

	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS		CÓDIGO	FO-GS-15	
			VERSIÓN	02	
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN			FECHA	03/04/2017
				PÁGINA	1 de 1
ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ	
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad	

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S) Liliana María APELLIDOS: Peñaranda Cáceres

FACULTAD: Ciencias Empresariales

PLAN DE ESTUDIOS: Administración de Empresas

DIRECTOR:

NOMBRE(S): Francisco Esteban APELLIDOS: Rodríguez

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE GERMINADOS EN LA CIUDAD DE CUCUTA

El proyecto tiene como objetivo estudiar la factibilidad de creación de una empresa comercializadora de productos germinados en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, para contribuir al fortalecimiento de la actividad gastronómica en la región teniendo en cuenta las tendencias que se observan en el desarrollo del sector utilizando ingredientes novedosos que además de incrementar el valor nutritivo de los alimentos correspondan a las expectativas de los clientes y el mercado. Considerando que sobre esta temática específica de utilización de productos germinados en la gastronomía no se han realizado estudios ni se dispone de material bibliográfico aplicado sobre la materia se estima conveniente realizar una investigación exploratoria utilizando elementos de Teoría Fundamentada sobre la posibilidad de implementar esta idea de negocio basada en la oportunidad que brinda un mercado en crecimiento, un producto novedoso y el aprovechamiento de capacidades profesionales para verificar las condiciones del mercado, la infraestructura necesaria de orden administrativo, económico, técnico y de recursos humanos.

PALABRAS CLAVES:

-Factibilidad. -Creación de empresa. -Germinados. -Mercado. -Organización Administrativa.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 112

PLANOS: NO

CD ROOM: NO

ILUSTRACIONES: 2.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA
DE GERMINADOS EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

LILIANA MARÍA PEÑARANDA CÁCERES

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2023

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA
DE GERMINADOS EN LA CIUDAD DE CÚCUTA

LILIANA MARÍA PEÑARANDA CÁCERES

Proyecto de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de empresas

FRANCISCO ESTEBAN RODRIGUEZ ISIDRO

Director

ROSANNA PATRICIA MACIAS FOLIACO

Codirector

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO

San José de Cúcuta, 27 de octubre de 2023

Hora: 2:00 pm

LUGAR: Edificio CREAD – Salón SD-303

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL PROYECTO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE GERMINADOS EN LA CIUDAD DE CÚCUTA”

MODALIDAD: INVESTIGACIÓN

JURADOS:

FLAVIO AUGUSTO PARADA REY

ENTIDAD: U.F.P.S.

ADOLFO CHARRIA JIMÉNEZ

ENTIDAD: U.F.P.S.

OMAR OSWALDO BERNAL CIFUENTES

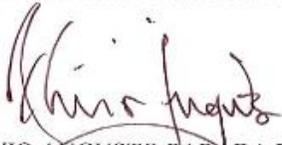
ENTIDAD: U.F.P.S.

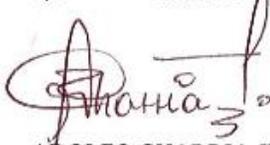
DIRECTOR: FRANCISCO ESTEBAN RODRÍGUEZ ISIDRO

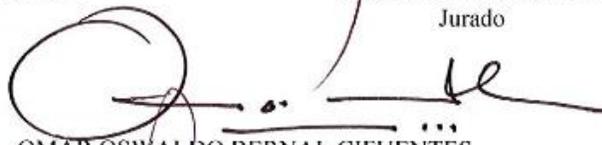
CO-DIRECTORA: ROSANNA PATRICIA MACIAS FOLIACO

NOMBRE ESTUDIANTE

	CÓDIGO	CALIFICACIÓN		
		NÚMERO	LETRAS	A – M – L
LILIANA MARÍA PEÑARANDA CÁCERES	0212737	4,0	Cuatro Cero	X


FLAVIO AUGUSTO PARADA REY
Jurado


ADOLFO CHARRIA JIMÉNEZ
Jurado


OMAR OSWALDO BERNAL CIFUENTES
Jurado

Vº Bº 
JOSÉ ORLANDO GARCÍA MENDOZA
Director Programa de
Administración de Empresas

Leta P.

Tabla de Contenido

Introducción	15
1. El Problema	16
1.1 Titulo	16
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Justificación	19
1.4 Objetivos	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.2 Objetivos Específicos	19
1.5 Alcances y Limitaciones	20
2. Marco Referencial	21
2.1 Antecedentes	21
2.2 Marco Teórico	22
2.3 Marco Contextual	26
2.4 Marco Conceptual	28
3. Diseño Metodológico	30
3.1 Tipo de Investigación	30
3.2 Población Objetivo	30
3.3 Tamaño de la Muestra	33
3.4 Fases de la Investigación	35
3.5 Instrumentos para la Recolección de la Información	35
3.6 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos	35

3.7 Análisis e Interpretación de Resultados de la Encuesta	36
4. Estructura de la Propuesta Empresarial	44
4.1 Estudio de Mercado	44
4.2 Variables del Entorno	44
4.3 Investigación Comercial	44
4.4 Análisis de la Competencia	45
4.5 Estrategias de Posicionamiento	46
4.6 Producto	47
4.7 Precio	47
4.8 Plaza	49
4.8.1 Canales de Distribución	49
4.9 Promoción	49
4.9.1 La Marca	50
4.8.2 El Logo	50
4.10 Publicidad	51
4.11 Estrategias de Promoción	52
5. Marco Legal	53
5.1 Marco Legal Interno del Proyecto	53
5.2 Tipo de Proyecto	53
5.3 Clasificación	53
5.4 Objeto Social	54
5.5 Registro Cámara de Comercio	54
5.5.1 Consulta del nombre comercial	55

5.5.2 Consulta de marcas y patentes:	55
5.5.3 Consulta del código CIU	55
5.5.4 Consulta del uso de suelos	56
5.6 Registro ante la DIAN	56
5.6.1 Inscripción del RUT.	57
5.7 Constitución Legal de la Empresa	57
5.8 Licencias y Autorizaciones	57
6. Estudio Técnico	61
6.1 Objetivos del Estudio Técnico	61
6.1.1 Objetivo General	61
6.1.2 Objetivos Específicos	61
6.2 Determinación del Tamaño del Proyecto	61
Capacidad	62
Factores que intervienen en el tamaño del proyecto	62
6.3 Estudio de Localización	63
6.3.1 Factores que determinan la localización.	63
6.3.2 Resultados	66
6.4 Descripción del Proceso de Comercialización Proveedores.	67
6.4.1 Recepción	67
6.4.2 Preparación	68
6.4.3 Revisión	68
6.4.4 Acondicionamiento	68
6.4.5 Almacenamiento	69

6.4.6 Rotación de materia prima	69
6.4.7 Pedido de germinados	69
6.4.8 Proceso de envasado	70
6.4.9 Tipos de empaque	70
6.4.10 Flujograma	71
6.5 Determinación del Recurso Humano	72
6.5.1 Cargos Operaciones	72
6.5.2 Servicios generales	72
6.5.3 Vendedor	72
6.6 Estructura de la Empresa Comercializadora de Germinados	72
6.6.1 Manual de Funciones	73
6.7 Insumos	78
6.7.1 Insumos de almacenamiento: para empaques, materiales y producto.	78
6.8 Transporte del producto.	80
6.9 Equipo de oficina	80
7. Estudio Financiero	82
7.1 Objetivos del Estudio Financiero	82
7.2 Inversiones	82
7.3 Depreciación de Activos Fijos	85
8. Conclusiones	103
Referencias Bibliográficas	104
Anexos	106

Lista de Tablas

Tabla 1. Número de empresas constituidas por actividades según el municipio (2020).	31
Tabla 2. Número de empresas constituidas por actividad económica.	31
Tabla 3. Listado de restaurantes de la ciudad de Cúcuta.	32
Tabla 4. Listado de restaurantes entrevistados.	34
Tabla 5. Pregunta 1.	36
Tabla 6. Pregunta 2.	36
Tabla 7. Pregunta 3.	37
Tabla 8. Pregunta 4.	38
Tabla 9. Pregunta 5.	38
Tabla 10. Pregunta 6.	39
Tabla 11. Pregunta 8.	40
Tabla 12. Pregunta 9.	40
Tabla 13. Pregunta 10.	41
Tabla 14. Pregunta 11.	42
Tabla 15. Pregunta 12.	42
Tabla 16. Pregunta 13.	43
Tabla 17. Variables del entorno.	44
Tabla 18. Empresas que comercializan el producto.	45
Tabla 19. Análisis de precios en el mercado.	48
Tabla 20. Costo publicidad.	51
Tabla 21. Zona seleccionada para la evaluación de factores.	65
Tabla 22. Barrios con proximidad al mercado.	65
Tabla 23. Vías de acceso.	66

Tabla 24. Transporte.	66
Tabla 25. Costo del producto.	67
Tabla 26. Funciones para el cargo de administrador	73
Tabla 27. Funciones para el cargo de Operario.	73
Tabla 28. Funciones del cargo de Vendedor.	74
Tabla 29. Funciones de la Secretaria o Asistente Administrativo.	75
Tabla 30. Relación del personal.	76
Tabla 31. Balance del personal.	76
Tabla 32. % Obligaciones patronales.	76
Tabla 33. Asignación Salarial.	77
Tabla 34. Insumos de embalaje, para empacar el producto al gusto de los clientes y las cantidades.	78
Tabla 35. Estantería y Frigorífico para la refrigeración de los germinados.	79
Tabla 36. Relación Maquinaria y equipo	80
Tabla 37. Justificación de equipos de oficina.	81
Tabla 38. Equipos de oficina.	81
Tabla 39. Variables Macroeconomicas	82
Tabla 40. Información del proyecto	84
Tabla 41. Depreciación	85
Tabla 42. Empleos y mano de obra	85
Tabla 43. Precio	85
Tabla 44. Costo de Mano de obra Directa	89
Tabla 45. Gastos Administrativos	91
Tabla 46. Inversiones fijas	92
Tabla 47. Inversión Diferida- gasto periodo pre-operativo	93
Tabla 48. Estado de resultados	94

Tabla 49. Plan de inversión y financiación del proyecto	95
Tabla 50. Márgenes por producto	97
Tabla 51. Balance General	98
Tabla 52. Fujo de Caja	100
Tabla 53. Criterios de Decisión	101

Lista de Figuras

Figura 1. Estados de crecimiento de la semilla	27
Figura 2. Pregunta 1	36
Figura 3. Pregunta 2.	37
Figura 4. Pregunta 3	37
Figura 5. Pregunta 5.	38
Figura 6. Pregunta 6.	39
Figura 7. Pregunta 8.	40
Figura 8. Pregunta 9.	41
Figura 9. Pregunta 10.	41
Figura 10. Pregunta 11.	42
Figura 11. Pregunta 12.	43
Figura 12. Pregunta 13.	43
Figura 13. Canal de distribución directo al consumidor.	49
Figura 14. Logo del producto.	50
Figura 15. Documentos exigidos para constitución de la empresa.	58
Figura 16. Mapa localización del proyecto.	64
Figura 17. Tipos de empaque.	70
Figura 18. Flujograma del proceso comercial de germinados en la ciudad de Cúcuta.	71
Figura 19. Organigrama.	72

Lista de Anexos

Anexo A. Encuesta.	107
Anexo B. Registro fotográfico de la realización de la encuesta como instrumento de recolección de datos.	110
Anexo C. Germinados.	111

Resumen

El proyecto tiene como objetivo estudiar la factibilidad de creación de una empresa comercializadora de productos germinados en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, para contribuir al fortalecimiento de la actividad gastronómica en la región teniendo en cuenta las tendencias que se observan en el desarrollo del sector utilizando ingredientes novedosos que además de incrementar el valor nutritivo de los alimentos correspondan a las expectativas de los clientes y el mercado. Considerando que sobre esta temática específica de utilización de productos germinados en la gastronomía no se han realizado estudios ni se dispone de material bibliográfico aplicado sobre la materia se estima conveniente realizar una investigación exploratoria utilizando elementos de Teoría Fundamentada sobre la posibilidad de implementar esta idea de negocio basada en la oportunidad que brinda un mercado en crecimiento, un producto novedoso y el aprovechamiento de capacidades profesionales para verificar las condiciones del mercado, la infraestructura necesaria de orden administrativo, económico, técnico y de recursos humanos.

En el desarrollo del estudio se consulta a empresarios del sector con el fin de conocer su opinión sobre el uso de productos germinados en sus negocios e identificar las características y requerimientos específicos y especialmente, su pensamiento sobre la demanda de la empresa y su inclinación hacia una nueva oferta en el mercado de la región. En la definición de la población y el tamaño muestral para los fines de recolección de información necesaria mediante entrevistas y encuestas se tuvo en cuenta a restaurantes localizados en la ciudad de Cúcuta, de manera especial los ubicados en zonas de crecimiento comercial y turístico y se seleccionaron aquellos con disposición de suministrar la información utilizando en el diseño de la investigación teorías que facilitan su aplicación cuando no se dispone de información o bases de datos formales actualizadas.

Introducción

La alimentación es una necesidad básica importante para el hombre. Los constantes cambios del mercado, los malos hábitos y el ritmo de vida tan acelerado, han provocado una gran variedad de problemas de salud y especialmente gastrointestinales en los seres humanos debido a que las personas ingieren comida, pero no se alimentan de la mejor manera, también se ha notado que la comida tradicional ya no es tan habitual hoy en día, las personas se aburren de comer siempre lo mismo y en Colombia al igual que en el resto del mundo, ha crecido la tendencia de consumir otros alimentos que brinden nuevos sabores y experiencias para esto, que mejor que consumir alimentos sanos y nutritivos obtenidos mediante prácticas agro ecológicas y limpias que cuiden la salud y el bienestar de todos.

Entorno a esta necesidad surge esta idea, para dar valor agregado a la culinaria en color y sabor en los platos de los restaurantes de la ciudad, que se encuentra en pleno desarrollo ajustándose a las tendencias de distinto orden social, económico, turismo, entretenimiento y a ahora aún más con la apertura fronteriza. En la estructura del proyecto se incluyen los aspectos metodológicos para atender los requerimientos de la universidad como son la formulación del problema, la justificación, los objetivos, el diseño de la investigación, la recolección y tratamiento de la información, las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográfica.

1. El Problema

1.1 Titulo

“Estudio de factibilidad para la creación de la empresa comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta”.

1.2 Planteamiento del Problema

La carencia de consumir alimentos sanos se ha vuelto un hábito en la vida moderna, debido a la vida apresurada que se lleva ahora y a las diferentes actividades que se realizan durante el día, dejando aparte, el cuidado de la alimentación. Se le ha permitido a la comida rápida y chatarra ser una de las primeras soluciones a la hora de comer, el abuso con las grasas saturadas, sal y calorías, dañan la salud de todos. Y este suceso se manifiesta en hombres y mujeres, niños y niñas. Incidiendo en su crecimiento y desarrollo; y afecta a todas las individuos pero principalmente a los grupos socioeconómicos más vulnerables. Si no tenemos una dieta balanceada y equilibrada, que supla las necesidades de nutrientes, vitaminas y fibras, entonces estamos hablando de una mala alimentación, la cual puede disminuir la respuesta del sistema inmunológico, alterar el desarrollo físico y mental e incrementar la aparición de diferentes enfermedades.

Los germinados o microgreens pueden no solo enriquecer de sabor y texturas los platos en restaurantes, sino que también aportan beneficios enormes para la salud. Según un estudio desarrollado por Xiao et al., (2012), indica que los microhuesos pueden tener de 4 a 40 veces la cantidad de algunos nutrientes y vitaminas como los vegetales que produciría una planta madura. Los germinados tienen la particularidad de que son una fuente rica en nutrientes, se han realizado enormes estudios haciendo el comparativo de los mismos con sus homólogos adultos, encontrando que los germinados o microgreens tiene mayor cantidad de vitaminas y minerales,

todos los pigmentos también las contienen y sirven como un elemento nutricional, además tienen algo de proteína y de fibra que ayuda a regular el cuerpo.

Para Aristizábal (2017), las flores y los germinados son llamados los “superalimentos” cuentan con alta cantidad en nutrientes y bajos en calorías como lo son: las lentejas, la quinua, la chía, la maca y aportan fibra para la digestión, también vitaminas y minerales, ricos en fito nutrientes y compuestos antioxidantes como las vitaminas A y E y el beta caroteno que es un pigmento que da a las plantas colores rojos, anaranjados o amarillos. Como menciona Gómez, estos para nosotros, son elementos transmisores de energía entre las células y eso al final permite que el sistema inmune esté más activado (Citado en Gómez, 2017). Y como se menciona en la revista el Portafolio que Estados Unidos y los países de la Comunidad Económica Europea son los principales productores mundiales de semillas limpias.

La gastronomía entre los sectores económicos que aportan al PIB colombiano ocupa el décimo puesto, por encima de la educación y las telecomunicaciones. Dato mencionado en la revista la Republica, y En 2000 se registraron ventas por \$7,9 billones anuales, mientras que en 2010 ascendieron a \$19,9 billones, explica Claudia Hernández, directora ejecutiva de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica, Acodrés. (LR, 2022)

Como se menciona también que en los últimos diez años, las ventas por consumo de comidas por fuera del hogar se han incrementado un 151,89% en la actualidad hay cerca de 295.000 establecimientos de comidas en el país, de los cuales 64.000 están en Bogotá. Mientras que 293.123 empresas del sector gastronómico están inscritas en las Cámaras de Comercio. Y “según información del Dane los restaurantes constituyen el tercer gasto en los hogares colombianos, después del mercado, el arriendo y la vivienda. Lo anterior obedece a la diversidad de oferta, hay para todos los gustos en cuanto a sabores, precios y tendencia como también lo

menciona la directora Hernández.. Y usar las plantas no es algo nuevo en la historia culinaria, en la cocina ancestral de Japón y Tailandia ya empleaban germinados y flores, también en México, pero la actual tendencia a incluir este delicado ingrediente en la alta gastronomía surgió en España y Francia.

Esta idea nace de la exploración e investigación de un estudiante de Agronomía de la universidad UCO en el departamento de Antioquia, al analizar que los germinados son plántulas comestibles que generalmente se cosechan, 7-14 días después de la germinación cuando tienen dos hojas de cotiledón completamente desarrolladas una amplia variedad de hierbas (Albahaca, cilantro), verduras (Rábano, brócoli y mezcla) e incluso flores (Girasoles) se cultivan en microgreens que son generalmente más sabrosos, algunos de ellos picantes y sus contrapartes maduros y han crecido en popularidad entre los artistas culinarios para agregar textura y acentos de sabor a ensaladas, sándwiches y otros platos. Este proyecto además de generar un desarrollo económico, pretende causar un gran impacto en los restaurantes de la ciudad y generar una conciencia positiva para una alimentación saludable.

Los aspectos señalados anteriormente referidos a los beneficios que representan los productos germinados incorporados hoy en día en la culinaria nacional e internacional, además de contribuir efectivamente en la salud y bienestar de la población, generan nuevas fuentes de abastecimiento para la actividad culinaria con aprovechamiento de recursos naturales del país sin desmedro ni afectaciones sobre el medio ambiente. Los residentes en la región son conscientes del auge de la actividad por experiencias y vivencias propias sobre el conocimiento y utilización de productos germinados en la preparación de alimentos y el surgimiento de nuevos restaurantes en el área de frontera de manera especial en la ciudad capital y los municipios del Área Metropolitana como Villa Del Rosario y Los Patios así como Pamplona.

Como se ha mencionado la utilización de productos germinados se enmarca también en una tendencia del mercado donde los clientes son los que establecen sus requerimientos y esperan que sus expectativas sean satisfechas, si esto no se cumple, seguramente se tiene el riesgo de quedar porfuera, porque la competencia si lo hace, lo cual representa un verdadero problema. En otras palabras, el no aprovechamiento de una oportunidad proveniente de las tendencias del mercado y del desarrollo empresarial, es el problema.

1.3 Justificación

De acuerdo con las características de la investigación la propuesta responde a necesidades de la región en cuanto al fortalecimiento del tejido empresarial en la medida que este sector logre avanzar en la modernización de sus procesos tecnológicos de producción mediante el uso de materia prima innovadora en la preparación de alimentos, así como en los procesos de mercadeo a través de nuevas estrategias de mercadeo para la captación y fidelización de nuevos clientes y en el cambio de la imagen empresarial de los restaurantes con signos de innovación y acordes con el crecimiento económico, la generación de empleo y desarrollo de la mentalidad empresarial. Es importante considerar también la vinculación de profesionales a ideas empresariales consideradas promisorias observadas en el mercado culinario y turístico a nivel nacional y local.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad del proyecto de creación de una empresa comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta.

1.4.2 Objetivos Específicos

Identificar el nivel de utilización de productos germinados por parte de restaurantes de la ciudad de Cúcuta.

Identificar el concepto de los empresarios de restaurantes sobre los beneficios que produce el uso

de productos germinados en la preparación de los alimentos.

Evaluar la posibilidad de compra de productos germinados a un nuevo proveedor en la ciudad de Cúcuta.

Definir los componentes de la estructura de la propuesta de empresa de productos germinados.

1.5 Alcances y Limitaciones

Teniendo en cuenta la carencia de información y fuentes documentales suficientes sobre la actividad del proyecto el estudio pretende a través de una investigación exploratoria hacer una aproximación a la idea primaria de determinar la factibilidad de la empresa con todos sus componentes con base en el criterio de que se trata es de seguir una tendencia novedosa que se observa en los negocios tradicionales y nuevos dedicados a la actividad culinaria. En este sentido se considera válido explorar sobre lo que se viene dando en el mercado para luego tomar decisiones de fondo sobre la creación y marcha de un restaurante con productos germinados.

Una de las principales limitaciones es la falta de información actualizada sobre los restaurantes registrados en la ciudad. La Cámara de Comercio de Cúcuta hasta el año 2020 en sus informes de gestión publicaba el estado del tejido empresarial dentro del cual se encuentra el dato de número de negocios registrados como Alojamientos y Servicios de Comida” sin distinguir la cantidad de restaurantes que pudieran ser considerados de acuerdo con los fines del estudio, lo cual dificultó la toma de datos específicos. Los años de pandemia 2020 y 2021, fueron de alta inspiración para la creación de nuevos y novedosos restaurantes, producto de emprendimientos y del cambio generacional, situación sobre lo cual no existen registros formales. Por otra parte, se solicitó información en la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica -ACODRES- sede de Cúcuta, y no fue posible recibir respuesta a las solicitudes. Por lo tanto, se procedió a la construcción de una base de datos por acción directa de la autora del proyecto y así poder continuar con el desarrollo del trabajo.

2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

Aquí se menciona la investigación de Deisy Adita Arias (Rosero, tesis de grado Escuela Superior Politecnica de Chimorazo Facultad de Salud Publica , 2014) “propuesta gastronómica a base de germinados y brotes de cereales cultivados en la provincia de Chimborazo Ecuador 2013”. Cuya finalidad de su trabajo fue la investigación para realizar brotes y germinados, se ejecutó con cereales cultivados en la provincia de Chimborazo, seleccionando quinua, avena, trigo por su alto contenido nutricional, con el objetivo de promover su consumo mediante una nueva propuesta gastronómica.

Y en el Banco de ideas de negocios sostenibles ambientales (Binas, 2015) se menciona que los germinados pueden ser obtenidos en cualquier época del año, a diferencia de la producción de otros vegetales. Su ciclo de cosecha es de tan solo una semana y su rendimiento muy grande. Con un solo kilo de semillas de alfalfa se producen entre 10 y 14 kilos de germinados frescos.

También se menciona a Alejandro Pérez Galeano y Santiago Zapata Valencia (trabajo de grado , 2015) con su trabajo de “evaluación del comportamiento comercial de los germinados y brotes tiernos en la ciudad de Medellín” para la Corporación Universitaria Lasallista. La base de su estudio es conocer y evaluar la actualidad y el manejo del mercado de los productos germinados especialmente el de la raíz china. Y las razones de este tema es estudiar que este alimento se destaca como producto saludable, entra en el auge de la comida sana, y algo importante es que el mercado objetivo es amplio y en crecimiento, según el estudio que se hace de la relación de la demanda con la oferta del producto, ofrece un resultado que lo hace bastante favorable como negocio. Adicionalmente, la oportunidad de desarrollo de nuevas formas de

comercialización se debe explotar, nos referimos aquí a las ventas corporativas, mercados campesinos o e-commerce.

Juan Diego Rozo y Leidy Natalia Henao (Henao, 2022) “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa fabricante y comercializadora de papas refritas congeladas en la ciudad de San José de Cúcuta, Norte de Santander” (Trabajo de grado UFPS) El objetivo del proyecto, consistió en determinar la viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa fabricante y comercializadora de papas pre fritas congeladas en la ciudad de San José de Cúcuta, Norte de Santander, con el fin de darle un proceso relevante de transformación a la papa, que le permita conquistar nuevos mercados, ofreciendo una nueva presentación del producto.

Buitrago Romero Jesús David y Pérez Antolínez Miguel Alfonso (Pérez, 2019) Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de champiñones en el municipio de Cúcuta, (trabajo de grado UFPS) La intención de este proyecto es estudiar la realidad del mercado local en cuanto al consumo y comercialización de los champiñones, con el fin de establecer una capacidad de mercado a ofertar y a partir de esta información determinar las necesidades técnicas y organizacionales de la empresa, tales como las adecuaciones, tecnología, la localización estratégica de la planta, teniendo en cuenta las exigencias de un cultivo de condiciones y variables reguladas y controladas (ubicación estratégica, permitir tener rápida disponibilidad de producto, cumplir con condiciones idóneas de humedad, calidad de aire y temperatura) y así evaluar la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de champiñones en el municipio de Cúcuta.

2.2 Marco Teórico

Como surge la idea de investigación

Para una investigación una idea puede surgir en el lugar donde se reúnen un grupo de personas, al leer algún artículo, por internet, al recordar algo vivido. O a veces otras personas

cercanas y responde a determinadas necesidades esto lo menciona

(sampieri f. , 2014) también se menciona que la idea surge por:

Inspiración (Basada en intereses personas), en la de oportunidad (esta surge cuando indagamos un tema con la familia) , también ante la necesidad de resolver un problema y detectar un fenómeno de investigación que requiere indagarse a profundidad.

Fernández nos menciona la necesidad de conocer los antecedentes, revisar estudios, investigaciones, y trabajos anteriores. Después de profundizar en el campo de estudio correspondiente, es capaz de esbozar con mayor claridad y formalidad lo que desea investigar.

Estudios exploratorios

Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. También sirve para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados según (sampieri f. , 2014)

Características de la investigación exploratoria

La investigación exploratoria tiene múltiples características que le dan ventaja sobre otros métodos. Las principales son:

- Al definir sus conceptos, prioriza los puntos de vista de las personas.
- Está enfocada en el conocimiento que se tiene de un tema, por lo que el significado es único e innovador.
- No tiene una estructura obligada, así que el investigador puede seguir el proceso que le parezca más sencillo.
- Encuentra una solución a problemas que no fueron tomados en cuenta en el pasado.

Muestra

Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. (sampleri f. , 2014)

Se dividen en Probabilístico : requiere precisar el tamaño de la muestra, selecciona unidades o elementos muestrales por medio de listados, o material.

No Probabilístico: o dirigida, se seleccionan casos o unidades por uno o varios propósitos.

Germinados.

Los germinados son semillas comestibles que son consideradas como alimentos vivos. La germinación es el proceso natural por el que las semillas empiezan a mostrar tallos, brotes y pequeñas hojas. Al tratarse de plantas jóvenes, poseen un alto valor nutricional.

El proceso de germinación usualmente empieza cuando las semillas son mojadas por varias horas. Luego, son expuestas a una combinación precisa de calor y humedad. Por último, se les dejacrecer por varios días. El producto final suelen ser semillas germinadas que miden entre 2 y 5 centímetros de longitud.

Tipos de germinados: Semillas más comunes:

- Guisantes germinados: lentejas, garbanzos, frijoles, alverjas, etc.
- Granos germinados: arroz integral, trigo, amaranto, quinua, avena, granos de soya, etc.
- Vegetales germinados: rábanos, brócoli, betarraga, cebolla, etc.
- Semillas germinadas: almendras, semillas de alfalfa, de calabaza, de sésamo, de girasol, etc.

Microgreens.

Los microgreens son plántulas comestibles jóvenes y tiernas, producidas a partir de semillas de varias especies. En los últimos años se ha acelerado su producción y consumo,

siendo una tendencia creciente a nivel mundial. Según la especie utilizada, pueden ser recolectadas después de tan solo 7-21 días desde la germinación, cuando los cotiledones están completamente extendidos y se han formado las primeras hojas (Xiao, 2013). (Di Gioia y Santamaria, 2015, pág. 8)

Propiedades beneficiosas de los germinados.

A pesar de ser muy bajas en calorías, los germinados son una fuente muy rica de nutrientes y compuestos vegetales beneficiosos. Estos suelen proporcionar una gran variedad de vitaminas, minerales, proteína y fibra. Además, suelen ser mucho más fáciles de digerir.

Si bien las vitaminas y contenido mineral pueden variar de acuerdo al tipo, por lo general, los germinados ofrecen magnesio, fósforo, manganeso, vitamina C y K. Estas propiedades te ayudarán a potenciar tu organismo y sus defensas, evitando deficiencias de vitaminas y minerales. Asimismo, son también una gran fuente de antioxidantes (clínica internacional, 2021).

Estudio de Mercado.

Como menciona Loya que un estudio de mercado permite resaltar los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado de un proyecto se puede comercializar. (Loya). Dicho estudio permite el reconocimiento del mercado y todo lo que este implica, es decir, las variables del entorno para determinar la oferta y la demanda que puede tener el producto, Además de eso se analizan otros aspectos: producto, precio, plaza y promoción. Esta información fue útil para dar cumplimiento al desarrollo del primer objetivo planteado, es cual consistió en realizar un estudio para determinar si existe un mercado objetivo que nos garantice la creación de una empresa comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta.

Estudio Administrativo.

Un estudio administrativo se analizan todos los aspectos administrativos y

organizacionales que se deben considerar para el establecimiento de una empresa, allí se define la planeación, el organigrama organizacional, se describen los recursos humanos y físicos de cada área.

Estudio legal.

El estudio legal busca determinar la viabilidad del proyecto bajo las normas que lo rigen en cuanto a la localización de los productos, subproductos y patentes. También se tienen en cuenta las obligaciones laborales.

Estudio Técnico.

Este estudio consiste en determinar todos los parámetros para la comercialización del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se hace una descripción detallada de los materiales que se requieren y el cálculo financiero y evaluación económica del proyecto para hacerlo funcional.

2.3 Marco Contextual

Según la historia e investigaciones se menciona que este producto los germinados, se consumen desde épocas muy remotas por sus cualidades nutritivas y terapéuticas y que ya en el año 3000 antes de Cristo, los germinados se utilizaban en China con fines terapéuticos y alimenticios. Hay evidencias de que también formaron parte de la dieta de otras antiguas civilizaciones orientales. (Diario22, 2021)

También se menciona que llegaron a Occidente hacia el siglo XVIII y que se utilizaron primero como remedio para combatir el escorbuto (Enfermedad producida por la carencia o escasez de vitamina C) y más tarde como alimento. Mientras que los germinados han estado siempre presentes en la dieta de muchos países asiáticos, en Occidente no fue hasta los años

70 cuando los brotes empezaron a despertar el interés de un amplio sector de la población

debido a sus excepcionales cualidades nutritivas.

cabe destacar que los germinados o brotes se dan por la germinación de las semillas en ciertas condiciones de humedad y temperatura. Y es un alimento muy completo para la salud que aporta una cantidad de enzimas, minerales, vitaminas, proteínas, oligoelementos y antioxidantes y son sabrosos, fáciles de preparar e incluir en cualquier tipo de comida.

Figura 1.

Estados de crecimiento de la semilla



Fuente: Conasi (Blog), 2018

Debido al aumento de químicos en la producción de vegetales para acelerar su proceso, se desarrollaron nuevos emprendedores para comercializar germinados y semillas limpias y sanas, por ejemplo en caso de Europa este producto se debe certificar de que cumple con la normatividad exigida por el control de organismos orgánicos o biológica.

En Antioquia, hay una empresa del chef Juan Barrientos la cual lleva por nombre POMARIO, esta empresa tiene como productos germinados, flores comestibles y micro tubérculos, ellos están con un mercado ya muy establecido, los podemos encontrar en supermercados de cadena como Carulla. Es la única empresa en Antioquía que se dedica a la venta de estos productos (Pomario, 2022).

A nivel país encontramos otra en la ciudad de Cali, la cual lleva por nombre Natunova, el gerente de la empresa menciona que: “Somos una casa hortícola Colombiana enfocada en la investigación, desarrollo, producción y comercialización de nuevos vegetales especializados, caracterizados por sus propiedades estéticas, organolépticas y variados usos gastronómicos. Nos

especializamos principalmente en el cultivo sostenible de Flores comestibles, Brotes orgánicos y Hojitas baby de una variedad de hortalizas, con lo cual buscamos satisfacer las nuevas e innovadoras demandas de cocineros vanguardistas, que buscan un producto fresco, saludable, responsable y estéticamente bien formado”. (natunova, s.f.) cuenta con 8 especies de flores comestibles y 12 especies de brotes.

Y como lo destaca el chef Alejandro Gutiérrez muy reconocido en la ciudad de Bogotá, por su restaurante DONOSTIA, que el uso de los germinados está cada vez más generalizado en la cocina, es algo que ha entrado con fuerza en nuestra gastronomía desde hace unos años, aunque hasta hace poco estaba reservado a los grandes restaurantes. Ahora podemos encontrar en supermercados una amplia variedad, e incluso se pueden encontrar Kits con semillas ecológicas para germinarlas en casa. “El sabor es tan especial como su nombre” menciona el chef, y dice: “Una ensalada de pulpo a la parrilla con capuchinas y pensamientos sabe a tierra, a naturaleza, a plantas recién cosechadas”. Son productos con características de sabor tan especiales que no se encuentran en ningún otro vegetal ni legumbre. Nosotros como chefs y creativos de la gastronomía tenemos la misión de darle a los comensales sabores diferentes y de apoyar a los empresarios que deciden abanderar este tipo de iniciativas”. (Bogotá, 2012)

Conocer dichas empresas y su portafolio nos permite tener claridad de lo que ofrecen y cuál será nuestro factor diferencial, importante resaltar que este producto se puede obtener en cualquier época del año ya que no necesita un clima especial para germinar, lo cual nos permite poder comercializar el producto.

2.4 Marco Conceptual

Población.

El concepto se toma Según el autor Arias (2006, p. 81) que define a la población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán

extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Enfoque cuantitativo.

Según Hernández “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y poder probar hipótesis previamente hechas. (sampleri, 2003)

3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

De acuerdo con los objetivos del estudio el tipo de investigación utilizada es Exploratorio de acuerdo con Et al Hernández (2.006), porque este tipo de investigación aplica para indagar sobre eventos poco estudiados, temas innovadores o que representan oportunidades de negocios o nuevas perspectivas hacia el corto o mediano plazo y faciliten abrir la puerta para realizar estudios posteriores con mayor seguridad en el mercado. Permite realizar una primera aproximación al tema en forma rápida y al mínimo costo. Una de las ventajas que tiene es la flexibilidad y adaptación a los cambios en el desarrollo del estudio. Por lo general la Investigación Exploratoria tiene enfoque cualitativo y cuantitativo porque es necesario realizar un análisis de la encuesta que se realiza.

Esta exploración conducirá muy seguramente al diseño de una o más investigaciones de carácter descriptivo porque se hace necesario identificar y profundizar otras variables específicas del campo económico y financiero, por ejemplo.

3.2 Población Objetivo

La Población se conforma con los restaurantes en funcionamiento en la ciudad de Cúcuta. Como se señaló dentro de las limitaciones del proyecto no se obtuvo información de la Cámara de Comercio de Cúcuta ni del gremio empresarial que agrupa a los negocios: ACODRES.

En la tabla #1 tomada de la plataforma Compite 360, que condensa la información de la Cámara de Comercio de Cúcuta, se muestra información al año 2020, donde se observa como Cúcuta tenía

3.251 establecimientos de alojamiento y servicios de comida, el municipio de Villa del Rosario 307 y Los Patios 358, sin desagregar la información por actividad.

Tabla 1.

Número de empresas constituidas por actividades según el municipio (2020).

ACTIVIDADES	CÚCUTA	VILLA DEL ROSARIO	LOS PATIOS
1. Agricultura, ganadería, otras	273		
2. Explotación minas y canteras	307		
3. Industrias manufactureras	5.806	745	273
4. Suministro electricidad, gas, etc.	25		
5. Distribución de agua, evacuación aguas..	252		
6. Construcción	1.476	121	192
7. Comercio al por mayor y menor, Reparación de vehículos automotores	16.148	1.623	1.516
8. Transporte y almacenamiento	1.124		
9. Alojamiento, servicios de comida	3.251	307	358
10. Información y comunicaciones	625		
11. Actividades. financieras y socios de seguros	567		
12. Actividades Inmobiliarias	413		
13. Actividades profesionales, científicas y técnicas	1.585		
14. Actividades servicios admón. y de apoyo	960	143	102
15. Admon pública y defensa, otros	10		
16. Educación	317		
17. Atención de la salud humana	449		
18. Activ. artísticas, entretenimiento y recreación	620		
19. Otras actividades De servicios	1.496		
20. Activ. de los hogares individuales.	3		
TOTAL:	35.707	3.592	3.234

Fuente 3 ADN Compite360.

En la tabla 2 se detalla la creación de empresas según su actividad durante los años indicados.

Tabla 2.

Número de empresas constituidas por actividad económica.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	2015	2016	2017	2018	2019
Comercio	3.211	5.874	3.148	3.846	3.151
Industrias manufactureras	1.203	529	1.237	1.397	1.160
Agricultura y ganadería	128	107	146	138	93
Alojamiento y servicios de comida	804	1.383	1.107	1.365	943
Explotación de minas y canteras	98	42	91	93	69
Construcción	359	472	360	354	234
Transporte	223	127	346	485	284
Información y comunicaciones	176	155	124	163	116
Actividades profesionales	377	448	332	336	259
Otras actividades	1.107	1.567	1.435	1.351	913
TOTAL EMPRESAS	7.686	10.704	8.326	9.528	7.222
CRECIMIENTO PORCENTUAL	-	39%	-22%	14%	-24%

Fuente 4 informe Cámara de comercio Cúcuta

Dadas las limitaciones de información se procedió a construir una base de datos primaria utilizando redes sociales y la observación directa sobre el terreno de la ciudad de Cúcuta, de acuerdo con lo planteado por Palacios (2021) en su artículo titulado “La teoría fundamentada: origen, supuestos y perspectivas” haciendo referencia a esta teoría y a una de las características de la investigación exploratoria en cuanto se enfoca en el conocimiento de un tema innovador a través del desarrollo de una investigación primaria donde la información es recopilada directamente por el investigador en el lugar o con las personas que constituyen la fuente primaria.

A continuación se presenta la información primaria construida consistente en 50 restaurantes, como base de la población para el proyecto.

Tabla 3.

Listado de restaurantes de la ciudad de Cúcuta.

LISTADO DE RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CÚCUTA			
	Nombre	Dirección	Ubicación
1	Rancho y Leña	Calle 4 # 13 E,	Colsag
2	Nara Sushi Restauran	Libertadores # 3a-28	Colsag
3	Mrs. Ahumados	Calle 1 Norte #7 Este-185,	Colsag
4	Chido	Av. 6 Este #9 -27,	Riviera
5	Crepiere Cúcuta	Cl. 9,	Riviera
6	Kibbe's & Shawarma	Av. 6AE #12-07,	Riviera
7	Botanico	avd.6E#9-82,	Riviera
8	El Mago de Os	Av. 9e 10-31	Riviera
9	Venezia Restaurante y Heladería	CALLE 13 # 6AE-46	Malecón
10	Trattoria Venezia	CALLE 13 # 6AE-46	Malecón
11	Tequila Restaurante – Bar	Av. Libertadores N°6-20,	Malecón
12	Londeros Sur	Av. Libertadores #0E-60	Malecón
13	Restaurante Balcón Paisa	Av. Libertadores # 6-40	Malecón
14	La Gran Muralla	Libertadores #10 - 84	Malecón
15	Confucio restaurante	Av. Libertadores #esquina No 2E	Malecón
16	Restaurante Nan King	Calle 6 A #Este-2 a	Malecón
17	Mito House	Av. 14 Este # 5-10	Malecón
18	Rodizio	Av. Libertadores #10-121,	Malecón
19	Vianka Pizzería (Caobos)	Calle 15 # 3e-52 terraza	Caobos
20	Bocca Lupo Tracttoria	Cl. 19c,	Caobos
21	México Carbón	Av. 1 Este #Cl. 16 0E-48	Caobos

22	Restaurante Spezia	Av. 0 #21-1	Caobos
23	Restaurante Inka	Cl. 15a #3e-60	Caobos
24	Galileo Restaurante Bar	Av. 3 Este # 14A-25	Caobos
25	Epicco Restaurante	Cl. 17 #2E - 41,	Caobos
26	Restaurante Ank	calle 15 #3e-52	Caobos
27	Parrilla Express	Av. Libertadores	Caobos
28	EL Molinito	Libertadores #18-30	Caobos
29	Karbon y Son	Av. Libertadores	Caobos
30	Espeto Grill Rodizio	Cl. 16a #2E-43	Caobos
31	Restaurante Puerto Seguro	Calle 17 # 1E – 101	Caobos
32	Casa Miyagi Cúcuta	caobos: Av. 3E # 15A - 22	Caobos
33	Kioto Sushi and Wok	Calle 17 # 0E-32	Caobos
34	Sushi Bar	Cl. 15 #1E-26	Caobos
35	Osaki Sushi Bar & Grill	Av. 1 Este #16-17	Caobos
36	Juan Parrilla Al Carbón	Av. Libertadores #17A-06 Local 1	Caobos
37	Leone.restaurante	Av. 1 Este #18-18	Caobos
38	Olivo	Av. 1 Este #18-77	Caobos
39	Oishii suchi + cocina peruana	Cl. 15a #2E-22, Los	Caobos
40	Vagamonte	Calle 17, Av. 2 Este	Caobos
41	Istana	Calle 15a #3 Este-29	Caobos
42	Eterno gastro bar	Cl 19 #0E-24	Caobos
43	Old west esteal house	Av. 1 Este #16 - 20	Caobos
44	Monno	Av. 3 Este #15A-05,	Caobos
45	Restaurante José Ospina	Calle 15 # 3E-115	Caobos
46	Jengibre	Av. 2 Este #14a-32	Caobos
47	Bumangues Cúcuta	Cl. 15a #2e-06	Caobos
48	Maki Sushi wok	Av. Pinar Del Río #LOCAL 7A	Pinar del Rio
49	Tennis Golf Club	Entre Puentes Elías M.soto y, S	Pinar del Rio
50	El Patio a cielo abierto	Av. 10 #26-46	Pinar del Rio

3.3 Tamaño de la Muestra

Dadas las dificultades anotadas se utiliza el tipo de Muestreo Teórico definido por Palacios (2021) como la recolección, análisis y categorización de datos empíricos obtenidos por el investigador, cuya acción se da por realizarla varias veces con elementos de la población hasta llegar a la saturación teórica determinando que la información recolectada hasta ese momento es suficiente para fundamentar la teoría. De esta forma se conforma una muestra que se puede considerar intencional o dirigida porque el investigador selecciona los miembros de la misma con criterios basados en la disposición que tienen para suministrar información válida, las facilidades

de contacto y características de las empresas según los propósitos del estudio. De esta forma la muestra, se establece con un número suficiente de contactos y cuando se considera que la información llena las expectativas y no es necesario continuar con este proceso.

De acuerdo con los criterios definidos para la escogencia de la Muestra 25 empresarios atendieron la solicitud para el suministro de información suficiente y relevante con quienes se desarrolló la entrevista y encuesta. (Ver anexo 1)

Las empresas participantes en este proceso fueron las siguientes:

Tabla 4.

Listado de restaurantes entrevistados.

LISTADO DE RESTAURANTES ENTREVISTADOS			
	Nombre	Ubicación	Contacto
1	Rancho y Leña	Colsag	Administrador
2	Mrs. Ahumados	Colsag	Propietaria Claudia Montañez
3	Kibbe's & Shawarma	Riviera	Propietario
4	Botanico	Riviera	Propietario sr Alonso
5	El Mago de Os	Riviera	Propietario Sr José
6	Venezia Restaurante y Heladería	Malecón	Propietaria Renata Marín
7	Trattoria Venezia	Malecón	Propietaria Renata Marín
8	Londeros Sur	Malecón	Administrador
9	Vianka Pizzería (Caobos)	Caobos	Administrador
10	Restaurante Inka	Caobos	Administrador Srta. Erika
11	Galileo Restaurante Bar	Caobos	Administrador Ángel Caballero
12	Restaurante Ank	Caobos	Administrador
13	Parrilla Express	Caobos	Administrador
14	EL Molinito	Caobos	Administrador
15	Karbon y Son	Caobos	Administrador
16	Restaurante Puerto Seguro	Caobos	Ing. Alimentos
17	Casa Miyagi Cúcuta	Caobos	Propietaria
18	Juan Parrilla Al Carbon	Caobos	Propietario Juan Carlos sus
19	Oishii suchi + cocina peruana	Caobos	Jefe de Servicios
20	Istana	Caobos	Administrador
21	Monno	Caobos	Aux contable
22	Restaurante José Ospina	Caobos	Administrador
23	Jengibre	Caobos	Propietario Luis Rivas

24	Bumangues Cúcuta	Caobos	Administrador
25	Tennis Golf Club	Pinar del Rio	Aux cocina

3.4 Fases de la Investigación

Aquí se consideraron tres fases a desarrollar, las cuales se enuncian a continuación:

Primera fase, recolectar los datos. En esta fase se realizó una búsqueda a través de fuentes de información, para obtener datos que sirven de base para el proyecto.

Segunda fase, Análisis de la información. De acuerdo a la información consultada, se hizo un respectivo análisis que permitió clasificarla, para de esta manera usarla adecuadamente en el desarrollo de los objetivos.

Tercera fase, establecimiento de resultados. Una vez clasificada y analizada la información, se procedió a describir y establecer los resultados obtenidos.

3.5 Instrumentos para la Recolección de la Información

Información primaria. Para la ejecución del proyecto se realizó la encuesta a los restaurantes de la Ciudad de Cúcuta de las zonas de crecimiento comercial y turístico, para observar el nivel de aceptación del producto y observar las expectativas o necesidades que ellos tienen respecto al proyecto.

Información secundaria. Esta corresponde a todo el material de estudio utilizado para realizar el proyecto, como proyectos de grado, artículos investigativos, libros, comercialización de germinados.

3.6 Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos

La información fue analizada mediante una entrevista encuesta y bajo las herramientas tecnológicas como Microsoft Word, Excel y la tabulación de los datos, por medio de herramientas estadísticas, como diagramas de barras.

3.7 Análisis e Interpretación de Resultados de la Encuesta

Encuesta a los restaurantes y empresas que preparan alimentos en la ciudad de Cúcuta.

Pregunta 1. ¿Utiliza productos germinados en la preparación y presentación de los alimentos?

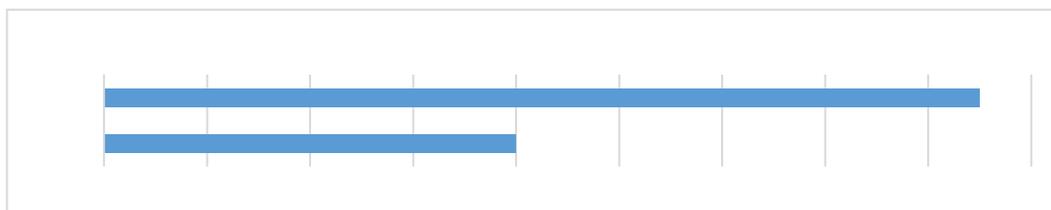
Tabla 5.

Pregunta 1.

ÍTEM	RESPUESTA
Si	17
No	8

Figura 2.

Pregunta 1



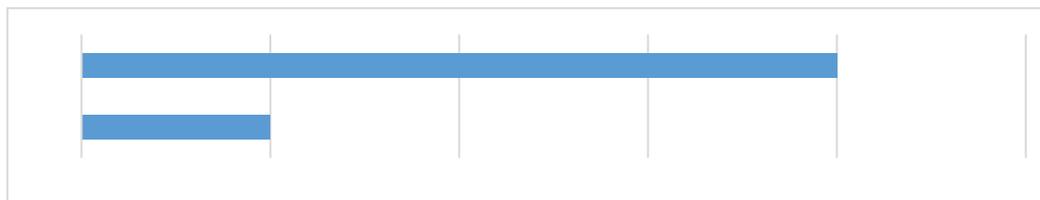
El 78,9% de los restaurantes encuestados afirman que utilizan los productos germinados en la preparación y presentación de los productos, este es un dato positivo puesto que son la mayor parte de los restaurantes de las zonas más populares que usan el producto. Seguido de que el 21,1 % de los restaurantes no lo usan en sus productos. Esto puede ser debido a mal uso que le dan al producto.

Pregunta 2. ¿Considera que los productos germinados tienen un valor nutricional muy importante en los alimentos que suministra la empresa?

Tabla 6.

Pregunta 2.

ÍTEM	RESPUESTA
Si	20
No	5

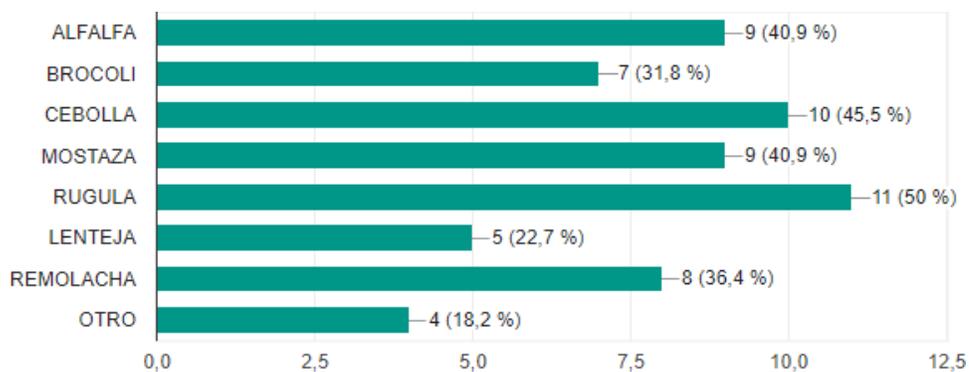
Figura 3.*Pregunta 2.*

El 80% de los restaurantes encuestados si conocen el valor nutricional de los germinados unacaracterística importante que le suma a los alimentos que venden. El 20% respondieron que no conocen el valor nutricional lo que determina que hay desconocimiento del producto.

Pregunta 3. ¿Los productos germinados utilizados en la preparación y presentación de los alimentos?

Tabla 7.*Pregunta 3.*

ÍTEM	RESPUESTA
Alfalfa	9
Brócoli	7
Cebolla	10
Mostaza	9
Rugula	11
Lenteja	5
Remolacha	8
Otro	4

Figura 4.*Pregunta 3*

El germinado de Rugula es el más utilizado en la preparación y presentación de los

alimentos en los restaurantes de la Ciudad, ya que el 50% mencionaron este tipo, seguidamente esta la cebolla con 45%, la alfalfa con un 40,9% los utilizan para adornar y dar un toque especial a los platos. Se observa que el menos utilizado es el de lenteja con un 22,7% y se mencionan otros con el 18,2%

Pregunta 4. Si su respuesta anterior fue otros, por favor mencione cual.

Tabla 8.

Pregunta 4.

ÍTEM	RESPUESTA
Girasol	3
Repollo	1
Ajonjolí	1
Trigo	1
Menta	1
Soya	1
Cebada	1

Entre los otros germinados que utilizan esta el girasol, aquí mencionado 3 veces por los restaurantes encuestados

Pregunta 5. ¿El uso que le da a los productos germinados son los siguientes?

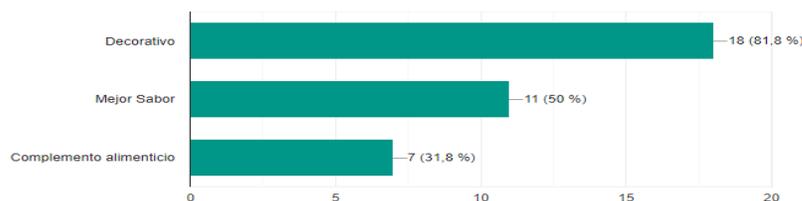
Tabla 9.

Pregunta 5.

ÍTEM	RESPUESTA
Decorativo	18
Mejor sabor	11
Alimenticio	7

Figura 5.

Pregunta 5.



El 81,8% de los encuestados afirman que el uso que le da a los germinados es decorativo, y en un 50% es usado para dar mejor sabor a los alimentos. Solo el 31,8% le da a los germinados el uso de complemento alimenticio. Observando así que se debe culturizar a las personas sobre el valor nutricional de este producto.

Pregunta 6. ¿El proveedor que utiliza para la compra del producto germinado es?

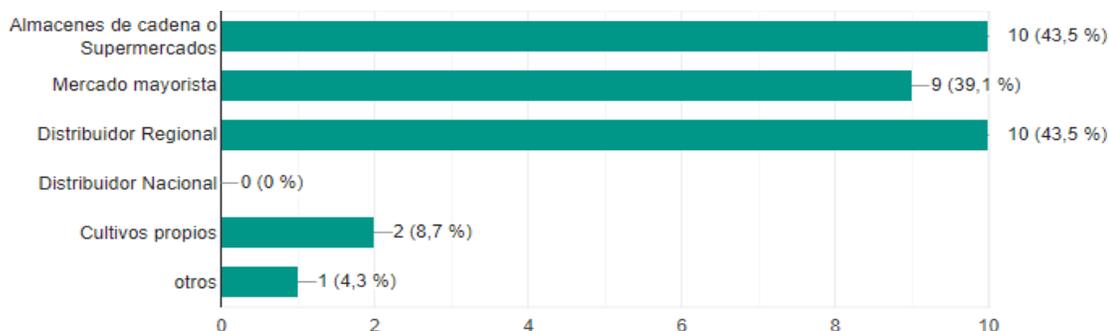
Tabla 10.

Pregunta 6.

ÍTEM	RESPUESTA
Almacenes de cadena o Supermercados	10
Mercado mayorista	9
Distribuidor Regional	10
Distribuidor Nacional	0
Cultivos propios	2
Otros	1

Figura 6.

Pregunta 6.



En la ciudad no hay mucha competencia directa del producto, puesto que los restaurantes afirman que su proveedor es un distribuidor regional con un 43,5% junto a los almacenes de cadena que no cuentan con mucha variedad, el 39,1% lo adquiere por el mercado mayorista ubicado en la Central de Abastos de Cúcuta- CENABASTOS.

Pregunta 7. Si su respuesta anterior fue otros, por favor mencione cual.

Rta: No hubo mención alguna.

Pregunta 8. ¿Momentos de compra de productos germinados?

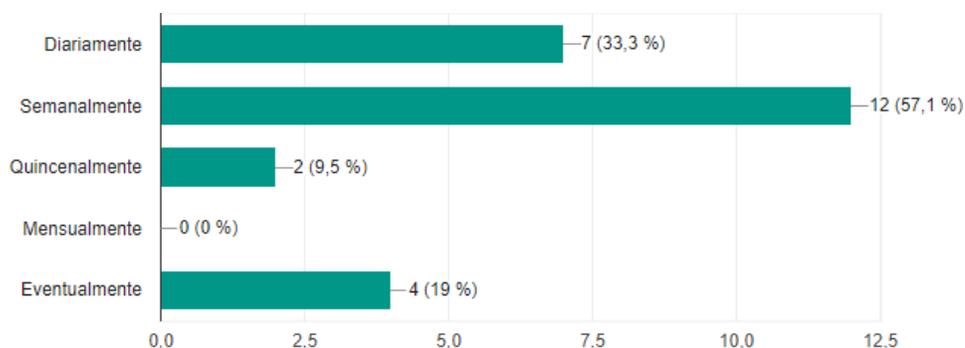
Tabla 11.

Pregunta 8.

ÍTEM	RESPUESTA
Diariamente	7
Semanalmente	12
Quincenalmente	2
Mensualmente	0
Eventualmente	4

Figura 7.

Pregunta 8.



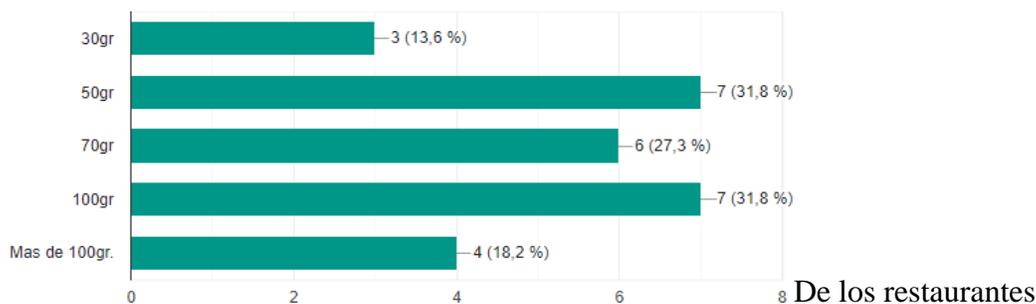
El 57,1% de los restaurantes encuestados hacen el pedido del producto semanalmente, el 33,3% hacen el pedido diariamente, seguido del 19% que realizan el pedido eventualmente.

Pregunta 9. ¿Tamaño de la compra de productos germinados que normalmente realiza?

Tabla 12.

Pregunta 9.

ÍTEM	RESPUESTA
30gr	3
50gr	7
70gr	6
100gr	7
Más de 100gr	4

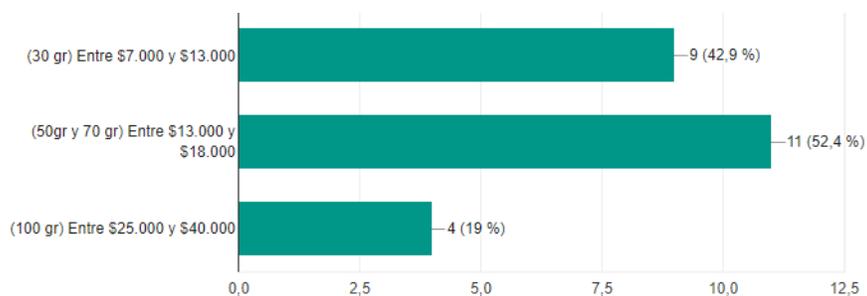
Figura 8.*Pregunta 9.*

encuestados el tamaño de compra semanal que realizan del productogerminado es un pedido alrededor de 50gr (31,8) y 100gr (31,8).

Pregunta 10. ¿Precio actual de los productos germinados que actualmente compra?

Tabla 13.*Pregunta 10.*

ÍTEM	RESPUESTA
30gr entre \$7.000 y \$ 13.000	9
50gr entre \$14.000 y \$20.000	11
70gr entre \$25.000 y \$40.000	4

Figura 9.*Pregunta 10.*

El 52,4% del los restaurantes compran el producto en la cantidad de 50gr y 70gr a un promedioentre \$13.000 y \$18.000 pesos y la cantidad de 30gr con un valor estimado entre \$7.000 y \$13.000

Con un 42,9% y la cantidad de 100gr con un 19% de los restaurantes lo adquieren entre \$25.000 y \$40.000 es decir que los rangos de precio están bien determinados.

Pregunta 11. ¿Señale los criterios que tiene en cuenta en la selección de productos germinados que compra?

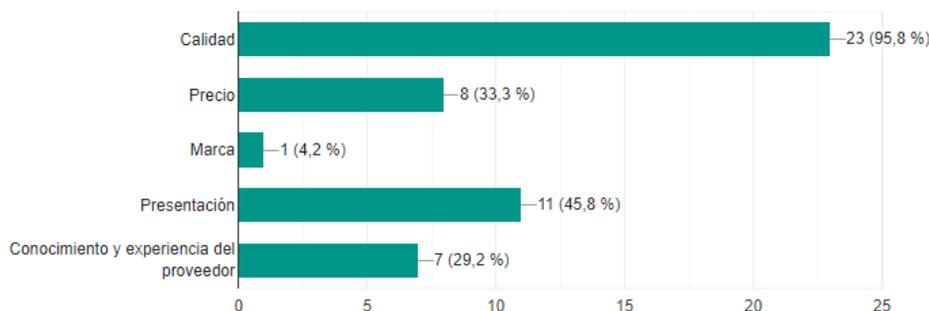
Tabla 14.

Pregunta 11.

ÍTEM	RESPUESTA
Calidad	23
Precio	8
Marca	1
Presentación	11
Conocimiento y experiencia del proveedor	7

Figura 10.

Pregunta 11.



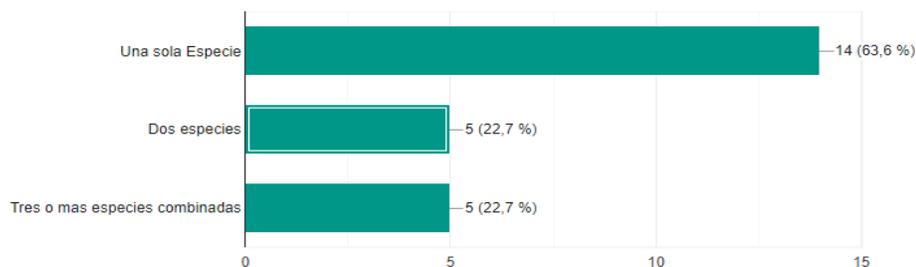
La calidad con un 95,8% es el criterio más importante para los restaurantes de la ciudad de Cúcuta encuestados, esta opción fue la mayor seleccionada, es decir, se debe tener estricto control de calidad a la hora de la comercialización del producto y seguidamente una buena presentación del mismo con una respuesta del 45,8%.

Pregunta 12. ¿En qué presentación prefiere el producto?

Tabla 15.

Pregunta 12.

ÍTEM	RESPUESTA
Una Sola Especie	14
Dos especies	5
Tres o más especies	5

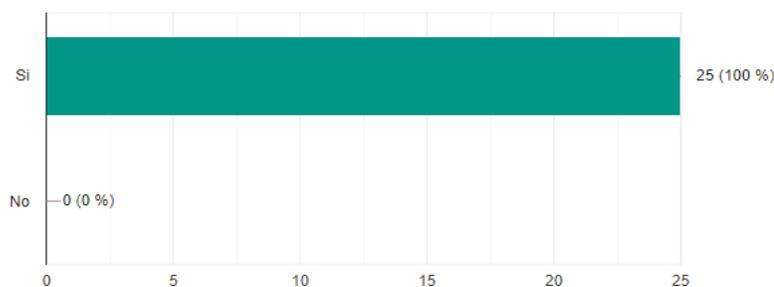
Figura 11.*Pregunta 12.*

Se dio la opción de poder colocar 2 o 3 productos en un mismo recipiente para una estrategia demercadeo del producto, el 63,6% prefiere la presentación de una sola especie, para un mejor cuidado del producto.

Pregunta 13. ¿Estaría de acuerdo en conocer una nueva propuesta de empresa dedicada a la comercialización de productos germinados?

Tabla 16.*Pregunta 13.*

ÍTEM	RESPUESTA
Si	25
No	0

Figura 12.*Pregunta 13.*

El 100% de los restaurantes encuestados, respondieron que estarían interesados en conocer una nueva propuesta de empresa dedicada a la comercialización de productos germinados en la ciudad de Cúcuta, lo cual representa una opinión positiva para el desarrollo del proyecto.

4. Estructura de la Propuesta Empresarial

4.1 Estudio de Mercado

Se evalúan las variables del entorno y se recopila la información necesaria para tomar decisiones relacionadas con el producto por ejemplo la oferta, la demanda, proveedores, competencia, canales de distribución, estrategia comercial, publicidad entre otros.

Para el desarrollo del proyecto se optó por aplicar la encuesta a los 50 restaurantes mencionados de los estratos 4,5, y 6, quienes estuvieron dispuestos a colaborar los cuales se identificaron como posibles clientes. La entrevista se realizó personalmente en cada uno de los establecimientos. (Anexo 2)

4.2 Variables del Entorno

Es muy importante identificar y analizar cuales son los factores externos a la empresa que influyen y todas estas variables presentan riesgos para la empresa.

Tabla 17.

Variables del entorno.

MICROAMBIENTE EXTERNO	MACROAMBIENTE EXTERNO
Proveedores	Físico y natural: clima
Clientes : de consumo, gubernamental, internacional	Demográfico: tamaño. estatus socioeconómico
Competencia	Económico: inflación, desempleo
Marca	Cultural: sociedad. Estilo de vida, valores.
Distribuidores minoristas	Tecnológico: nuevos productos o procesos.
Intermediarios: minoristas, mayoristas	Político: leyes y normas, déficit. Restricciones, impuestos.

4.3 Investigación Comercial

Para que el lanzamiento de este producto sea todo un éxito hay que tener en cuenta los cambios de los consumidores, los germinados van dirigidos a los restaurantes que buscan características novedosas atractivas para sus compradores, mantener buena publicidad, la

tecnología (manejo de la información y las comunicaciones), el internet nos proporciona información continua de los consumidores y la competencia. Para el ciclo de vida de nuestro producto determinamos que se encuentra en fase de aceptación por que ya varios restaurantes gourmet de la ciudad y los más prestigiosos utilizan en sus platos este producto. Esta empresa será la primera en comercializar este producto en esta región, queremos que sea una empresa reconocida y de prestigio con nuestra marca, representativa para los clientes.

4.4 Análisis de la Competencia

Dentro del mercado nacional ya hay empresas que comercializan el producto y se han posesionado como marcas reconocidas, dentro de ellas se menciona Natunova en Valle del Cauca, Pomario en la ciudad de Medellín, y Escarola en la ciudad de Bogotá, entre otras. como competidores directos de la Región,, esta una empresa en el municipio de Chinácota llamada Fruto Sol, y una distribuidora de alimentos frescos ubicada en la Central de Abastos de Cúcuta llamada Guadalupe y los almacenes de cadena como el Éxito y Supermercado los Montes, que venden algunos los productos germinados. En la ciudad de Cúcuta no hay distribuidores exclusivos de este producto.

A continuación relaciono de manera descriptiva los datos de las Empresas mencionadas que ya comercializan el producto.

Tabla 18.

Empresas que comercializan el producto.

NOMBRE	
<p>Pomario  @sospomario www.pomario.co Ubicación Medellín</p>	<p>Empresa creada en el 2014, por cuatro hermanos antioqueños, producen y comercializan productos orgánicos entre ellos los germinados y brotes, la operación inicio en una finca familiar con ventas alpor menor a restaurantes y se han expandido a otras ciudades como Bogotá y Barranquilla, los cultivos se encuentran ubicados en Carmen de Viboral Antioquia, y la planta en Santa Elena. Esta empresa nace como un proyecto de grado y hoy</p>

NOMBRE

<p>Natunova</p>  <p>www.gruponatunova.com Ubicación Valle del Cauca</p>	<p>en día se ha posesionado como una de las principales, Casa hortícola Colombiana productora y comercializadora de vegetales y cultivo de germinados y brotes orgánicos trabaja con 17 especies distintas, y otras 7 en desarrollo, cuentan con alto despliegue comercial y ya han llegado a todo el territorio de San Andrés hasta el Amazonas, sus productos son utilizados en las grandes cadenas de restaurantes tipo boutique, y tienen distribuidores en Medellín y Bogotá. Manejan el canal de venta directo</p>
<p>Escalora</p>  <p>@EscalonaOrganicos www.escalora.co Ubicación Bogotá</p>	<p>Empresa que produce y comercializa alimentos orgánicos y promueve la vida saludable, así como también brindan capacitaciones de modelos de agricultura sostenible, su página educa e instruye a las personas en los productos agrícolas. Vende 4 tipos de germinados.</p>
<p>Germinados Fruto Sol</p>  <p>@germinadosfrutosol www.frutosol.com Ubicación Municipio de Chinácota</p>	<p>Empresa Hortícola Colombiana radicada en el municipio de Chinácota, Norte de Santander producen y comercializan germinados, brotes y/o microverdes, flores comestibles, distribuyen a supermercados de cadena, como Los Montes, Betel, supermercado JM y a los diferentes restaurantes de la ciudad que consumen los germinados como: Olivo, Galileo, Ank, Spezia entre otros. tienen un representante de ventas que los visita constantemente.</p>
<p>GUADALUPE</p>  <p>@GUADALUPEALIMENTOSFRES COS UBICACIÓN CENTRAL DE ABASTOS CÚCUTA</p>	<p>Empresa que pertenece al Grupo Empresarial Aguablan-k S.A.S, fue creada en el 2017, se encarga de distribuir alimentos frescos y sanos para los Santanderes, es distribuidor autorizado de empresas reconocida como Agrícola del Campo, Morenos Ltda., Natunova y Setas, y crea alianzas comerciales con buenas estrategias como: precios estables, servicio de entrega gratis los martes y domingos, forma de pago flexible, suministro diario, programación y seguimiento de compras.</p>

4.5 Estrategias de Posicionamiento

Es importante crear las acciones para llevar nuestra marca y calidad a la mente de nuestro mercado meta.

- Que el producto sea reconocido por su calidad y mantenimiento.
- Mantener vínculo directo con los clientes y brindar un trato justo.
- Cuidar la distribución, dar una imagen de responsabilidad y seriedad.
- Reconocimiento de marca y ampliar línea de productos.
- Material publicitario: prensa, internet, comercio electrónico.

4.6 Producto

Es todo aquello que se ofrece al mercado para su consumo, puede ser tangible o intangible, y es utilizado para satisfacer una necesidad, deseo o gusto.

Acercas de este proyecto, los germinados son un producto aparentemente nuevo a nivel local, por eso es importante dar a conocer y destacar sus propiedades y el valor nutricional que contienen así como la facilidad de adquisición con la creación de una comercializadora.

Para dar a conocer el producto se aplicarán algunas de las siguientes estrategias:

- Fomentar en los clientes potenciales el consumo de los germinados destacando su valor nutritivo y variedad de sabores.
- Permitir que prueben el producto por medio de una degustación y como se puede presentar en diferentes tipos de platos.

Al final del presente trabajo se presentan las clases de germinados a comercializar y sus beneficios. (Ver anexo 3)

4.7 Precio

El precio representa la relación con los costos del producto según la cantidad y tipo, además se da por la satisfacción del cliente que esta dispuesto a dar una cantidad de dinero por obtener el producto. A la hora de fijar el precio se debe tener en cuenta los gastos beneficios y satisfacción del cliente y que seguro estará dispuesto a pagar. También dentro del precio hay que determinar, los gastos de mercadeo, administrativos, el periodo de tiempo y que establezca una

estabilidad de la empresa.

Tabla 19.

Análisis de precios en el mercado.

PRESENTACIÓN	MARCA	PRODUCTO	PRECIO	
50gr	Frutosol	Mostaza	\$10.000	
		Repollo	\$10.000	
		Rugula	\$10.000	
	Pomario	Mix de brotes	\$10.300	
		Rugula	\$7.000	
		Mostaza	\$10.100	
		Arveja	\$11.400	
		Promedio	\$9.820	
75gr	Natunova	Cilantro	\$12.000	
		Remolacha	\$12.000	
		Promedio	\$12.000	
100gr	Frutosol	Alfalfa	\$6.000	
		Fenogreco	\$6.000	
		Mix de germinados	\$14.000	
	Escarola	Lenteja	\$11.000	
		Alfalfa	\$11.000	
	Éxito	Alfalfa	\$5.520	
	Los Montes			
		Alfalfa	\$8.400	
		Promedio	\$8.850	
Mas de 100gr	Pomario	Mix de brotes	\$50.000	
		Rugula		
			\$35.000	
		Promedio	\$42.500	

Fuente: Autores basados en los precios ofertados en las diferentes marcas.

De esta manera, se observa que los precios de los germinados en el mercado, se encuentra alrededor de \$9.800 para presentación a partir de 50 gramos, y \$42.500 para presentación más de 100 gramos, esto de acuerdo al tipo de germinados.

Para nuestro precio de venta nos basamos en el precio de compra, y se decide que el precio de venta será el 30% equivalente al 100%., esto determina que dependiente del tipo de germinado, 50 gramos costaran entre \$10.000 y \$23.000 y los 100 gramos van a costar entre \$20.000 y \$64.000.

4.8 Plaza

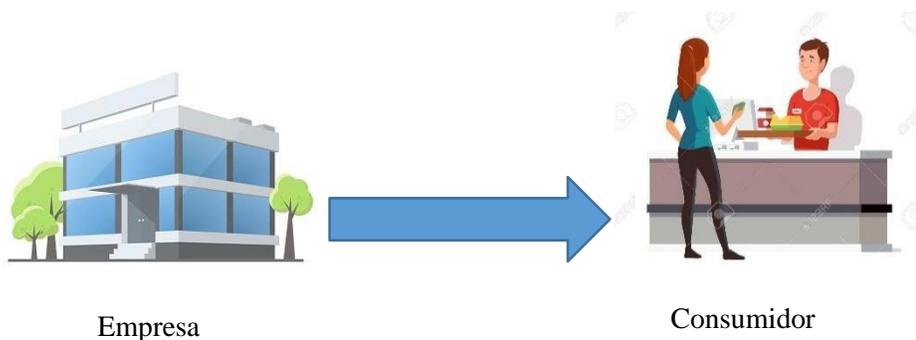
Es el espacio, lugar donde se vende el producto que permite que llegue satisfactoriamente al cliente. Para de la creación de la comercializadora, se debe definir dicha plaza para vender el producto así como los canales de distribución y venta.

4.8.1 Canales de Distribución

Es el camino que recorre el producto, desde el fabricante hasta el consumidor. Para la comercialización de la empresa FLORNATURAL SAS el servicio de entrega es directo por medio del personal de la empresa, ya sea en sus propias instalaciones o en el lugar donde se acuerde con el cliente.

Figura 13.

Canal de distribución directo al consumidor.



4.9 Promoción

La promoción es como se da a conocer el producto, es un elemento de la mezcla de marketing de una empresa, esta es utilizada para persuadir y recordarle la existencia del producto para influir en las necesidades, sentimientos, creencias y comportamientos del cliente.

Algunas de las promociones para dar a conocer el producto son:

- Publicidad y exhibición en puntos estratégicos de venta
- Dar información vía telefónica e internet.
- Publicidad en redes sociales
- Difusión de la importancia nutricional del producto

- Catalogo del producto para los clientes potenciales como lo son restaurantes, hoteles, centros naturistas y supermercados..

Todo esto se da con la visita previa de un vendedor que brinde la información precisa y asegurando la calidad, garantía y confianza con la empresa.

4.9.1 La Marca

Determina la identidad del producto y será la forma como el cliente lo conocerá, así que se ha establecido que el nombre comercial, es “FLORNATURAL”, un nombre fácil de recordar, simple pronunciación y se relaciona con el producto y las características del mismo.

4.8.2 El Logo

Se identificará en el mercado por medio de un imagotipo (Figura) que se caracteriza por la combinación de imagen y texto, el cual, contiene el nombre de la marca del producto (FLORNATURAL), acompañado de una imagen que hace alusión a las plantas.

Figura 14.

Logo del producto.



Para la realización del logo se optó por utilizar los colores; verde y lila:

Verde: Este Color brinda la sensación de calma y equilibrio con la salud y naturaleza.

Lila: Este color representa el lujo, autenticidad, calidad e introspección, con el cual se busca transmitir sofisticación, mostrar la creatividad y una identidad tranquilizadora.

Estos dos colores, combinados, son adecuados para promocionar marcas de productos

alimenticios puesto que incrementan la estimulación a tranquilidad y calidad, por consecuencia a consumir productos saludables y probar nuevos sabores.

4.10 Publicidad

para promocionar la marca de germinados, se utilizaran las redes sociales, ya que ellas generan un alto nivel de alcance, también se tendrá en cuenta otros medios de publicidad físicos como volantes y muestras físicas del producto, dicha publicidad va dirigida a los restaurantes de la ciudadde Cúcuta.

Redes Sociales. Apertura de redes sociales como página web, Instagram, Facebook y WhatsApp, para mantener contacto con los clientes y publicar información destinada a los consumidores, como promociones, características del producto, comerciales, etc. Actualmente, es uno de los medios de comunicación más usados, gracias a que generan un alto nivel de audiencia. Las redes sociales, serán manejadas por la parte administrativa y de gran apoyo al desarrollo de las actividades del encargado del área de ventas.

Volantes. Una forma de hacer publicidad es la entrega de volantes, que es un papel impreso de tamaño aproximado de media cuartilla, en donde, se representa de manera gráfica y didáctica información sobre el producto y se anuncia su presencia en el mercado, con el fin de que las personas lo conozcan.

Tabla 20.

Costo publicidad.

TIPO DE PUBLICIDAD	PROVEEDOR	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL
Redes Sociales	.	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000
Publicidad Radial	Olímpica Estéreo	\$ 1.000.000	3	\$ 3.000.000
Volantes/ 1000 und	Don Gato	\$ 120.000	2	\$ 240.000
Tarjetas de presentación /100 unidad	Don Gato	\$ 50.000	2	\$ 100.000
				\$ 4.840.000

4.11 Estrategias de Promoción

Con todas aquellas acciones que apoyan la promoción del producto.

Los descuentos por volumen de compra. son una manera de incentivar al cliente a comprar una mayor cantidad de unidades de producto, debido a que, su costo por unidad será más económico. De esta manera, se atraerían los clientes teniendo en cuenta el descuento; cabe resaltar que de acuerdo a la cantidad de compra, temporada y tipo de cliente se realizara el descuento, que no afecte el margen de ganancia de la empresa.

Cambios y devoluciones. Cuando se entrega el producto debe estar en las mejores condiciones de venta y consumo, eso es lo mínimo que puede esperar un cliente de un producto. Por esta razón, si por algún caso el cliente recibe un producto en mal estado, lo adecuado sería recibir la devolución del producto inconforme y cambiar la unidad o unidades de producto por otra que se encuentre en buenestado, de esta manera, se aumenta la credibilidad y seriedad de la empresa, dando también la tranquilidad a los clientes que están comprando un producto de calidad, a una empresa que les responderá cualquier tipo de no conformidad.

5. Marco Legal

Todo proyecto se debe regir por el conjunto de normas y reglas que señalan el alcance para la factibilidad del proyecto, tanto para su etapa inicial como en la parte operacional.

5.1 Marco Legal Interno del Proyecto

Para la empresa comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta, se establece que su actividad económica es comercial por la compra y venta del producto.

El origen del proyecto es el aprovechamiento de una oportunidad de negocio, comercializargerminado y la empresa esta constituida como empresa privada.

5.2 Tipo de Proyecto

- a) Según su categoría: el proyecto satisface una necesidad humana al ser un producto consumo producido por el hombre, por lo tanto se determina como prestación de servicio.
- b) Según su actividad económica: es un proyecto comercial.
- c) según su carácter: este proyecto es de inversión privada con ánimo de lucro.

5.3 Clasificación

La empresa se clasifica como microempresa y se ajusta a los requisitos de la ley 1429 para empresas pequeñas con los siguientes requisitos mencionados en el diario oficial del congreso de la republica No. 47.937 29 de diciembre 2010:

- Poseer menos de 10 trabajadores.
- Sus activos deben ser menores de 501 salarios mínimos legales vigentes.

Siendo así, es una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, y se sujeta a los siguientes beneficios que serán buenos para la empresa.

- A las cajas de compensación familiar, al Sena, al ICBF ni a la subcuenta de solidaridad en salud,

no se pagaran los aportes a partir del inicio de su actividad económica en sus dos primeros años. Pagaran los aportes en proporción al 25%, 50% y 75% de la tarifa general establecida los tres años siguientes. A partir del sexto año, la empresa pagará las tarifas plenas de cada uno de estos aportes. (Artículo 5)

- No pagarán el impuesto a la renta en sus dos primeros años a partir del inicio de su actividad económica principal. En los siguientes tres años pagarán este impuesto en proporción al 25%, 50% y 75% de la tarifa general establecida. A partir del sexto año, la empresa pagará la tarifa plena de este impuesto si aplica. (Artículo 4)
- No pagarán el costo de la matrícula mercantil en las cámaras de comercio, en el primer año a partir del inicio de su actividad económica principal. Y en los siguientes dos años, lo pagarán en proporción al 50% y 75% de la tarifa establecida para ese pago. (Artículo 7)

5.4 Objeto Social

Para la definición del objeto social se tiene como primer referente la ley 1258 del 2008 que en su artículo cinco expresa: “Una sociedad por acciones simplificadas S.A.S, realizará cualquier actividad comercial o civil siempre y cuando esta sea lícita, [...] y establece que los interesados no están bajo ninguna norma de señalar de forma completa o clara las actividades principales de las SAS en el respectivo contrato o acto jurídico de constitución”. (Republica, 2008)

La empresa se establece con razón social “FLORNATURAL SAS”.

5.5 Registro Cámara de Comercio

Esta entidad promueve la creación de empresa, y teniendo ya definida la actividad económica, realizamos el registro y formalización del negocio, esto genera seguridad, y confianza para los empleados, proveedores, clientes y la comunidad en general.

Trámites: (Cámara de Comercio de Cúcuta)

Para mencionar este proceso nos guiamos por las indicaciones de la entidad Cámara de Comercio de Cúcuta en el siguiente (enlace) y los cuales mencionamos a continuación:

5.5.1 Consulta del nombre comercial

- Nombre o razón social de la empresa: FLORNATURAL SAS
- Institución: <http://www.cccucuta.org.co>
- Clasificación: economía, industria, comercio y servicios.
- Descripción: trámite para la consulta del nombre, los empresarios deben utilizar para constituir su empresa con el objetivo de repetir nombres y evitar errores.
- Requisitos: tener claridad en el nombre que se va a consultar.
- Costo: ninguno.

5.5.2 Consulta de marcas y patentes:

- Institución: superintendencia de industria y comercio.
- Clasificación: economía, industria, comercio y servicios.
- Descripción: Este trámite de consulta de marca es para evitar colocar a su producto una marca ya registrada.
- Requisitos: diligenciar un formulario gratuito.
- Costo: tarifa vigente.

5.5.3 Consulta del código CIIU

- Consulta de actividad de actividad comercial -CIIU
- Tipo de documento: página HTML
- CIIU es la clasificación industrial internacional de todas las actividades económicas, agrupa las actividades por categorías, facilitando así, el manejo de la información para el análisis estadístico y económico.
- Se debe conocer la clasificación de la actividad de la empresa según el código CIIU, para

diligenciar el formulario de inscripción.

- Por lo tanto la empresa comercializadora de germinados y flores comestibles pertenecería a la sección G y corresponde al: comercio al por mayor y menor de productos

alimenticios con el código 463.

5.5.4 Consulta del uso de suelos

- Institución: Departamento administrativo de Planeación Municipal.
- Clasificación: economía, industria, comercio y servicios.
- Descripción: Este trámite para consultar el uso de suelo se lleva a cabo por quienes van a constituir la empresa.
- Requisitos: se deben diligenciar los siguientes formatos:
 - ✓ Caratula única empresarial.
 - ✓ Anexo matricula mercantil.
 - ✓ Anexo DIAN.
 - ✓ Anexo formulario CAE.

5.6 Registro ante la DIAN

Según la DIAN en la resolución numero 000139 menciona que las personas naturales, están obligadas a declarar renta, complementarios e ingresos y patrimonio correspondientes al año gravable, para esto deben informar la actividad económica principal que le corresponde según la clasificación indicada en el artículo 1 de la presente resolución (139 / 2012-11-21 / DIAN), Para la creación de una empresa y efectos de control y determinación de impuestos y demás obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias para esto Enel artículo 2 de la citada resolución el DANE, establece: ...“El Código de Actividad Económica establecido en la CIU Rev. 4 A. C., deberá utilizarse de manera obligatoria por todas las entidades de carácter privado o público que produzcan información estadística identificando la actividad económica principal

para la asignación correcta del código...” la DIAN adopta la clasificación de actividades económicas LA SECCION CIIU Rev. 4 A.C. (comercio, 2012)

5.6.1 Inscripción del RUT.

El registro único tributario (RUT) es el mecanismo que sirve para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades, se realiza mediante la inscripción donde se consigue el número de identificación tributaria llamado (NIT) ante la DIAN.

5.7 Constitución Legal de la Empresa

El documento de constitución de empresa se realiza mediante una escritura publica que se envía a un notario para que revise y apruebe esto conforme al artículo 22 de la ley 1014 de 2006, decreto reglamentario 4463 de 2006.

5.8 Licencias y Autorizaciones

Para abrir al público un establecimiento de comercio, la empresa se debe regir de las normas vigentes y cumplir con los requisitos básicos con la entidad encargada y con la policía que también se encarga de vigilar que se cumplan dichas normas. Así que para facilitar el funcionamiento de la empresa comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta, se relacionan las entidades encargadas para dicho trámite que son:

- Secretaría de Convivencia Ciudadana (Secretaría de Gobierno)
- Secretaría de Hacienda Municipal Departamento Administrativo
- Área Planeación Corporativa y de Ciudad
- Comité Local para la Prevención y Atención de Desastres (CLOPAD)
- Secretaria de Salud Municipal.
- Secretaría de Hacienda Departamental.
- Instituto Departamental de Salud.
- Corporación Autónoma Regional de la Frontera Nororiental – CORPONOR.

- El Cuerpo de Bomberos Voluntarios de San José de Cúcuta. SAYCO y ACINPRO.

Estos son los documentos que se relacionan al momento de constituir el negocio, y que son de vital importancia legal al crear la empresa **FLORNATURAL SAS**:

Figura 15.

Documentos exigidos para constitución de la empresa.



A continuación se relacionan los requisitos básicos que La empresa **FLORNATURAL SAS** debe cumplir para el funcionamiento como establecimiento de comercio. Por ser una comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta.

1. Obedecer con las normas alusivas al uso del suelo.
2. Efectuar las reglas sobre la intensidad auditiva y horarios permitidos.
3. Guardar las normas de sanidad y ambientales.

Se mencionan las normas sanitarias a cumplir según la ley 9 de 1979.

- Sus áreas deben estar limpias y ubicadas lejos de focos de contaminación.
- Los conductos, tubos o tanques de almacenamiento de agua, deben permanecer limpios y en adecuadas condiciones de mantenimiento para evitar la contaminación del agua potable.
- El agua utilizada debe provenir de una fuente segura y apta para el desarrollo de la actividad.
- Se debe garantizar un control de plagas mediante la adopción de mecanismos y procedimientos efectivos, como por ejemplo, fumigación bajo procedimientos establecidos
- Asegurarse que las empresas que realicen estos procedimientos tengan evaluación favorable emitido por la Secretaria Municipal de Salud.
- Contar con un servicio de baños con adecuada ubicación, señalización, dotación, y encontrarse perfectamente limpios y divididos por género.
- Conserve sus Instalaciones locativas en buen estado, (techos, paredes, pisos, incluyendo servicios sanitarios), verificar que las condiciones de ventilación e iluminación sean las adecuadas para la conservación de los germinados y plantas mientras su momento de distribución al consumidor final.
- Las personas que manipulen los productos deben estar uniformadas y guardar las reglas básicas sanitarias.
- Cuando haya manipulación de las plantas se debe tener especial cuidado en su almacenamiento, temperatura, exposición, ventilación, olor, empaque, transporte, rotulado y vigencia.

- Todo el personal debe conocer y adoptar las medidas básicas de seguridad industrial, primeros auxilios, salud ocupacional y el uso de los E.P.P (Elementos de Protección Personal).
- Los recipientes para residuos deben estar exclusivamente destinados para este uso, debidamente ubicados, identificados y protegidos (con tapa)

6. Estudio Técnico

Este conforma una etapa importante del proyecto donde se contemplan los aspectos técnicos operativos en el uso eficiente de los recursos de la empresa para la comercialización del producto.

Con el estudio técnico se puede analizar y establecer el tamaño, lugar e inversión además de la organización para el funcionamiento y operación del proyecto, también de aquí se valoran las variables necesarias para el estudio financiero.

6.1 Objetivos del Estudio Técnico

6.1.1 Objetivo General

Establecer las condiciones eficientes para la comercialización de los germinados con la más alta calidad.

6.1.2 Objetivos Específicos

- Precisar la localización de la empresa.
- Elegir el proceso de comercialización y ventas.
- Detallar los equipos y estructuras necesarias para el funcionamiento de la empresa
- Establecer la estructura organizacional

6.2 Determinación del Tamaño del Proyecto

El proyecto pretende comercializar aproximadamente 31.250 unidades semanales, para satisfacer la demanda de acuerdo a los datos que arrojó la encuesta dirigida a la población estudiada que fueron 50 restaurantes de la ciudad de Cúcuta, de los cuales 25 encuestados manifestaron en la (pregunta 8) que su consumo promedio semanal de compra del producto es de 150 gramos de todas las especies y tomando en cuenta que fue una muestra pequeña y en la ciudad hay muchos más restaurantes.

Capacidad

Esta se basa en tener los recursos necesarios para cumplir con la necesidad de los clientes, es esa capacidad real de comercializar el producto y puede ser dada en tiempo, volumen y peso.

El producto tiene una demanda creciente, debido a que se desea tener cada año una mayor participación del mercado, una vez determinados los pedidos de germinados se programa la producción del mismo, el peso, y tiempo de entrega.

Factores que intervienen en el tamaño del proyecto

Existen otras variables que influyen en relación con la demanda, proveedores, equipos, localización, tecnología y financiamiento. Aquí se mencionan otros factores que intervienen en el Tamaño como son:

- **Dimensión del mercado:** el objetivo del proyecto es la creación de una empresa comercial para suministrar germinados supliendo así necesidades alimenticias con un producto innovador.
- **Disponibilidad del producto:** En este caso si no se cuenta con el insumo para la producción del producto, esto afecta directamente con las ventas, la demanda y puede deteriorar la imagen de y expectativas que se tiene del proyecto. En segundo plano, también la acumulación de un stock inventario debido a una falta de rotación (por estrategias equivocadas en la venta y promoción) esto conllevaría a generar grandes pérdidas para la empresa.
- **Capacidad de financiación:** El capital disponible para el inicio del proyecto depende de alguna entidad pública o privada.
- **Capacidad administrativa:** Para una buena gestión en la administración de los recursos de la empresa, se requiere de un buen manejo en esta área para el logro de los objetivos utilizando las herramientas eficientemente como lo son tecnológicas, el recurso humano, el manejo de presupuesto, compras, ventas y contabilidad entre otras.
- **Problemas de orden institucional:** desde el inicio se debe fomentar a una cultura organizacional positiva que permita dando a conocer a cada uno de los miembros sus funciones así como la

misión, visión y objetivos de la empresa para todos puedan velar por este cumplimiento.

6.3 Estudio de Localización

Al determinar el lugar donde se va a ubicar la empresa comercializadora de germinados se debe tener en cuenta los factores económicos y analizar la estrategia para los clientes que permita con el tiempo maximizar el proyecto.

Para determinar este lugar se busca que sea un sitio estratégico, cómodo y adecuado en cuanto al valor del arriendo y que cuente con todos los servicios necesarios de (agua, luz, teléfono, internet), también que sea un lugar de fácil acceso para atender proveedores y clientes, que facilite cumplir con los tiempos de entrega del producto.

6.3.1 Factores que determinan la localización.

Factores importantes al determinar la localización:

- Costo alquiler del local
- Ubicación cercana a los clientes potenciales
- Buena Visibilidad del establecimiento
- Comunicaciones y facilidad de acceso
- Servicios de urbanización básica (agua, luz, internet... etc.)
- Políticas, reglamentos y disposiciones del gobierno
- Los Factores ambientales que puedan afectar el proyecto.

Figura 16.

Mapa localización del proyecto.



Se deben evaluar las alternativas de ubicación para la empresa y se analizan cuantitativamente y cualitativamente por los factores de localización.

Análisis de localización. Se realiza un análisis ponderado comparando entre si las alternativas asignando un puntaje a cada factor, siendo 1 el menor valor y el 2 o 3 de mayor valor sucesivamente.

Tabla 21.

Zona seleccionada para la evaluación de factores.

UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
Zona industrial	Área la ciudad donde se llevan a cabo diferentes tipos de procesos industriales y/o de comercialización y/manufactura	1
Barrio San Luis	Hace parte de la comuna oriental de la ciudad, ubicada en la zona central, es una zona residencial la cual se ha caracterizado por un crecimiento económico.	2
Zona Centro	Conocida como la comuna 1 de la ciudad, esta zona está comprendida por los barrios (Contento, el Páramo, el Centro, la Playa, barrio Latino, el Callejón, el Llano y la Sexta), es la zona más comercialde la ciudad, en donde se presencian diferentes tipos de actividades industriales, comercio, manufactura, fabricación, bancos, centros comerciales entre otros	3

Se analiza el puntaje en la tabla y observamos que la zona centro específicamente el barrio la Playa, es la mejor alternativa para la empresa comercializadora de germinados.

Tabla 22.

Barrios con proximidad al mercado.

PROXIMIDAD A LA DEMANDA	PUNTAJE
Zona industrial	1
Barrio San Luis	2
Zona centro	3

Analizando la tabla se observa el puntaje más alto en la proximidad al mercado es la zona

Centro

Tabla 23.*Vías de acceso.*

VÍAS DE ACCESO	PUNTAJE
Zona industrial	2
Barrio San Luis	3
Zona centro	2

Se analiza en la tabla y se observa el mayor puntaje en vías de acceso es el Barrio San Luis.

Tabla 24.*Transporte.*

TRANSPORTE	PUNTAJE
Zona industrial	3
Barrio San Luis	1
Zona centro	2

Se analiza en la tabla la facilidad de transporte con mayor puntaje es la zona Centro.

6.3.2 Resultados

De acuerdo al instrumento anterior se puede observar que la calificación con mayor puntaje radica en la localidad zona centro, de la cual destacamos el Barrio la Playa como lugar de localización de empresa. En este barrio se da una ubicación central y competencia media, también es un barrio que está ubicado cerca de la zona de los restaurantes más populares, también es posible encontrar allí una casa grande y/o oficina adecuada, para la instalación de la empresa, en buenas condiciones que permitan llevar a cabo los procesos logísticos de entrega.

La zona presenta buen acceso a servicios públicos, como energía, acueducto, alcantarillado y recolección de basura.

6.4 Descripción del Proceso de Comercialización Proveedores.

Nuestro proveedor es un Agrónomo de la Ciudad de Rio Negro Antioquia, Los cultivos de germinados se siembran en un invernadero para controlar el agua, pesticidas, insectos y temperatura, allí el clima favorece la conservación, el cuidado del producto no solo depende del proveedor o del consumidor final, este cuidado comienza incluso antes de que el proveedor haya plantado la semilla. El cultivador sabe cortar el brote para tomar todas las propiedades del producto si se corta muy tarde pasaran pronto de su mejor momento.

Los tipos de germinados a comercializar son: Rugula, Mostaza, Remolacha, Alfalfa, repollo morado que son los más demandados según la encuesta que se realizó de los cuales se especifica su valor de costo.

Tabla 25.

Costo del producto.

PRODUCTO	COSTO UNIDAD	Cantidad/gr	COSTO SEMANA L	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Rugula	\$190	7.500	\$1.425.000	\$ 5.700.000	\$ 68.400.000
Alfalfa	\$ 60	7.500	\$ 450.000	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000
Cebolla	\$ 63	7.500	\$ 472.500	\$ 1.890.000	\$ 22.680.000
Repollo morado	\$180	7.500	\$1.350.000	\$ 5.400.000	\$ 64.800.000
Remolacha	\$144	7.500	\$1.080.000	\$ 4.320.000	\$ 51.840.000
		37.500	\$ 4.777.500	\$19.110.000	\$320.320.000

6.4.1 Recepción

Para una optima entrega del producto se debe utilizar un buen método de embalaje, en especial de parte de los cultivadores y exportadores, que permita que el producto llegue en

buenas condiciones al destino. En el caso de los germinados muchos son empacados con agua o con humedad para el transporte, este método permite que no se sequen los tallos y obtienen un suministro de agua constante y sin químicos para el consumo. Al utilizar un buen embalaje como este caso, protege los brotes y asegura que lleguen en buenas condiciones con daños mínimos, igualmente cuando se deben refrigerar y mantener a temperatura de 4 a 5 C.

6.4.2 Preparación

Para la preparación del producto recibido se debe separar el área donde se apilará el producto, al igual que el empaque separado por tamaños, dejando espacio para acondicionar la mercancía.

Tener una buena organización con el fin de que al finalizar el proceso se pueda deshacer eficientemente de las basuras y desperdicios del producto. Mantener todas las zonas limpias así como las herramientas y equipos cada vez que se vayan a utilizar.

6.4.3 Revisión

Una vez que se reciba la mercancía pedida, se realiza una rápida inspección para verificar si concuerda con las condiciones acordadas con el proveedor en cuanto al embalaje y humedad del producto para su conservación. Se realiza la apertura de los empaques con cuidado para desempacar el producto y se organizan según su tipo con la temperatura adecuada, es importante verificar que lleguen sanos libres de plagas, tallos, hojas y de daños que puedan ocasionar la temperatura o el transporte.

6.4.4 Acondicionamiento

Una vez recibido y revisado se acondiciona de 4 a 6 horas esperando que se hidrate el producto y mejore la absorción del agua para asegurar que perduren hasta su entrega al cliente final, Todas las mercancías se almacenan en cuarto frío, separados por cada tipo de germinados y también separar a los que están más frescos con los que llevan días y usar estos últimos primero.

6.4.5 Almacenamiento

Refrigeración. Para que los germinados duren mas tiempo se deben preservar con una adecuada temperatura de día y noche. También es indispensable la circulación de aire pero de una manera suave para que la pérdida de agua sea baja.

Temperatura. Según los análisis recomiendan un promedio de refrigeración de 6 a 8C y varia de acuerdo a la especie de cada planta.

6.4.6 Rotación de materia prima

La rotación es importante asegurando que se incorporen brotes frescos, en los diferentes pedidos y que los desperdicios se reduzcan lo mínimo posible. No se deben mezclar diferentes tipos de brotes en un solo recipiente a excepción que sea para entrega inmediata porque el cliente asi lo requiere.

Es importante mantener una constante capacitación al personal acerca del cuidado de este tipo de productos, con los germinados es fundamental el éxito profesional en el trato y cuidado asi como el conocimiento del proceso de manipulación.

6.4.7 Pedido de germinados

Una vez analizado el mercado, se continúa con las visitas de los posibles clientes para ofrecer elportafolio de productos, El cliente puede generar el pedido a través de:

- Visita del vendedor
- Visita directa a la empresa
- Página web
- Redes sociales

Se recibe el pedido se confirma el stock del producto y luego se dispone a la entrega y el pagodel producto.

6.4.8 Proceso de Envasado

Los germinados como absorben el calor del sol, deben pasar por un tratamiento de prevención ehidratación, es un tratamiento en frio para su conservación y así se mantienen listos para su entrega a nuestros clientes.

Todas las variedades de germinados de primera calidad se agrupan, deben ser pesadas para luego envasarlas y etiquetarlas según la cantidad solicitada, los pedidos son en gramos, se envasan las flores en varios diseños, diferentes empaques, de acuerdo con las instrucciones del cliente.

- Se agrupan de acuerdo al mismo tipo de brote y cuando se reparten los pedidos se envasan con la variedad de productos, Todo empaque lleva el logo de la empresa y la etiqueta con las instrucciones del producto.
- Si el cliente lo desea, y si tiene diseños propios, podemos envasar el producto pedido según sus indicaciones.

6.4.9 Tipos de empaque

Figura 17.

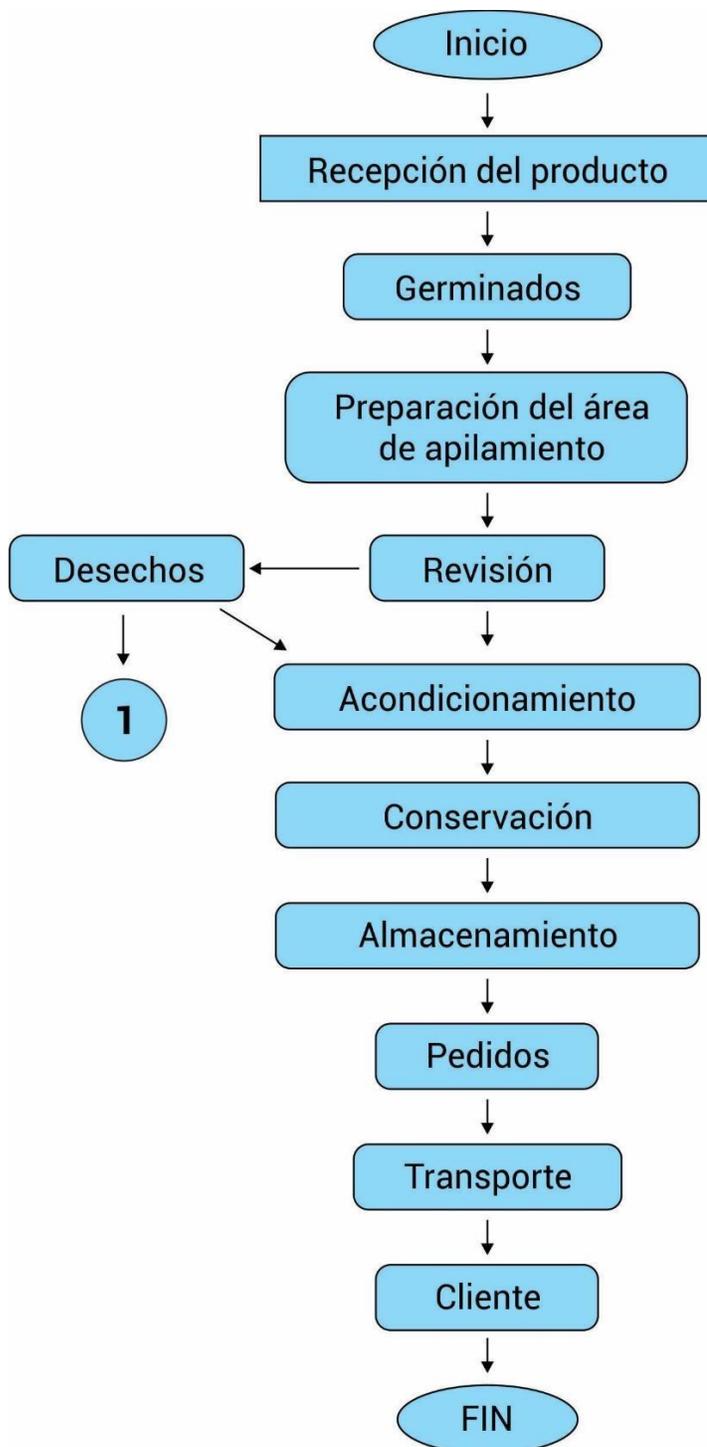
Tipos de empaque.



6.4.10 Flujograma

Figura 18.

Flujograma del proceso comercial de germinados en la ciudad de Cúcuta.



6.5 Determinación del Recurso Humano

6.5.1 Cargos Operaciones

- 1 persona con experiencia de un año en el manejo de plantas y manipulación de alimentos, nivel de educación medio, las cuales se encargarán de la recepción de los productos, la revisión el almacenamiento, conservación, y empaquetado.
- 1 persona como secretaria con conocimientos en manejo de las bases de sistemas y nivel educación medio para llevar el control de los productos y demás.

6.5.2 Servicios generales

- 1 persona de entre 25 y 40 años con nivel de educación media, encargada del aseo, limpieza del baño, bodega y la oficina. la cual debe estar limpia ya que se manejan productos comestibles.

Gerente o Administrador:

- 1 persona que se encargara de administrar la empresa.

6.5.3 Vendedor

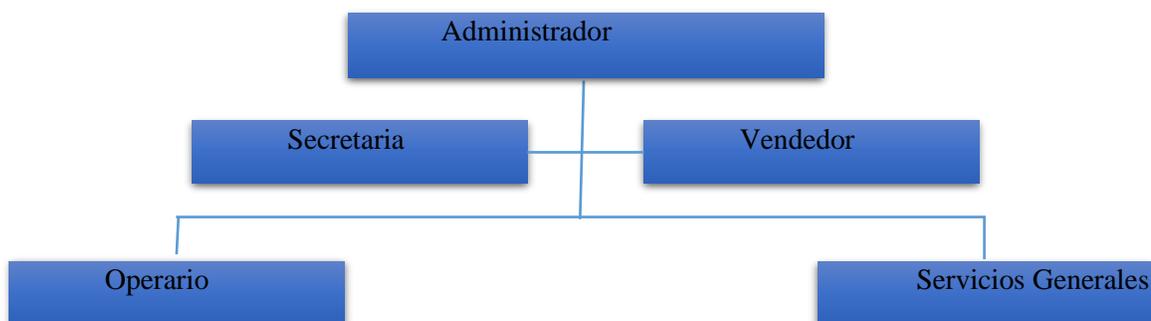
- 1 persona con experiencia 4 años en ventas, servicio al cliente, buena actitud y presentación, manejo de redes y portafolio de productos, pagina web.

Todos estarán laborando 8 horas diarias 5 días a la semana y los sábados medio día.

6.6 Estructura de la Empresa Comercializadora de Germinados

Figura 19.

Organigrama.



6.6.1 Manual de Funciones

En este documento se establecen las responsabilidades o funciones del personal que trabaja para en la empresa describiendo cada uno de los cargos.

Tabla 26.

Funciones para el cargo de administrador

MANUAL DE FUNCIONES	
Cargo:	Administrador
Dependencias a cargo:	área administrativa, ventas, área operativa
Objetivo:	Vigilancia y control del funcionamiento de la empresa
Formación:	Administrador de empresas
Experiencia:	1 año
Habilidades	
Capacidad de delegar	
Habilidad para la comunicación	
Habilidad para la solución de problemas	
Habilidad para la toma de decisiones	
Responsabilidades a tener en cuenta	
Supervisar todos los procesos llevados a cabo en la empresa.	
Corregir problemas que se presenten en la empresa.	
Promover la correcta administración de los recursos.	
Hacer seguimiento a todas las áreas.	
Velar por el cumplimiento de los proveedores.	
Ser la cara visible de la organización	
Velar por el cumplimiento de las normas técnicas y de salubridad	

Tabla 27.

Funciones para el cargo de Operario.

MANUAL DE FUNCIONES	
Cargo:	Operario
Dependencias a cargo:	empaque, control de calidad, despachos
Objetivo:	asegurar la calidad de recepción y despacho del producto
Formación:	técnico en higiene y manipulación de alimentos, técnico en logística y despacho de productos

EXPERIENCIA 1 AÑO

:

Habilidades	
Habilidad para la comunicación asertiva	
Habilidad para la solución de problemas	
Habilidad para implementar mejoras	
Responsabilidades a tener en cuenta	
Controlar el área de recibimiento y despacho del producto	
Hacer buen uso de los recursos	
Planear mantenimientos preventivos de los materiales	
Mejorar la eficacia de los procesos de almacenamiento.	
Verificar que el producto a entregar cumpla con la calidad	
Reportar cualquier inconveniente o inconsistencia de los recursos	
Revisión del almacenamiento y conservación del producto.	
Mantener buenas relaciones con las demás áreas de la empresa	

Tabla 28.*Funciones del cargo de Vendedor.***MANUAL DE FUNCIONES**

Cargo:	Vendedor
Dependencias a cargo:	Área de ventas y publicidad
Objetivo:	Organizar actividad de promoción y publicidad y venta del producto
Formación:	Técnico en ventas, grado en comercio y marketing empresarial
Experiencia:	4 año en ventas, marketing y publicidad y manejo de redes sociales
Habilidades	
Conocer el proceso de ventas	
Cualidades de liderazgo, entusiasmo e iniciativa	
Capacidad de escucha	
Creatividad	
Actitud positiva	
Honradez en la gestión de venta	
Dotes de comunicación	
Responsabilidades a tener en cuenta	
Ofrecer y vender el producto	
Visitar a los clientes	
Crear estrategias de mercadeo	

Conocer el producto
Crear y controlar estrategias de marketing para la promoción del producto
Buscar nuevos clientes
Constante comunicación con los clientes acerca de su experiencia con el producto
Llevar registro de ventas
Fidelizar a los clientes
Representar a la empresa
Vigilar las normas técnicas y de salubridad del producto.

Tabla 29.

Funciones de la Secretaria o Asistente Administrativo.

MANUAL DE FUNCIONES

Cargo:	Secretaria o Asistente Administrativo
Dependencias a cargo:	Área administrativa
Objetivo:	Asistente de las áreas
Formación:	técnico Administrativo
Experiencia:	no aplica
Habilidades	
Capacidad para la solución de conflictos	
ser organizado	
Capacidad para las relaciones interpersonales	
Dinámico y proactivo	
Responsabilidades a tener en cuenta	
Recibir a los clientes	
Atender llamadas, correos, correspondencia que entra y sale	
Redactar archivar, y revisar documentos	
Organizar documentos, digitales y físicos.	
Programar las reuniones de negocios, entrevistas, citas, eventos y actividades y su cumplimiento.	
Contactar a los clientes y gestionar los reclamos.	
Asistir a la solución de problemas Administrativos	
Ser una persona capaz de motivarse con un trabajo	
Ser amable y respetuoso	
Capacidad de seguir instrucciones	
Buena presentación personal	
Buen manejo de servicio al cliente.	
Saber utilizar herramientas digitales para registrar pedido y entregas	

Tabla 30.*Relación del personal.*

CARGO	# PERSONAS	PERSONAL
Administrador	1	hombre o mujer
Secretaria	1	mujer
Vendedor	1	hombre o mujer
Operario	1	hombre
Aseo	1	mujer
TOTAL	5	

Tabla 31.*Balance del personal.*

Empleos y Mano de Obra			
Mano de Obra Producción (Operativa)	unid.		2,0
Empleos Administrativos	unid.		2,0
Empleos Comerciales	unid.		1,0
Total Personal	unid.		5,0

Tabla 32.*% Obligaciones patronales.*

% DE NÓMINA A CONSIDERAR	%
Salud	8,5%
Pensión	12,0%
ARL	0,52%
Prestaciones sociales (cesantías, primas, vacaciones, intereses cesantías)	17,7%
Parafiscales (caja de compensación)	9,0%
Total	47,2%

Fuente: Legislación vigente Colombiana

Tabla 33.

Asignación Salarial.

Costos de Mano de Obra Directa (MOD)							
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Cargo	Número meses en el cargo primer año operación	Número de ocupantes del	Número de ocupantes del cargo	Salario Mensual			
Nómina							
Operario 1	8,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	\$ 1.160.000,00
Operario servicios generales	8,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	\$ 1.160.000,00

Salarios Colaboradores Administración y Ventas			
Factor Prestacional		47,2%	
Cargos Primer Año de Operación	Número meses en el cargo primer año operación	Número de Ocupantes del Cargo	Salario Mensual
Administración			
Gerente	12,0	1,0	\$ 2.200.000,00
Secretaria	8,0	1,0	\$ 1.160.000,00
Subtotal		2,0	\$ 3.360.000,00
Ventas			
Asesor comercial	8,0	1,0	\$ 1.160.000,00

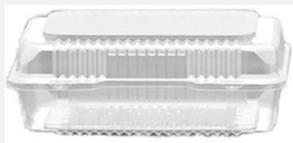
6.7 Insumos

Insumos de embalaje, para empacar el producto al gusto de los clientes y las cantidades.

Tabla 34.

Insumos de embalaje, para empacar el producto al gusto de los clientes y las cantidades.

ENVASE PLÁSTICO

<p>Descripción: contenedor transparente de polietileno Altura: 9.0Cm Ancho: 19.0 Cm y largo: 25.0Cm CAJAX200 unidades/ paquete x 100 und</p>	
<p>Descripción: contenedor polietileno ovalado de 3 divisiones Altura: 4.8 Cm Ancho: 14.5 Cm y largo: 23.5 Cm CAJAX 300 unidades/ paquete x 100 und</p>	
<p>Descripción: contenedor transparente Altura: 8.5 Cm Ancho: 14.0 Cm y largo: 18.0 Cm CAJAX 200 unidades/ paquete x 100 und</p>	
<p>ROLLO DE PAPEL ABSORBENTE Descripción: toalla para alimentos absorbente y resistente triple hoja sin aroma Alto: 22.5 Cm Ancho: 49Cm largo: 57.5 Cm Capacidad: 240 hojas Paquete x 2 rollos</p>	

6.7.1 Insumos de almacenamiento: para empaques, materiales y producto.

- Estantería y Frigorífico para la refrigeración de los germinados.

Tabla 35.

Estantería y Frigorífico para la refrigeración de los germinados.

ESTANTE

Descripción: estante plástico solido de 12” con 5 niveles
Peso: 4,4 Kg
Dimensiones: 63 x 32x 22 Cm



FRIGORÍFICO

Descripción: Enfriador vertical Vvsl25b11 de lamina galvánica, puerta abatible y de cristal
Altura: 208,4
Frente: 110 fondo: 67.8
Capacidad: 707 L



MESA EN ACERO INOXIDABLE

Descripción: mesa en acero inoxidable
Calibre 20 refuerzos en U, tapas en acero, tuberíacuadrada de 1/2 calibre 18 y pines niveladores



BALANZA GRAMERA

Descripción: Balanza gramera digitalPlato: 5Kl ligera
18 y pines niveladores



SILLA PLASTICA

Descripción: Silla Vanyplas Bambu sin brazo blanca
Resistencia 120 kg



Tabla 36.*Relación Maquinaria y equipo***MAQUINARIA Y EQUIPOS**

Estantería	Unidad	2	154.700	309.400
Enfriador Vvs125bll	Unidad	1	6.106.000	6.106.000
Mesa en acero	Unidad	2	1.579.000	3.158.000
Balanza gramera digital	Unidad	2	110.000	220.000
Silla	Unidad	4	34.900	139.600
Contenedor transparente 19x25 caja/200unid	Unidad	2	209.000	418.000
Contenedor ovalado de 3 divisiones caja/200unid	Unidad	1	350.000	350.000
Contenedor transparente 14x18 caja/200unid	Unidad	2	136.000	272.000
Toalla Absorbente caja/24 rollos	Unidad	2	224.200	448.400
				11.421.400

6.8 Transporte del producto.

Para el transporte de los productos se decide mediante el proceso de Outsourcing que es la subcontratación de vehículo a tercero para que por medio de ellos se realice la actividad de entregas.

6.9 Equipo de oficina

Para cumplir con las funciones en el área administrativa, se ha considerado el requerimientos de los equipos de computo, muebles y enseres, contenidos en la tabla #40 , estos equipos seleccionados por su calidad, precio y reconocimiento de marca en el mercado.

La siguiente tabla contiene la justificación de la razón por la cual se ha determinados el numero de equipos de oficina a adquirir.

Tabla 37.

Justificación de equipos de oficina.

Activos	Cantidad	Justificación
Escritorio	4	Requeridos para los puestos del Administrador, asistente, contador y vendedor.
Silla para escritorio	4	Requeridas para los puestos de Escritorio
Silla para oficina	8	Sillas de atención al cliente en los escritorios
Archivador	2	La empresa contara con 2 archivadores que estarán ubicados en la parte administrativa.
Aire Acondicionado	2	Se instalaran 2 aires, uno en el área administrativa, y el otro en la parte operaria.
Teléfono	1	La empresa contara con un teléfono inalámbrico
Computadores	4	Se instalaran 4 computadores
Impresora	1	Ubicada en el área administrativa para que el resto del personal tengo acceso.
Dispensador de agua	1	Se ubicara dentro de la empresa.

Tabla 38.

Equipos de oficina.

Muebles y Enseres				
Archivador	Unidad	2	260.000	520.000
Escritorio	Unidad	4	249.900	999.600
Silla escritorio	Unidad	4	159.900	639.600
Dispensador de agua	Unidad	1	446.900	446.900
Aire acondicionado	Unidad	1	1.339.900	1.339.900
Subtotal Muebles y Enseres				3.946.000
Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas				
Computador todo en uno HP 22-dd0519i0l	Unidad	4	1.199.000	4.796.000
Impresora estándar Epson C11CD76303	Unidad	2	449.900	899.800
Teléfono inalámbrico	Unidad	2	85.900	171.800
Subtotal Equipos de Comunicaciones, Computación				5.867.600
TOTAL				9.813.600

7. Estudio Financiero

El estudio financiero, comprende una de las etapas finales en la elaboración de un proyecto de inversión, mediante el cual, se pretende determinar la viabilidad económica y financiera de la empresa comercializadora de germinados en la Ciudad de Cúcuta; para ello se tendrá en cuenta los estudios de mercado, técnico, organizacional y legal, efectuados en los capítulos anteriores, puesto que, servirán de apoyo para realizar la evaluación de rentabilidad económica, además de utilizar el modelo financiero del fondo emprendedor para este estudio, que comprende el costo de los recursos económicos para la puesta en marcha del proyecto.

7.1 Objetivos del Estudio Financiero

Objetivo General. Establecer la viabilidad financiera del proyecto.

7.2 Inversiones

Para poder ejecutar el proyecto de creación de la empresa comercializadora de germinados en la ciudad de Cúcuta, se necesita alcanzar los bienes también llamados activos de la empresa que ayudan a que se inicie la operación se expresan en cuentas que representan el valor y derechos de la misma.

Inversiones fijas. Se definen como el total de activos tangibles requeridos por la empresa para el desarrollo de sus actividades, como herramientas, muebles y enseres.

A continuación se mencionan las variables macroeconómicas que impactan significativamente en nuestra propuesta de comercializadora, aquí tomamos datos actuales de cada ítem, inflación, devaluación, IPP, C PIB y el DTF T.A. en el cual tiene una proyección futura estimada y en periodos anuales.

Tabla 39.*Variables Macroeconomicas*

PARAMETRO	VALOR					
Fecha		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ultimo año	-					
Variables Macroeconómicas (Solo para uso informativo)						
Inflación	%	13,25%	13,00%	12,50%	12,00%	11,50%
Devaluación	%	4,98%	4,65%	4,47%	4,28%	4,06%
IPP	%	-2,71%	12,50%	11,50%	10,00%	9,00%
Crecimiento PIB	%	3,00%	3,30%	3,60%	3,90%	4,20%
DTF T.A.	%	13,32%	13,00%	12,70%	12,40%	12,10%

- *Inflación:* Tomados los datos del Banco de la Republica de Colombia acerca de la inflación total y meta del 2023 que estima el BR según la junta directiva, y calculado por el DANE, es de 13,25% de igual forma se estima que en los siguientes (4) años haya variación.
- *Devaluación:* Tomados los datos de la publicación del Portafolio en el articulo de finanzas, en lo que va del año 2023 se estima una devaluación frente al dólar EEUU de 4,98%
- *IPP:* Para los índices de precios por producto se toma el reporte de DANE que menciona que el IPP de la producción nacional, en junio 2023 presento una variación de 2,71% respecto a mayo 2023 por lo tanto, se estima que varíe el los siguientes años.
- *PIB:* El Producto Interno Bruto reporta el DANE que en el primer trimestre del 2023 en su serie original, crece 3,0% se estima que en los siguientes años siga creciendo.
- *DTF T.A:* La Tasa de interés DTF según el informe de la revista la Republica en los indicadores económicos del banco a fecha de julio 2023 es de 13,32% de allí partimos de igual que cambie el los siguientes años como se refleja en los cuatro (4) años siguientes.

Una información relevante en el proyecto es la tasa de descuento del emprendedor y el periodo de expansión que son 4 meses improductivos, en el cual se estará formalizando y legalizando la

comercializadora, buscando el lugar, los operarios, la maquinaria, registrándola legalmente, y demás aspectos que hacen de una organización factible.

Tabla 40.

Información del proyecto

Información del Proyecto			
Indique la Tasa de Descuento del emprendedor	18%	Tasa Efectiva Anual	
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). En meses .	4 mes		
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio, (Indique el mes).	60 mes		
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio, (Indique el mes).	120 mes		

- *Tasa de descuento del emprendedor:* por los datos tomados de Economipedia esta tasa permite calcular el valor actual neto VAN y la TIR de una inversión y así determinar si el proyecto de Flornatural es rentable o no. Por lo tanto se opto por utilizar un 18%.
- *Duración de la etapa improductiva:* El periodo improductivo, es el tiempo durante el cual la empresa no esta siendo productiva. En este ítem por decisión propia se tomaran cuatro(4) meses improductivos, debido a que se utilizaran para la creación de la empresa, lo que con lleva la estructuración, el personal a contratar, todo tipo de tramites legales, permisos, y demás aspectos que harían de este tiempo improductivo. Basados en el explicativo de Gerencie.com.
- *Periodo de primero y segunda expansión:* En este punto se decide que la primera expansión se realice en 60 meses, que serian cinco (5) años aproximadamente, es un aproximado y una meta. Junto con la segunda expansión que seria en 120 meses que serian en diez (10) años, de igual manera son objetivos a largo plazo.

Para las condiciones de la deuda del proyecto como periodo de gracia a capital se decide que sea de un (1) año, con un plazo en las obligaciones financieras de 3 años aproximadamente, tiempo que queda a criterio de negociar con el ente financiero. Y la tasa en pesos de un 3% puntos sobre la DTF según el Diario de la Republica en el 2023 estaría cerrando en promedio sobre 9,17% sobre los puntos aproximadamente.

Tabla 41.*Depreciación*

Depreciación Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Adecuaciones y Mejoras	5	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	5	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	0	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	3	Vida útil (años)

7.3 Depreciación de Activos Fijos

La depreciación es una transacción periódica que reduce normalmente el valor del activo fijo en el balance de situación y que se carga como un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias. En el caso de la empresa Flornatural se decidió dividir por secciones como lo es; Construcciones y edificaciones, con un tiempo de veinte (20) años, Adecuaciones y mejoras con cinco (5) años, Maquinaria y equipos de operación diez (10) años, Muebles y enseres cinco (5) años, Equipo de transporte cero (0) años, debido a que se contratara un outsourcing y por ultimo de Equipo de Oficina tres (3) años. Actualizado por las publicaciones de depreciación de activos del 7 de marzo.

En la mano de obra, la empresa la conformaran cuatro (2) colaboradores de producción, tres (2) administrativos, uno (1) comercial, para un total de ocho (5) colaboradores. Esto en base a las necesidades de la Entidad.

Tabla 42.*Empleos y mano de obra*

Empleos y Mano de Obra			
Mano de Obra Producción (Operativa)	unid.		2,0
Empleos Administrativos	unid.		2,0
Empleos Comerciales	unid.		1,0
Total Personal	unid.		5,0

Para establecer el precio de venta, debemos tener claro el precio de compra hacia nuestro proveedor que corresponden a los siguientes valores dados por gramo:

Tabla 43.*Precio*

Producto	Precio de compra
Rugula	\$ 190.00
Alfalfa	\$ 60.00
Cebolla	\$ 63.00
Repollo Morado	\$ 180.00
Remolacha	\$ 144.00

Se decide que este precio de compra sea un 30% equivalente al 100% para el precio de venta final de cada producto. También tenemos estimado un incremento anual y proyectado de 1,03% anual, esto debido al posible incremento del costo de compra, aumentos de salarios, aumento de inflación, y demás factores que harían que se aumentarían los precios establecidos al pasar de los años.

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precios, Volúmenes y Ventas Totales							
Precio por Producto							
Precio Rugula	\$/ unid.		\$ 634	\$ 641	\$ 648	\$ 655	\$ 662
Precio Alfalfa	\$/ unid.		\$ 200	\$ 202	\$ 204	\$ 206	\$ 208
Precio Cebolla	\$/ unid.		\$ 200	\$ 202	\$ 204	\$ 206	\$ 208
Precio Repollo morado	\$/ unid.		\$ 600	\$ 606	\$ 612	\$ 618	\$ 624
Precio Remolacha	\$/ unid.		\$ 480	\$ 485	\$ 490	\$ 495	\$ 500

Por lo cual se decidió que este precio de compra sea un 30% equivalente al 100% para el precio de venta final de cada producto. También tenemos estimado un incremento anual de 1,03%, esto

Explicación:

Rugula: \$190.00 COP Precio por *gramo* y de compra

Equivale al 30%. = \$ 634.00 COP Precio por *gramo* y de venta, sería nuestro 100%.

$$\$ 634.00 \times 30\% = \mathbf{\$ 190.2}$$

Precio de venta por *gramo*: **\$ 634.00 COP**

Precio de compra por *gramo*: \$ 190.00 COP

El margen bruto de descuento es del **30%**, el **70%** restante, está incluido el margen de ganancia, y otros gastos importantes, como mano de obra, pagos, imprevistos, arrendamientos, etc.

Por lo tanto así se realizaron los porcentajes y precios estipulados de todos los productos.

Unidades vendidas por producto

Para calcular las unidades a vender anualmente, tengamos en cuenta que para el 1er año

solo serán 8 meses productivos, debido a que 4 meses improductivos partirán desde la creación de la empresa, y se estima que después del 2do año serán 12 meses productivos y la incrementación igualmente del 1,03% de unidades por periodo anual. Eso es una estimación.

Unidades Vendidas por Producto							
Unidades Rugula	unid.		200,000	250,000	252,575	255,177	257,805
Unidades Alfalfa	unid.		200,000	250,000	252,575	255,177	257,805
Unidades Cebolla	unid.		200,000	250,000	252,575	255,177	257,805
Unidades Repollo morado	unid.		200,000	250,000	252,575	255,177	257,805
Unidades Remolacha	unid.		200,000	250,000	252,575	255,177	257,805

Y 31.250 unidades por gramo vendidas semanal.

Estos datos fueron arrojados en las encuestas que se realizaron a diversos restaurantes y empresas en Cúcuta, teniendo en cuenta que la empresa como comercializadora podrá incrementar y dar pasos de manera gradual a nivel regional, metropolitano y nacional.

Explicación:

31.250 unid Gr x 32 semanas = 1.000.000 de unid Gr vendidas al 1er año.

Total, ventas: se da con la sumatoria de todos los precios de venta y se saca la media.

Total Ventas							
Precio Promedio	\$		\$ 423	\$ 427	\$ 432	\$ 436	\$ 440
Ventas	unid.		\$ 1,000,000	\$ 1,250,000	\$ 1,262,875	\$ 1,275,883	\$ 1,289,024
Ventas	\$		\$ 422,800,000	\$ 534,000,000	\$ 545,056,850	\$ 556,284,814	\$ 567,686,258

Explicación:

Rugula \$634.00 + Alfalfa \$200.00 + Cebolla \$200.00 + Repollo Morado \$600.00 + Remolacha \$480.00 = \$2.144.00/5 = \$422.8 (1er año, 8 meses productivos).

\$423 es el precio promedio Para el 1er año, así se realizan los procedimientos de los siguientes periodos.

Ventas unidades: 1.000.000

Ventas en pesos:

$$\begin{aligned}
 & \$634.00 * 200.000 \text{UND} = \$126.800.000 + \$200.000 * 200.000 \text{UND} = \$400.000.000 + \\
 & \$200 * 200.000 \text{UND} = \$40.000.000 + \$600 * 200.000 \text{UND} \$120.000.000 + \$480.200.000 \text{UND} = \\
 & \$96.000.000 = \$422.800.000
 \end{aligned}$$

Resumen de costos unitarios Materia prima por producto:

Esto son los precios establecidos por nuestro proveedor, el cual tiene diversas variaciones al transcurrir cada periodo, esto dependiendo de factores externos, que hacen que suba o baje el precio de compra.

Resumen Costos Unitarios Materia Prima por Producto			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Unitarios Materia Prima			\$ / unidad				
Costo MP Rugula			190	192	194	196	198
Costo MP Alfalfa			60	61	61	62	63
Costo MP Cebolla			63	64	64	65	66
Costo MP Repollo morado			180	186	184	186	188
Costo MP Remolacha			144	145	147	148	150
Costo Total Promedio de Materia Prima			127.40	129.51	130.04	131.38	132.73

Tabla 44.*Costo de Mano de obra Directa*

Costos de Mano de Obra Directa (MOD)										
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
Cargo	Número meses en el cargo primer año operación	Número de ocupantes del	Número de ocupantes del cargo	Salario Mensual	Salario Anual	Prestaciones	Costo Total			
Nómina										
Operario 1	8,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	\$ 1.160.000,00	\$ 13.920.000,00	\$ 6.564.672,00	\$ 20.484.672,00
Operario servicios generales	8,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	\$ 1.160.000,00	\$ 13.920.000,00	\$ 6.564.672,00	\$ 20.484.672,00
Subtotal Nómina							\$ 2.320.000,00	\$ 27.840.000,00	\$ 13.129.344,00	\$ 40.969.344,00

Para el costo de mano de obra directa se manejaran los SMLV actuales a la fecha, con sus prestaciones de ley. El salario base es de

\$1.160.000 COP.

Guiados por las normas legales de la pagina del ministerio de trabajo, calculamos así:

$\$1.160.000 * 12 = \$13.920.000$ Salario anual de un trabajador

$\$13.920.000 * 47.2\%$ (sumatoria de factor prestacional – componentes) = $\$6.564.672$ valor de prestaciones al año por colaborador.

$\$13.920.000 + \$6.564.672 = \$20.484.672$ esto cuesta un colaborador al año para Flornatural.

Para el primer año productivo de flornatural, se empezara a laborar desde los ocho (8) meses productivos, a excepción del emprendedor o gerente, por lo tanto:

$\$1.160.000 * 8 = \$9.280.000 * 47.2\% = \$4.376.448$

$\$9.280.000 + \$4.376.448 = 13.656.448$ valor anual para cada trabajador el 1er año productivo que tendrá 8 meses. y para el año 2 en adelante tiene aumento debido a posibles variaciones en temas de SMLV . hay variación en el factor prestacional por aumento del SMLV del gerente admin.

Factor prestacional y componentes

Para estos factores, tomamos los datos de la publicación de la Revista Gerencia del 13 de enero 2023 y 15 mayo,

Estos son los aportes de seguridad social actual (salud, pensión y ARL). Prestaciones sociales actuales y sumadas.

Total Costo de Mano de Obra Directa	
Factor Prestacional - Componentes	
Salud	8.5%
Pensión	12.0%
ARL	0,52%
Prestaciones sociales(cesantías,primas,vacaciones,intereses ces.	17.7%
Parafiscales (cajas de compensación)	9.0%
Factor Prestacional Total	47.2%

En los gastos administrativos vemos reflejado los valores de cada factor y proyectados en cada año dependiendo del factor prestacional inicial.

Tabla 45.

Gastos Administrativos

Gastos de Administración								
Rubros	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		
Sueldos a empleados de administración		39,151,200	44,240,856	49,549,759	55,000,232	60,500,255		
Servicios publicos	1,000,000	7,000,000	12,360,000	12,730,800	13,112,724	13,506,106		
Reparaciones y mantenimiento	800,000	800,000	824,000	848,720	874,182	900,407		
Dotaciones	3,600,000		5,562,000	5,728,860	5,900,726	6,077,748		
Telefono y servicio de internet	200,000	2,400,000	2,472,000	2,546,160	2,622,545	2,701,221		
Publicidad	5,000,000		5,150,000	5,304,500	5,463,635	5,627,544		
Pagos por arrendamientos	1,800,000	12,600,000	22,248,000	22,915,440	23,602,903	24,310,990		
Profesional SG-SST	1,770,407	5,311,221	5,470,557	5,634,674	5,803,714	5,977,826		
Seguro todo riesgo	1,159,666		1,194,456	1,230,290	1,267,198	1,305,214		
Suministros de oficina	900,000	900,000	927,000	954,810	983,454	1,012,958		
Transporte - Distribución	2,700,000	21,600,000	33,372,000	34,373,160	35,404,355	36,466,485		
Cargos por servicios bancarios	100,000	100,000	103,000	106,090	109,273	112,551		
Total		89,862,421	133,923,869	141,923,263	150,144,941	158,499,306		

Explicación:

-Sueldos a empleados de administración: Total del rubro.

-**Servicios públicos:** VALOR \$1.000.000 COP Mensual x 7 meses = \$7.000.000 COP

Son 7 meses debido a que los primeros 5 meses estarían dentro del rubro crediticio y posterior a este, la empresa empezaría a cubrir los gastos administrativos. En este caso los servicios públicos para el año 2 aumenta significativamente ya que serían 12 meses.

-**Reparaciones y mantenimiento:** es un valor estándar solo aumenta en 1,03% anual.

-**Dotaciones:** Según la norma de SST son 3 dotaciones anuales, para cada colaborador. Por lo tanto, el precio para el primer año productivo es equivalente a los 8 meses productivos. Ya para el año 2 vuelve todo a la normalidad con 12 meses productivos. Son 16 dotaciones, son 8 colaboradores y 2 dotaciones cada colaborador por los 8 meses del primer año. Guiados por la publicación del ministerio de justicia.

16Dot x \$225.000 COP = \$3.600.000 COP VALOR.

-**Teléfono y servicio de internet:** Mensual \$200.000 COP x 12 meses = \$2.200.000 COP y posterior a los siguientes años incrementa el 1.03% anual.

-**Publicidad:** \$5.000.000 ANUAL

-Pagos por arrendamiento: \$1.800.000 COP x 7 meses = \$12.600.000 COP, esto debido al cubro de los meses no contados por crédito. a partir del 2do año ya se cubren los 12 meses en su totalidad.

-Profesional de SG-SST: \$1.770.407 COP X 3 = \$5.311.221 COP Visita cuatrimestral anual.

-Seguro todo riesgo: \$1.159.666 COP anual

-Suministros de oficina: \$900.000 COP anual

-Transporte y distribución: \$1.400.000 COP Mensual x 8 meses = \$11.200.000 COP Al primer año (8 meses productivos). Al siguiente año, ya se multiplica x 12 y se agrega el 1.03 % del incremento anual.

-Cargos por bancos: Probabilístico.

Tabla 46.

Inversiones fijas

	Unidad	Cantidad	Precio	Año 0
Inversiones Fijas				
Infraestructura: Terrenos y Construcciones				
Terrenos				
Construcciones y Edificios				
Adecuaciones y Mejoras	Unidad	1	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000
Subtotal Infraestructura				\$ 40,000,000
Maquinaria y Equipos				
Estanteria	Unidad	2	\$ 154,700	\$ 309,400
Enfriador Vvs125bll	Unidad	1	\$ 6,106,000	\$ 6,106,000
Mesa en acero	Unidad	2	\$ 1,579,000	\$ 3,158,000
Balanza gramera digital	Unidad	2	\$ 110,000	\$ 220,000
Silla	Unidad	4	\$ 34,900	\$ 139,600
Contenedor transparente 19x25 caja/200unid	Unidad	2	\$ 209,000	\$ 418,000
Contenedor ovalado de 3 divisiones caja/200unid	Unidad	1	\$ 350,000	\$ 350,000
Contenedor transparente 14x18 caja/200unid	Unidad	2	\$ 136,000	\$ 272,000
Toalla Absorbente caja/24 rollos	Unidad	2	\$ 224,200	\$ 448,400
Subtotal Maquinaria y Equipos				11,421,400
Muebles y Enseres				
Archivador	Unidad	2	\$ 260,000	\$ 520,000
Escritorio	Unidad	4	\$ 249,900	\$ 999,600
Silla escritorio	Unidad	4	\$ 159,900	\$ 639,600
Dispensador de agua	Unidad	1	\$ 446,900	\$ 446,900
Aire acondicionado	Unidad	1	\$ 1,339,900	\$ 1,339,900
Subtotal Muebles y Enseres				3,946,000
Equipo de Transporte y Carga				
Subtotal Equipo de Transporte y Carga				0
Equipos Comunicaciones, Computación y Herramientas				
Computador todo en uno HP 22-dd0519i0l	Unidad	4	\$ 1,199,000	\$ 4,796,000
Impresora estandar epon C11CD76303	Unidad	2	\$ 449,900	\$ 899,800
Teléfono inalámbrico	Unidad	2	\$ 85,900	\$ 171,800
Subtotal Equipos de Comunicaciones, Computación y Herr				5,867,600
Total Inversiones Fijas				61,235,000

-Para las inversiones fijas, se establecieron los precios del mercado y diversos valores de

diferentes cotizaciones, por ejemplo: precios de la maquinaria, insumos, etc.

-*En el caso de los terrenos*, fue un estimado de adecuación al sitio o lugar a implementar nuestra comercializadora.

-*La Maquinaria y equipos*, muebles y enseres, y equipo de comunicaciones son precios estándar y reales del mercado. Y es importante mencionar que equipo de transporte y carga, no se comprará, debido a que se contratará un tercero para la comercialización y transporte de nuestro producto, esto con el fin de disminuir gastos.

Tabla 47.

Inversión Diferida- gasto periodo pre-operativo

Inversión Diferida (Gastos Período Preoperativo)				
Gastos Notariales	Unidad	1	\$ 2,582,467	\$ 2,582,467
Matrícula Mercantil	Unidad	1	\$ 172,000	\$ 172,000
Gastos de Constitución	Unidad	1	\$ 48,000	\$ 48,000
Arrendamientos	Unidad	5	\$ 1,800,000	\$ 9,000,000
Nómina Empleados (no incluye Gerente)	Unidad	1	\$ 1,770,407	\$ 1,770,407
Nómina Operarios	Unidad	6	\$ 1,770,407	\$ 10,622,442
Nómina Gerente Emprendedor	Unidad	5	\$ 2,200,000	\$ 11,000,000
Honorarios Contador				
Servicios Públicos	Unidad	5	\$ 1,000,000	\$ 5,000,000
Dotaciones	Unidad	1	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia	Unidad	1	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Seguro Todo Riesgo	Unidad	1	\$ 1,159,666	\$ 1,159,666
Publicidad y Mercadeo	Unidad	1	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Evento de Lanzamiento	Unidad	1	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000

Aquí se mencionan el total de activos intangibles requeridos por la empresa, como servicios, seguros, permisos, arriendos, registros, y demás.

-**Gastos notariales:** Todo lo que genera la legalización en cuanto a documentación de una entidad.

-Matrícula mercantil: precio real.

-Gasto de constitución: precio real.

-**Arrendamientos:** \$1.800.000 COP x 5 meses = \$9.000.000 COP los 7 meses restantes están establecidos en gastos de administración y enlazados.

-Nomina empleados, no incluye gerente (asesor): \$1.770.407

-Nomina operarios: \$1.770.407 COP x 6 = \$10.622.442 COP, Esto va enlazado con gastos administrativos y equivalen a 1 mes de cada operario.

-Nomina gerente emprendedor: \$2.200.000 COP X 5 meses = \$11.000.000 COP Los 7 meses restantes ya cuentan después de los meses improductivos.

-Servicios públicos: \$1.000.000 COP x 5 meses= \$5.000.000COP

-Dotaciones: \$0

-Publicidad y mercadeo: \$5.000.000 COP Precio de publicidad, volantes, para tráfico, radio, etc.

-Seguro todo riesgo: \$1.159.666 COP Mensual

-Evento de Lanzamiento: \$5.000.000 COP Probabilístico.

Tabla 48.

Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	\$ 422.800.000,00	\$ 534.000.000,00	\$ 545.056.850,00	\$ 556.284.813,60	\$ 567.686.257,68
Devoluciones y rebajas en ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Materia Prima, Mano de Obra	\$ 209.338.688,00	\$ 301.083.346,24	\$ 321.510.220,50	\$ 344.569.893,87	\$ 369.275.668,44
Depreciación	\$ 11.887.206,67	\$ 11.887.206,67	\$ 11.887.206,67	\$ 9.931.340,00	\$ 9.931.340,00
Costos de Fabricación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Bruta	\$ 201.574.105,33	\$ 221.029.447,09	\$ 211.659.422,83	\$ 201.783.579,73	\$ 188.479.249,24
Gasto de Administración	\$ 89.572.020,79	\$ 133.692.869,39	\$ 142.104.641,08	\$ 151.092.238,35	\$ 160.660.283,15
Gastos de Ventas	\$ 13.660.160,00	\$ 23.205.196,80	\$ 26.221.872,38	\$ 29.499.606,43	\$ 33.039.559,20
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Diferidos	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60
Utilidad Operativa	\$ 85.013.716,94	\$ 50.803.173,30	\$ 30.004.701,77	\$ 7.863.527,35	-\$ 18.548.800,72
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros ingresos y egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 85.013.716,94	\$ 50.803.173,30	\$ 30.004.701,77	\$ 7.863.527,35	-\$ 18.548.800,72
Impuesto renta	\$ 28.054.526,59	\$ 16.765.047,19	\$ 9.901.551,58	\$ 2.594.964,03	\$ 6.121.104,24
Utilidad Neta Final	\$ 56.959.190,35	\$ 34.038.126,11	\$ 20.103.150,19	\$ 5.268.563,33	-\$ 12.427.696,48

Relación de ganancias y pérdidas detallando los ingresos y gastos de la empresa

Se explica el calculo de cada ítems del estado de resultados

-Utilidad Bruta: restando ventas – MP,MO – Depreciación

\$422.800.000 – \$209.338.688 COP – \$11.887.207 COP = \$201.574.105 COP UTILIDAD

BRUTA

-Utilidad operativa: restando la utilidad bruta – gastos de administración – gastos de ventas –

amortización DIF

\$201.574.105 COP - \$89.862.421 COP – 13.762.240 COP - \$13.328.208 COP = \$84.621.237

COP UTILIDAD OPERATIVA

-Utilidad neta final: restando utilidad antes impuesto – impuesto renta

\$84.621.237 COP - \$29.617.433 COP = \$55.003.804 COP UTILIDAD NETA FINAL

Tengamos en cuenta que solo utilizamos de explicación el año 1, pero se mantiene el mismo

formato para cada año o periodo transcurrido.

Tabla 49.

Plan de inversión y financiación del proyecto

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PROYECTO						
	Proveedores	Deuda	Fondo	Capital Emprendedor	TOTAL	Verificación
Inversiones Fijas *	0	0	\$ 61,235,000	\$ -	\$ 61,235,000	
Verificación Inversiones Fijas **						\$ 61,235,000
Terrenos					\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios					\$ -	\$ -
Adecuaciones y Mejoras			\$ 40,000,000		\$ 40,000,000	\$ 40,000,000
Maquinaria y Equipo			\$ 11,421,400		\$ 11,421,400	\$ 11,421,400
Muebles y Enseres			\$ 3,946,000		\$ 3,946,000	\$ 3,946,000
Equipo de Transporte y Carga			\$ -		\$ -	\$ -
Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas			\$ 5,867,600		\$ 5,867,600	\$ 5,867,600
Inversión Corriente (Capital de Trabajo) *	\$ -	\$ -	\$ 21,233,333	\$ 4,072,430	\$ 25,305,763	
Verificación Inversión Corriente **						\$ 25,305,763
Efectivo				\$ 4,072,430	\$ 4,072,430	\$ 4,072,430
Cuentas por cobrar					\$ -	\$ -
Inventarios de Materia Primas			\$ 21,233,333		\$ 21,233,333	\$ 21,233,333
Inventarios de Productos en Proceso					\$ -	\$ -
Inventarios de Productos Terminados					\$ -	\$ -
Inversión Diferida (Total Gastos durante Período Preoperativo) *	\$ -	\$ -	\$ 53,152,515	\$ 13,488,523	\$ 66,641,038	
Verificación Inversión Diferida **						\$ 66,641,038
Gastos Notariales				\$ 2,582,467	\$ 2,582,467	\$ 2,582,467
Matrícula Mercantil				\$ 172,000	\$ 172,000	\$ 172,000
Gastos de Constitución				\$ 48,000	\$ 48,000	\$ 48,000
Arrendamientos			\$ 9,000,000		\$ 9,000,000	\$ 9,000,000
Nómina Empleados (no incluye Gerente)			\$ 1,770,407		\$ 1,770,407	\$ 1,770,407
Nómina Operarios			\$ 10,622,442		\$ 10,622,442	\$ 10,622,442
Nómina Gerente			\$ 11,000,000		\$ 11,000,000	\$ 11,000,000
Honorarios Contador					\$ -	\$ -
Servicios Públicos			\$ 5,000,000		\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Dotaciones			\$ 3,600,000		\$ 3,600,000	\$ 3,600,000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia			\$ 1,000,000		\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Seguro Todo Riesgo			\$ 1,159,666		\$ 1,159,666	\$ 1,159,666
Publicidad y Mercadeo			\$ 5,000,000		\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Evento de Lanzamiento			\$ 5,000,000		\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Otros Diferidos Financiados No Especificados					\$ -	\$ -
Otros Diferidos No Financiados				\$ 10,686,056	\$ 10,686,056	\$ 10,686,056
TOTAL INVERSIONES	\$ -	\$ -	\$ 135,620,848	\$ 17,560,953	\$ 153,181,801	\$ 153,181,801
Verificación Total Inversiones **	\$ -	\$ -	\$ 135,620,848	\$ 17,560,953		\$ 153,181,801
** El valor de verificación debe coincidir con el valor de cada una de las inversiones (fijas, capital de trabajo y diferida) horizontalmente y con las fuentes de financiación verticalmente.						
Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (1)	\$ 1,160,000					
Monto Solicitado (2)	\$ 135,620,848					
Índice Número de Salarios Solicitados	117					

-Inversiones Fijas: arroja: \$61.235.000 COP es la sumatoria de adecuaciones y mejoras,

maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipo de comunicación.

-Inversión corriente capital de trabajo: es la sumatoria entre el capital y el fondo,

$$\$21.233.333 \text{ COP} + \$4.072.430 \text{ COP} = \mathbf{\$25.305.763 \text{ COP}}$$

-Inversión diferida de gastos preoperativos: es la sumatoria de todos los factores arrendamientos, nomina empleados, nomina operarios, nomina gerente, servicios públicos, dotaciones, sistema de seguridad industrial, plan emergencia, seguro todo riesgo, publicidad y mercadeo, evento de lanzamiento, esto da un total de: \$53.152.515 COP

Gastos notariales, matricula mercantil, gastos de constitución, y otros diferidos no financiables (Aux transporte empleados, periodo antes de ganancia), da un total del: \$13.488.523.

Al sumar los dos ítems nos da: \$66.641.038 COP

-Total inversiones:

$$\$61.235.000 + \text{COP } \$25.305.763 \text{ COP} + \$66.641.038 \text{ COP} = \$153.181.801 \text{ COP}$$

-Total inversión fondo crediticio: \$135.620.848 COP

-Total inversión emprendedor : \$17.560.953 cop

SUMATORIA DE TOTAL INVERSIÓN FONDO CREDITICIO E INVERSIÓN

: \$153.181.801 COP

(Se puede apreciar la verificación de saldos y valores, marcado en rojo con respecto a los Totales).

El valor o monto solicitado sería de \$135.620.848 COP, para poder realizar el financiamiento de la comercializadora, FLORNATURAL.

Tabla 50.

Márgenes por producto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MÁRGENES POR PRODUCTOS						
Producto Rugula						
Ingresos Rugula		\$ 126,800,000	\$ 160,250,000	\$ 163,668,600	\$ 167,140,621	\$ 170,666,804
Costo Materia Prima Consumida Rugula		\$ 38,000,000	\$ 47,990,000	\$ 48,984,396	\$ 49,999,287	\$ 51,035,046
Mano de Obra Rugula		\$ 16,387,738	\$ 27,777,215	\$ 31,110,481	\$ 34,532,634	\$ 37,985,897
Margen \$ Rugula		\$ 72,412,262	\$ 84,482,785	\$ 83,573,723	\$ 82,608,699	\$ 81,645,861
Margen % Rugula		57.1%	52.7%	51.1%	49.4%	47.8%
Producto Alfalfa						
Ingresos Alfalfa		\$ 40,000,000	\$ 50,500,000	\$ 51,525,300	\$ 52,566,363	\$ 53,623,407
Costo Materia Prima Consumida Alfalfa		\$ 12,000,000	\$ 15,155,000	\$ 15,467,693	\$ 15,787,771	\$ 16,115,381
Mano de Obra Alfalfa		\$ 16,387,738	\$ 27,777,215	\$ 31,110,481	\$ 34,532,634	\$ 37,985,897
Margen \$ Alfalfa		\$ 11,612,262	\$ 7,567,785	\$ 4,947,126	\$ 2,245,958	-\$ 477,871
Margen % Alfalfa		29.0%	15.0%	9.6%	4.3%	-0.9%
Producto Cebolla						
Ingresos Cebolla		\$ 40,000,000	\$ 50,500,000	\$ 51,525,300	\$ 52,566,363	\$ 53,623,407
Costo Materia Prima Consumida Cebolla		\$ 12,600,000	\$ 15,912,500	\$ 16,243,098	\$ 16,578,819	\$ 16,922,310
Mano de Obra Cebolla		\$ 16,387,738	\$ 27,777,215	\$ 31,110,481	\$ 34,532,634	\$ 37,985,897
Margen \$ Cebolla		\$ 11,012,262	\$ 6,810,285	\$ 4,171,721	\$ 1,454,911	-\$ 1,284,800
Margen % Cebolla		27.5%	13.5%	8.1%	2.8%	-2.4%
Producto Repollo morado						
Ingresos Repollo morado		\$ 120,000,000	\$ 151,500,000	\$ 154,575,900	\$ 157,699,089	\$ 160,870,220
Costo Materia Prima Consumida Repollo morado		\$ 36,000,000	\$ 46,462,500	\$ 46,403,079	\$ 47,363,314	\$ 48,343,564
Mano de Obra Repollo morado		\$ 16,387,738	\$ 27,777,215	\$ 31,110,481	\$ 34,532,634	\$ 37,985,897
Margen \$ Repollo morado		\$ 67,612,262	\$ 77,260,285	\$ 77,062,340	\$ 75,803,142	\$ 74,540,759
Margen % Repollo morado		56.3%	51.0%	49.9%	48.1%	46.3%
Producto Remolacha						
Ingresos Remolacha		\$ 96,000,000	\$ 121,250,000	\$ 123,761,750	\$ 126,312,377	\$ 128,902,420
Costo Materia Prima Consumida Remolacha		\$ 28,800,000	\$ 36,370,000	\$ 37,123,474	\$ 37,891,161	\$ 38,675,882
Mano de Obra Remolacha		\$ 16,387,738	\$ 27,777,215	\$ 31,110,481	\$ 34,532,634	\$ 37,985,897
Margen \$ Remolacha		\$ 50,812,262	\$ 57,102,785	\$ 55,527,795	\$ 53,888,582	\$ 52,240,641
Margen % Remolacha		52.9%	47.1%	44.9%	42.7%	40.5%
RESUMEN Productos						
Ingresos Productos		\$ 422,800,000	\$ 534,000,000	\$ 545,056,850	\$ 556,284,814	\$ 567,686,258
Costo Materia Prima Consumida Productos		\$ 127,400,000	\$ 161,890,000	\$ 164,221,739	\$ 167,620,352	\$ 171,092,182
Mano de Obra Productos		\$ 81,938,688	\$ 138,886,076	\$ 155,552,405	\$ 172,663,170	\$ 189,929,487
Margen \$ Productos		\$ 213,461,312	\$ 233,223,924	\$ 225,282,705	\$ 216,001,291	\$ 206,664,589
Margen % Productos		50.5%	43.7%	41.3%	38.8%	36.4%

Los márgenes de cada producto se calcularon de la siguiente manera:

-Producto Rugula: Ingresos \$126.800.000 COP – Costo de MP \$38.000.000 COP – MO Rugula \$16.387.738 COP = **\$72.412.262 COP**. Para el año 1, y así sucesivamente los siguientes años, probabilísticos.

-Producto Alfalfa: Ingresos \$40.000.000 COP – Costo de MP \$12.000.000 COP – MO Alfalfa \$16.387.738 COP = **\$11.612.262 COP**. Para el año 1, y así sucesivamente los siguientes años, probabilísticos.

-Producto Cebolla: Ingresos \$40.000.000 COP – Costo de MP \$12.000.000 COP – MO Cebolla \$16.387.738 COP = **\$11.612.262 COP**. Para el año 1, y así sucesivamente los siguientes años,

probabilísticos.

-Producto Repollo Morado: Ingresos \$120.000.000 COP – Costo de MP \$36.000.000 COP – MO Repollo Morado \$16.387.738 COP = **\$67.612.262 COP**. Para el año 1, y así sucesivamente los siguientes años, probabilísticos.

-Producto Remolacha: Ingresos \$96.000.000 COP – Costo de MP \$28.800.000 COP – MO Remolacha \$16.387.738 COP = \$50.812.262 COP. Para el año 1, y así sucesivamente los siguientes años, probabilísticos.

Al resumen de productos: La sumatoria de todos los ingresos:

\$422.800.000 COP – CMP de productos \$127.400.000 COP – MO productos \$81.938.688 = \$213.461.312 COP para el 1 año, y así sucesivamente los siguientes años probabilísticos.

Tabla 51.

Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	\$ 4.072.429,67	\$ 114.301.560,88	\$ 183.498.955,19	\$ 221.954.024,04	\$ 243.175.547,40	\$ 245.291.330,26
Cuentas x Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Provisión Cuentas x Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios Materias Primas e Insumos	\$ 21.233.333,33	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios de Producto en Proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios Producto Terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Anticipos y Otras C x C	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Corriente:	\$ 25.305.763,00	\$ 135.534.894,21	\$ 183.498.955,19	\$ 221.954.024,04	\$ 243.175.547,40	\$ 245.291.330,26
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Adecuaciones y Mejoras	\$ 40.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 40.000.000,00
Depreciación Acumulada A y M	\$ -	\$ 8.000.000,00	\$ 16.000.000,00	\$ 24.000.000,00	\$ 32.000.000,00	\$ 40.000.000,00
Adecuaciones y mejoras	\$ 40.000.000,00	\$ 32.000.000,00	\$ 24.000.000,00	\$ 16.000.000,00	\$ 8.000.000,00	\$ -
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 11.421.400,00	\$ 11.421.400,00	\$ 11.421.400,00	\$ 11.421.400,00	\$ 11.421.400,00	\$ 11.421.400,00
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 1.142.140,00	\$ 2.284.280,00	\$ 3.426.420,00	\$ 4.568.560,00	\$ 5.710.700,00
Maquinaria y Equipo de Operación	\$ 11.421.400,00	\$ 10.279.260,00	\$ 9.137.120,00	\$ 7.994.980,00	\$ 6.852.840,00	\$ 5.710.700,00
Muebles y Enseres	\$ 3.946.000,00	\$ 3.946.000,00	\$ 3.946.000,00	\$ 3.946.000,00	\$ 3.946.000,00	\$ 3.946.000,00
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 789.200,00	\$ 1.578.400,00	\$ 2.367.600,00	\$ 3.156.800,00	\$ 3.946.000,00
Muebles y Enseres	\$ 3.946.000,00	\$ 3.156.800,00	\$ 2.367.600,00	\$ 1.578.400,00	\$ 789.200,00	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 1.955.866,67	\$ 3.911.733,33	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00	\$ 5.867.600,00
Equipo de Oficina	\$ 5.867.600,00	\$ 3.911.733,33	\$ 1.955.866,67	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Fijos:	\$ 61.235.000,00	\$ 49.347.793,33	\$ 37.460.586,67	\$ 25.573.380,00	\$ 15.642.040,00	\$ 5.710.700,00
Total Activos Diferidos:	\$ 66.641.038,00	\$ 53.312.830,40	\$ 39.984.622,80	\$ 26.656.415,20	\$ 13.328.207,60	\$ -
Total Otros Activos Fijos	\$ -					
ACTIVO	\$ 153.181.801,00	\$ 238.195.517,94	\$ 260.944.164,65	\$ 274.183.819,24	\$ 272.145.795,00	\$ 251.002.030,26
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ 28.054.526,59	\$ 16.765.047,19	\$ 9.901.551,58	\$ 2.594.964,03	\$ 6.121.104,24
Acreedores Varios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros pasivos a LP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligación Fondo Financiero	\$ 135.620.848,00	\$ 135.620.848,00	\$ 135.620.848,00	\$ 135.620.848,00	\$ 135.620.848,00	\$ 135.620.848,00
PASIVO	\$ 135.620.848,00	\$ 163.675.374,59	\$ 152.385.895,19	\$ 145.522.399,58	\$ 138.215.812,03	\$ 129.499.743,76
Patrimonio						
Capital Social	\$ 17.560.953,00	\$ 17.560.953,00	\$ 17.560.953,00	\$ 17.560.953,00	\$ 17.560.953,00	\$ 17.560.953,00
Reserva Legal Acumulada	\$ -	\$ -	\$ 5.695.919,04	\$ 8.780.476,50	\$ 8.780.476,50	\$ 8.780.476,50
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 51.263.271,32	\$ 82.216.839,96	\$ 102.319.990,15	\$ 107.588.553,48
Utilidades del Ejercicio	\$ -	\$ 56.959.190,35	\$ 34.038.126,11	\$ 20.103.150,19	\$ 5.268.563,33	\$ 12.427.696,48
PATRIMONIO	\$ 17.560.953,00	\$ 74.520.143,35	\$ 108.558.269,46	\$ 128.661.419,65	\$ 133.929.982,98	\$ 121.502.286,50
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 153.181.801,00	\$ 238.195.517,94	\$ 260.944.164,65	\$ 274.183.819,24	\$ 272.145.795,00	\$ 251.002.030,26

Aquí reflejamos la situación de la empresa

-Activo corriente: se calcula sumando el efectivo + inventarios materias primas e insumos

$$\$4.072.430 \text{ COP} + \$21.233.333 = \$25.305.763 \text{ COP}$$

-total, activos fijos: la sumatoria entre terrenos + adecuaciones y mejoras + maquinaria y equipo + muebles y enseres + equipo oficina.

$$\$40.000.000 \text{ COP} + \$11.421.400 \text{ COP} + \$3.946.000 \text{ COP} + \$5.867.600 \text{ COP} = \$61.235.000 \text{ COP}$$

-Activos diferidos: \$66.641.038 COP

-total, activos: \$153.181.801 COP

-Pasivo: obligación fondo crediticio \$135.620.848 COP

-Patrimonio capital social: \$17.560.953 COP

Pasivo + Patrimonio \$153.181.801 COP

Tabla 52.

Fujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		\$ 85.013.716,94	\$ 50.803.173,30	\$ 30.004.701,77	\$ 7.863.527,35	-\$ 18.548.800,72
Depreciaciones		\$ 11.887.206,67	\$ 11.887.206,67	\$ 11.887.206,67	\$ 9.931.340,00	\$ 9.931.340,00
Amortización Diferidos		\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60	\$ 13.328.207,60
Impuestos		\$ -	\$ 28.054.526,59	\$ 16.765.047,19	\$ 9.901.551,58	\$ 2.594.964,03
Neto Flujo de Caja Operativo		\$ 110.229.131,21	\$ 47.964.060,98	\$ 38.455.068,85	\$ 21.221.523,37	\$ 2.115.782,86
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Inv. Materias Primas e insumos	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Inv. Prod. En Proceso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Inv. Prod. Terminados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Acreedores Varios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación Otros Pasivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Variación del Capital de Trabajo	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Construcciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Adecuaciones y Mejoras	\$ 40.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Maquinaria y Equipo	\$ 11.421.400,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Muebles	\$ 3.946.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Equipo de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en Equipos de Oficina	\$ 5.867.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Otros Activos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Activos	\$ 61.235.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión Diferida	\$ 66.641.038,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto Flujo de Caja Inversión	\$ 149.109.371,33	\$ -	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	\$ 135.620.848,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	\$ 18.826.421,87	\$ 22.281.070,28	\$ 26.369.646,67	\$ 31.208.476,84	\$ 36.935.232,34	\$ 36.935.232,34
Intereses Pagados	\$ 24.886.425,61	\$ 21.431.777,20	\$ 17.343.200,80	\$ 12.504.370,63	\$ 6.777.615,13	\$ 6.777.615,13
Dividendos Pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ 17.560.953,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos No Operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto Flujo de Caja Financiamiento	\$ 153.181.801,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Neto Periodo	\$ 4.072.429,67	\$ 110.229.131,21	\$ 69.197.394,31	\$ 38.455.068,85	\$ 21.221.523,37	\$ 2.115.782,86
Saldo anterior	\$ 4.072.429,67	\$ 114.301.560,88	\$ 183.498.955,19	\$ 221.954.024,04	\$ 243.175.547,40	\$ 243.175.547,40
Saldo siguiente	\$ 4.072.429,67	\$ 114.301.560,88	\$ 183.498.955,19	\$ 221.954.024,04	\$ 243.175.547,40	\$ 245.291.330,26
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		\$ 85.013.716,94	\$ 50.803.173,30	\$ 30.004.701,77	\$ 7.863.527,35	-\$ 18.548.800,72
Impuestos		\$ -	\$ 28.054.526,59	\$ 16.765.047,19	\$ 9.901.551,58	\$ 2.594.964,03
Utilidades después de impuestos		\$ 85.013.716,94	\$ 22.748.646,71	\$ 13.239.654,58	-\$ 2.038.024,23	-\$ 21.143.764,74
Depreciac + Amortizac + Agotamiento + Provisiones		\$ 25.215.414,27	\$ 25.215.414,27	\$ 25.215.414,27	\$ 23.259.547,60	\$ 23.259.547,60
Flujo de Inversión	-\$ 153.181.801,00	\$ -	\$ 21.233.333,33	\$ -	\$ -	\$ 9.783.129,67
Flujo de Financiación	\$ 153.181.801,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja para evaluación	-\$ 153.181.801,00	\$ 110.229.131,21	\$ 69.197.394,31	\$ 38.455.068,85	\$ 21.221.523,37	\$ 11.898.912,52
Resultado con Tasa de Oportunidad del proyecto	TIR= 30,34%	VNA= \$ 29.481.100,25		TASA MINIMA DE RENDIMIENTO	18%	
Resultado con Tasa del Costo Promedio Ponderado de Capital	TIR= 30,34%	VNA= \$ 97.820.229,26				

-Neto flujo de caja operativo:

Utilidad operacional + depreciación + amortización diferida

$$\$85.013.717 \text{ COP} + \$11.887.207 + \$13.328.208 \text{ COP} = \$110.229.131 \text{ COP}$$

neto flujo de caja operativo para Año 0.

-Flujo de caja de financiamiento:

CAPITAL + DESEMBOLSOS DEL FONDO CREDITICIO

$$\$135.620.848 \text{ COP} + \$17.560.953 \text{ COP} = \$153.181.801 \text{ COP}$$

-Neto periodo: restar neto flujo caja financiamiento – neto flujo caja inversión

$$\$153.181.801 \text{ COP} - \$149.109.371 \text{ COP} = \$4.072.430 \text{ COP para el año 0}$$

para el año 1 en adelante se realiza la misma operación.

Año 1 neto flujo de caja operativo + saldo anterior = saldo siguiente

Neto periodo + saldo anterior = saldo siguiente

$$\$110.229.131 \text{ COP} + \$4.072.430 \text{ COP} = \$114.301.561 \text{ COP PARA EL AÑO 1}$$

Tabla 53.

Criterios de Decisión

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor.	18%
TIR (Tasa Interna de Retorno).	30,34%
VAN (Valor actual neto)	\$ 29.481.100,25
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). En meses.	4 mes
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio, (Indique el mes).	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio, (Indique el mes).	120 mes

-La tasa mínima: a la cual aspira el emprendedor es del **18 %** básicamente.

Teniendo en cuenta los riesgos, costos y demás factores. Esta tasa permite calcular el valor neto VAN Y LA TIR de un inversión y así determinar si el proyecto de Flornatural es rentable o no.

Se opto por utilizar un 18%

-TIR: para el calculo de la TIR se resta el valor inicial (costo) del valor final (venta o retorno de la inversión) de la operación, dividirlo entre el valor inicial y multiplicar el resultado por 100.de igual

manera se toman los valores de los periodos finales de financiación del flujo de caja, donde nos arroja una TIR de 30,34%

-**VAN:** Se expresa una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, en este caso en pesos colombianos que sería un valor de \$29.481.100

-***Duración de la etapa improductiva:*** Este es el tiempo durante el cual la empresa no está siendo productiva. En este ítem por decisión propia se tomaron cuatro (4) meses improductivos debido a que se utilizarían para la creación de la empresa, lo que conlleva la estructuración, el personal a contratar, todo tipo de documentos legales, permisos y aspectos que harían de este tiempo improductivo.

-***Periodo primera expansión y periodo segunda expansión:*** En este punto se decidió que la primera expansión se realice en 60 meses, que serían cinco (5) años aproximadamente, es un aproximado y una meta, junto con la segunda expansión que sería de 120 meses, diez (10) años de igual manera con objetivos a largo plazo.

8. Conclusiones

El desarrollo de este tipo de proyecto contribuye en el proceso de formación práctica en la medida que facilita la aplicación real de conceptos de la profesión partiendo de la identificación de una oportunidad de negocio hasta la realización de un estudio para la implementación en el ejercicio profesional.

Se demuestra la importancia de la planificación en el desarrollo de un proyecto cuando se plantea la necesidad de realizar una investigación exploratoria como un primer paso de acercamiento a la idea concreta abriendo espacios para la realización del proyecto con la finalidad de conocer limitaciones e identificar riesgos para tomar las medidas necesarias.

La principal dificultad que se tuvo es la limitación en el suministro de información o bases de datos específicos sobre el sector de restaurante de Cúcuta y Área Metropolitana.

El proceso metodológico definido para el estudio permitió la utilización de conceptos y herramientas no conocidas por la autora como es el caso de la Teoría Fundamentada, la cual ayudó a solventar los inconvenientes de determinación de la muestra y la recolección de información.

Se Determina que el proyecto es viable porque se alcanza para cumplir con los compromisos adquiridos.

El desarrollo del proyecto de grado se convirtió en un dinamizador de la idea personal de tener un acercamiento a la una posibilidad empresarial.

Referencias Bibliográficas

- Conasi. (2018). *Germinados, brotes y microgreens ¿Son lo mismo?* Recuperado de:
<https://www.conasi.eu/blog/productos/germinados-alimentos-vivos/germinados-brotes-microgreens/>
- Diario22 (23 Oct. 2021). El mundo saludable de los brotes o germinados. Medline Plus
https://www.diario22.ar/notix2/movil2/?seccion=desarrollo_notia&id_notia=162490
- El Nuevo Siglo. (2015). *Las flores también se comen*. Recuperado de:
<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/9-2015-las-flores-tambien-se-comen>
- Gómez, A. (2017). Se encamina en Colombia el cultivo de flores para la alimentación. Sudamerica Rural. Recuperado de: <https://www.sudamericarural.org/index.php/noticias/que-pasa/5635-se-encamina-en-colombia-el-cultivo-de-flores-para-la-alimentacion>
- Hernández, R, Hernández, C. & Baptista, P. (2006), Libro Metodología de la Investigación, Editorial Mc Graw Hill, 6ª Edición, Best seller, Cap. 5ª pp. 91, Recuperado de:
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Infoautónomos. (2017). *Guía para realizar un estudio de mercado*. Recuperado de:
<https://infoautonomos.economista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
- Palacios, O.A.(2021), Artículo: La Teoría Fundamentada: Origen, Supuestos y Perspectivas, Revista : Intersticios Sociales, ISSN 2007-4969, No. 22 pp. 47-70. Recuperado de:
<http://www.intersticiosociales.com/index.php/is/article/view/332/629>
- Pomario (2022). Con Pomario comer mejor es más fácil. <https://www.pomario.co/>
- Shopify. (s.f.). *Canales de distribución*. Recuperado de: <https://es.shopify.com/enciclopedia/canales-de-distribucion>
- Shopify. (s.f.). *Canales de distribución*. Recuperado de: <https://es.shopify.com/enciclopedia/canales-de-distribucion>

Tamilselvi, N.A. & Arumugam, T. (2018). *Microgreens, un alimento multimineral y rico en nutrientes*.

Recuperado de:

https://issuu.com/horticulturaposcosecha/docs/20181022_tamilselvi._microgreens

Xiao, Z., Lester, G. E., Luo, Y., & Wang, Q. (2012). *Assessment of vitamin and carotenoid concentrations of emerging food products: edible microgreens*. *Journal of agricultural and Food Chemistry*, 60(31), 7644-7651.

Anexos

Anexo A.*Encuesta.*

**ENCUESTA PARA RESTAURANTES Y EMPRESAS DEDICADAS A LA
PREPARACION DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE CUCUTA**

Objetivo: la presente encuesta busca conocer la opinión de empresarios y personas responsables del suministro de alimentos sobre la compra y uso de productos germinados en la preparación y presentación de alimentos.

Nota: esta encuesta tiene fines académicos y la información será utilizada únicamente en el diseño de un proyecto de grado sobre la factibilidad de creación de una empresa en Cúcuta dedicada a la distribución de productos germinados, por lo tanto se agradece su gentil colaboración.

1. ¿Utiliza productos germinados en la preparación y presentación de los alimentos?

Si _____ No _____

2. ¿Considera que los productos germinados tienen un valor nutricional muy importante en los alimentos que suministra la empresa?

Si _____ No _____

3. ¿Los productos germinados utilizados en la preparación y presentación de los alimentos?

ALFALFA _____

BROCOLI _____

CEBOLLA _____

MOSTAZA _____

RUGULA _____

LENTEJA _____

REMOLACHA _____

OTRO _____

4. Si su respuesta anterior fue otros, por favor mencione cual.

5. ¿El uso que le da a los productos germinados son los siguientes?

Decorativo ____ Mejor Sabor____ Complemento alimenticio ____

6. ¿El proveedor que utiliza para la compra del producto germinado es?

Almacenes de cadena o Supermercados ____

Mercado Mayorista _____

Distribuidor Regional_____

Distribuidor Nacional _____

Cultivos propios _____

Otros _____

7. Si su respuesta anterior fue otros, por favor mencione Cual?

¿Momentos de compra de productos germinados?

Diariamente _____

Semanalmente _____

Quincenalmente ____

Mensualmente _____

Eventualmente _____

8. ¿Tamaño de la compra de productos germinados que normalmente realiza?

30gr __ 50gr __ 70gr __ 100gr__ mas de 100gr _____

9. ¿Precio actual de los productos germinados que actualmente compra?

30 gr Entre \$7.000 y \$13.000 _____

50 gr Entre \$14.000 y \$20.000 _____

100 gr Entre \$25.000 y \$40.000 _____

10. ¿Señale los criterios que tiene en cuenta en la selección de productos germinados que compra?

Calidad _____

Precio _____

Marca _____

Presentación _

Conocimiento y experiencia del proveedor _

Otros _

11. ¿En qué presentación prefiere el producto?

Una sola especie _____

Dos especies _

Tres o más especies combinadas _____

12. ¿Estaría de acuerdo en conocer una nueva propuesta de empresa dedicada a la comercialización de productos.

SI _____ NO _

Anexo B.

Registro fotográfico de la realización de la encuesta como instrumento de recolección de datos.



Anexo C.*Germinados.*

Nombre del germinado a comercializar con la descripción de sus beneficios alimenticios, datos proporcionados por el ingeniero Agrónomo Alexander Arredondo de la Ciudad de Medellín

GERMINADOS

Nombre	Imagen	Descripción
Germinado de Alfalfa		Es rico en vitaminas A, B, C, E y K, minerales como el magnesio, potasio, hierro, selenio, zinc y los aminoácidos más importantes. La alfalfa es una de las mejores fuentes de calcio por lo que previene la osteoporosis y ayuda a la formación de dientes y huesos sanos.
Germinado de Remolacha		Es un alimento muy energético. Aporta una cantidad rica de hidratos de carbono fácilmente asimilables. Su uso como fuente de azúcar ya se conoce de tiempos romanos. La remolacha es un alimento rico en mineralizantes.
Germinado de Mostaza		Tiene una gran capacidad desintoxicante y es perfecto para la revitalización del sistema digestivo. Es un alimento vivo y fresco con grandes cantidades de enzimas, minerales, oligoelementos, vitaminas y proteínas, perfectos para darles a las ensaladas y a los bocadillos un auténtico toque de sabor, algo similar al de los berros. Son perfectos para decorar tus platos y darles un toque de sabor herbáceo y ligeramente picante.
Germinado de Repollo morado		Contienen propiedades benéficas de defensa del organismo, virtudes digestivas y reconstituyentes gracias a su alto contenido de vitaminas y sales minerales. Ideal para acompañar ensaladas, entremeses o segundos platos.

Germinado de
Cebolla



Propiedades antioxidantes, lo que favorece el retraso del envejecimiento de las células. Asimismo, su contenido en fibra ayuda a regular el tránsito intestinal, eliminar toxinas y contribuye a fortalecer la flora intestinal.