_\_\_\_

c) Frigorífico de la Costa "Al fresco" \_\_\_\_\_

d) Otro \_\_\_\_\_

NOMBRE ENCUESTADO \_\_\_\_\_

CARGO \_\_\_\_\_ DIRECCION \_\_\_\_\_

TELEFONO \_\_\_\_\_

SEXO \_\_\_\_\_ EDAD \_\_\_\_\_

## Descripción nutricional Mantequilla de Maní.

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 500 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)
Porciones por envase	30
Cantidad por porción	
Calorías 90	Calorías de la grasa 70
	% Valor Diario*
Grasa total 8g	12%
Grasa saturada 1g	5%
Colesterol 0	0%
Sodio 65 mg	3%
Potasio 105 mg	3%
Carbohidratos totales 3g	1%
Fibra dietética 1g	4%
Azúcares 1g	
Proteínas 4g	8%
Vit.B1 4%, B2 2%, B6 2%, Vit.E10%, Niacina 10%, Calcio 2%, Hierro 2%, Fosforo 6%.	
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 2000 calorías.	

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 250 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)
Porciones por envase	15
Cantidad por porción	
Calorías 90	Calorías de la grasa 70
	% Valor Diario*
Grasa total 8g	12%
Grasa saturada 1g	5%
Colesterol 0	0%
Sodio 65 mg	3%
Potasio 105 mg	3%
Carbohidratos totales 3g	1%
Fibra dietética 1g	4%
Azúcares 1g	
Proteínas 4g	8%
Vit.B1 4%, B2 2%, B6 2%, Vit.E10%, Niacina 10%, Calcio 2%, Hierro 2%, Fosforo 6%.	
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 2000 calorías.	

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 300 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)
Porciones por envase	18
Cantidad por porción	
Calorías 90	Calorías de la grasa 60
	% Valor Diario*
Grasa total 7g	11%
Grasa saturada 1g	5%
Colesterol 0	0%
Sodio 15 mg	1%
Potasio 100 mg	3%
Carbohidratos totales 4g	1%
Fibra dietética 1g	4%
Azúcares 1g	
Proteínas 4g	8%
Vit.B1 2%, Vit.B6 2%, Vit.E10%, Niacina 15%, Hierro 2%, Fosforo 2%.	
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 200 calorías.	

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 100 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)
Porciones por envase	6
Cantidad por porción	
Calorías 90	Calorías de la grasa 70
	% Valor Diario*
Grasa total 4g	8%
Grasa saturada 1g	5%
Colesterol 0	0%
Sodio 45mg	2%
Potasio 105 mg	3%
Carbohidratos totales 2g	1%
Fibra dietética 1g	3%
Azúcares 1g	
Proteínas 4g	8%
Vit.B1 4%, B2 2%, B6 2%, Vit.E10%, Niacina 10%, Calcio 2%, Hierro 2%, Fosforo 6%.	
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 2000 calorías.	

## Descripción Nutricional Mantequilla de Maní.

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 500 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)	
Porciones por envase	30	
Cantidad por porción		
Calorías 90	Calorías de la grasa 70	
	% Valor Diario*	
Grasa total 8g	12%	
Grasa saturada 1g	5%	
Colesterol 0	0%	
Sodio 65 mg	3%	
Potasio 105 mg	3%	
Carbohidratos totales 3g	1%	
Fibra dietética 1g	4%	
Azúcares 1g		
Proteínas 4g	8%	
Vit.B1 4%, B2 2%, B6 2%, Vit.E10%, Niacina 10%, Calcio 2%, Hierro 2%, Fosforo 6%.		
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 2000 calorías.		

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 250 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)	
Porciones por envase	15	
Cantidad por porción		
Calorías 90	Calorías de la grasa 70	
	% Valor Diario*	
Grasa total 8g	12%	
Grasa saturada 1g	5%	
Colesterol 0	0%	
Sodio 65 mg	3%	
Potasio 105 mg	3%	
Carbohidratos totales 3g	1%	
Fibra dietética 1g	4%	
Azúcares 1g		
Proteínas 4g	8%	
Vit.B1 4%, B2 2%, B6 2%, Vit.E10%, Niacina 10%, Calcio 2%, Hierro 2%, Fosforo 6%.		
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 2000 calorías.		

### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 300 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)	
Porciones por envase	18	
Cantidad por porción		
Calorías 90	Calorías de la grasa 60	
	% Valor Diario*	
Grasa total 7g	11%	
Grasa saturada 1g	5%	
Colesterol 0	0%	
Sodio 15 mg	1%	
Potasio 100 mg	3%	
Carbohidratos totales 4g	1%	
Fibra dietética 1g	4%	
Azúcares 1g		
Proteínas 4g	8%	
Vit.B1 2%, Vit.B6 2%, Vit.E10%, Niacina 15%, Hierro 2%, Fosforo 2%.		
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 200 calorías.		

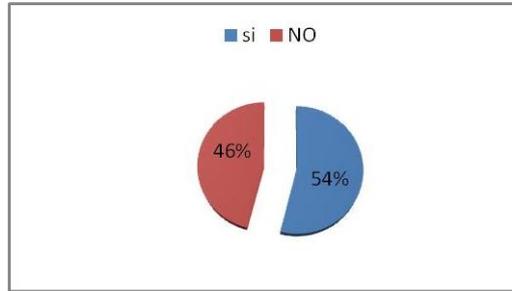
### MANTEQUILLA DE MANÍ LA MIES ENVASES 100 GS INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Tamaño por porción	1 cucharada (16g)	
Porciones por envase	6	
Cantidad por porción		
Calorías 90	Calorías de la grasa 70	
	% Valor Diario*	
Grasa total 4g	8%	
Grasa saturada 1g	5%	
Colesterol 0	0%	
Sodio 45mg	2%	
Potasio 105 mg	3%	
Carbohidratos totales 2g	1%	
Fibra dietética 1g	3%	
Azúcares 1g		
Proteínas 4g	8%	
Vit.B1 4%, B2 2%, B6 2%, Vit.E10%, Niacina 10%, Calcio 2%, Hierro 2%, Fosforo 6%.		
*Porcentaje de Valores Diarios basados en una dieta de 2000 calorías.		

## TABULACION DE LA ENCUESTA

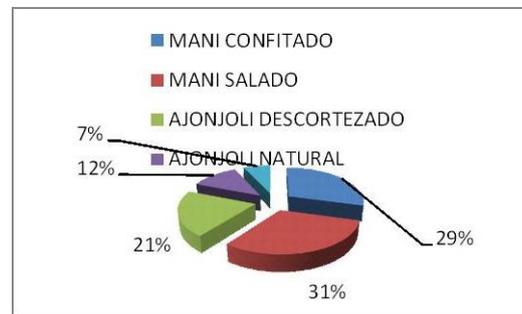
1. ¿Consumen usted actualmente productos elaborados con base en maní y ajonjolí?

SI	27
NO	23



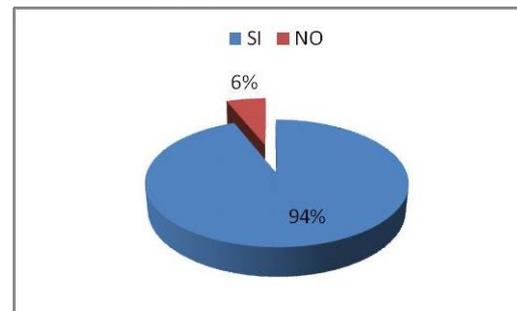
2. ¿Qué productos consume con base en Maní y Ajonjolí?

MANI CONFITADO	17
MANI SALADO	18
AJONJOLI DESCORTEZADO	12
AJONJOLI NATURAL	7
OTROS	4



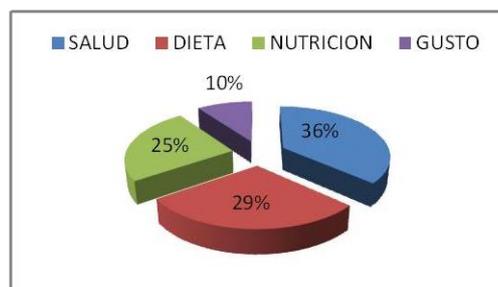
3. ¿Consumiría usted mantequilla de Maní y Ajonjolí?

SI	47
NO	3



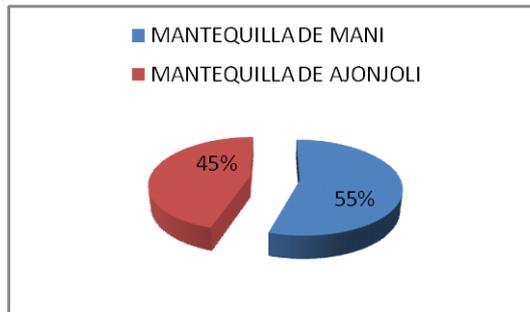
4. ¿Porque consume usted la mantequilla de Maní y Ajonjolí?

SALUD	37
DIETA	29
NUTRICION	25
GUSTO	10



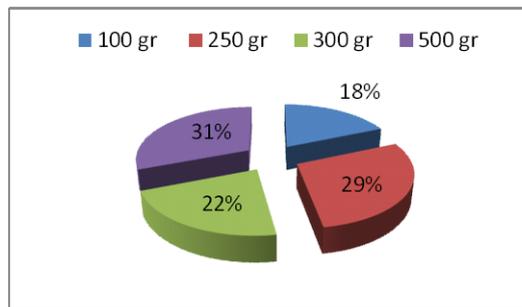
5. ¿Cuál es su producto preferencia?

MANTEQUILLA DE MANI	34
MANTEQUILLA DE AJONJOLI	28



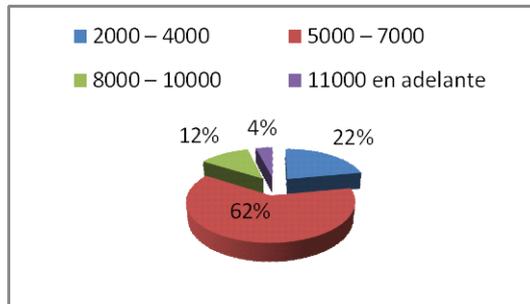
6. ¿Qué presentaciones le gustaría encontrar en el mercado de la mantequilla de Maní y Ajonjolí?

100 gr	18
250 gr	28
300 gr	21
500 gr	30



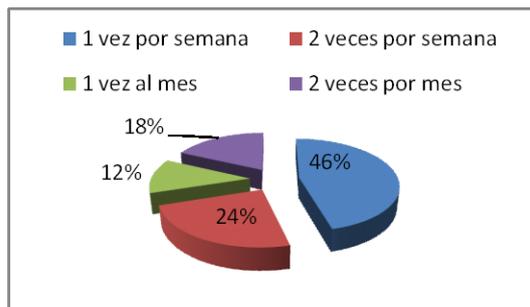
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar como tope máximo por el consumo de Mantequilla de Maní y Mantequilla de Ajonjolí?

2000 – 4000	11
5000 – 7000	31
8000 – 10000	6
11000 en adelante	2



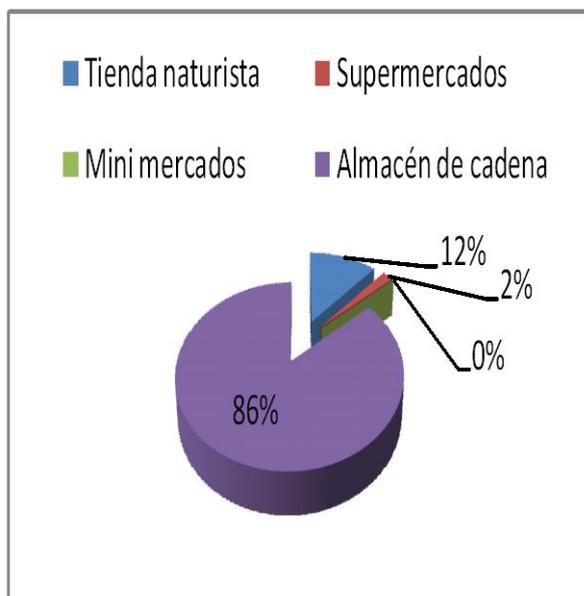
8. ¿Con qué frecuencia usted compra la mantequilla de Maní y Ajonjolí?

1 vez por semana	23
2 veces por semana	12
1 vez al mes	6
2 veces por mes	9



9. ¿En qué punto de venta usted tiene la facilidad de adquirir el producto?

Tienda naturista	6
Supermercado	1
Mini mercado	0
Almacén de c	44



10. ¿Qué marca de mantequilla consume a menudo?

MANITOBA	15
JIF	26
FRIGORIFICO	3
OTRA	6

