

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACION DE LA FRUTA DE  
PAN EN PRESENTACION PRECOCIDA Y CONGELADA EN LA CIUDAD DE  
CARTAGENA DE INDIAS**

**MARIAN FERNANDA GUTIÉRREZ HOYOS**

**SHARI ASHLEY HUDGSON MAY**

**ZORAYA MARIA MANOTAS MARIANO**

**CYNTHIA LEE NEIRA BOXTON**

**SHEILA MILENA RIPOLL OSPINO**

**UNIVERSIDAD DEL SINÚ ELÍAS BECHARA ZAINUM - SECCIONAL CARTAGENA**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PREGRADO**

**CARTAGENA DE INDIAS D. T. H Y C.**

**2017**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACION DE LA FRUTA DE  
PAN EN PRESENTACION PRECOCIDA Y CONGELADA EN LA CIUDAD DE  
CARTAGENA DE INDIAS**

**MARIAN FERNANDA GUTIERREZ HOYOS**

**SHARI ASHLEY HUDGSON MAY**

**ZORAYA MARIA MANOTAS MARIANO**

**CYNTHIA LEE NEIRA BOXTON**

**SHEILA MILENA RIPOLL OSPINO**

Trabajo de grado para optar al título de  
ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**TUTORES**

**Jaime González, Enrique Ochoa de Arco**

**UNIVERSIDAD DEL SINÚ SECCIONAL CARTAGENA  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PREGRADO**

**CARTAGENA DE INDIAS D. T. H. Y C.**

**2017**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

**Presidente del jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Cartagena, D. T y C., Noviembre de 2017**

**Cartagena, Noviembre de 2017**

**Doctor:**

**EDWIN ANDRES HIGUITA DAVID**

Director de Investigaciones

Universidad del Sinú EBZ

Seccional Cartagena

L. C.

Cordial saludo.

La presente tiene como fin someter a revisión y aprobación para la ejecución del proyecto de investigación titulado: “estudio de factibilidad para la comercialización de la fruta de pan en presentación precocida y congelada en la ciudad de cartagena de indias” a cargo de Marian Fernanda Gutierrez Hoyos, Shari Ashley Hudgson may, Zoraya Maria Manotas Mariano, Cynthia Lee Neira Boxtton y Sheila Milena Ripoll Ospino, adscritos a la escuela de Administración de Negocios Internacionales en el área de Pregrado.

**Atentamente,**

---

MARIAN FERNANDA GUTIERREZ HOYOS

Formación profesional

Universidad del Sinú

---

SHARI ASHLEY HUDGSON MAY

Formación profesional

Universidad del Sinú

---

ZORAYA MARIA MANOTAS MARIANO

Formación profesional

Universidad del Sinú

---

CYNTHIA LEE NEIRA BOXTON

Formación profesional

Universidad del Sinú

---

SHEILA MILENA RIPOLL OSPINO

Formación profesional

Universidad del Sinú

## DEDICATORIA

Este proyecto es el cierre de una etapa, un ciclo lleno de emociones y aventuras que nos han formado como persona. En primer lugar le dedicamos este trabajo a nuestros padres, quienes nos han enseñado el valor de las cosas y que todo el esfuerzo no tiene límites cuando te propones alcanzar un sueño. A ellos, todos nuestros agradecimientos por creer en nosotros, porque cada uno con su forma y personalidad han sabido enseñarnos el camino para poder crecer, emprender y volar, pero por sobre todo a levantarnos ante la adversidad.

Dedicamos esta investigación a nuestro equipo de autores que con su compromiso y esfuerzo permitieron el cierre de este proyecto. A Jaime Gonzales Díaz y Enrique Ochoa De Arcos por su preocupación en cada detalle y su trabajo minucioso; Finalmente, a nuestros amigos y a todas las personas que nos han acompañado y ayudado en este camino.

## **AGRADECIMIENTOS**

Le agradezco primeramente a Dios por darme el entendimiento, sabiduría y llevarme de su mano para escalar un peldaño más en mi vida.

A mis padres Ramiro Gutiérrez y Orlenis Hoyos por su amor, lecciones de vida y esfuerzo constante en hacer de mí una gran profesional, a mis hermanos por sus sabios consejos y ejemplos de superación.

A mis viejos y demás familiares por animarme cada día a seguir adelante.

A mis profesores, amigos y compañeras de equipo, por la oportunidad de compartir hermosos momentos y por el apoyo en el camino recorrido.

### **Marian Fernanda Gutiérrez Hoyos**

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres Roberto y Shari por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación y ejemplo de vida a seguir.

A mi familia por ser parte importante de mi vida, compañeras de equipo por el apoyo incondicional y docentes por la dedicación en este proceso.

### **Shari Ashley Hudgson May**

Mi agradecimiento enteramente a Dios, todo se lo debo a e ÉL, pintor de mi vida, ayudador, mi fortaleza en todo tiempo y cómplice de mis sueños, Te amo Papá.

A mis padres, Alvaro Manotas y Maria Isabel Mariano, por creer en mis habilidades, por invertir en mí, por su apoyo incondicional, sacrificios que han hecho y por depositar en mí su voto de confianza, los amo.

### **Zoraya Maria Manotas Mariano**

Agradezco primeramente a Dios haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por llenarme de bendiciones, por su infinita misericordia, por ser mi fortaleza en los momentos más difíciles durante mi trayectoria.

A mi familia que ha sido mi apoyo incondicional cuando lo necesite, por su ayuda financiera y apoyo emocional y afectivo en este recorrido de mi vida para lograr ser una profesional.

A mis profesores y compañeras de equipo por el apoyo que brindaron en la realización de este proyecto de grado y el acompañamiento durante cada año en mi carrera universitaria.

### **Cynthia Lee Neira Boxton**

Este logro lo dedico primero a Dios como artífice y protector de mi vida, quien ha sido mi guía.

A mi familia en especial a mis padres y hermana quienes son el motor de mi vida y mi apoyo incondicional en este reto que era un gran anhelo en mi vida y hoy es un sueño en realidad.

A mis abuelos quienes han sido claves para mi proceso de formación a lo largo de mi vida, brindándome su amor y apoyo.

Finalmente, a mis amigas y compañeras de equipo por su esfuerzo y dedicación a lo largo de este arduo proceso.

### **Sheila Milena Ripoll Ospino**

## CONTENIDO

INTRODUCCION .....	19
1. PROBLEMA .....	20
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
2.1 OBJETIVO GENERAL .....	22
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	22
3. JUSTIFICACIÓN.....	23
4. MARCO REFERENCIAL .....	25
4.1 ANTECEDENTES.....	25
4.2.1. GENERALIDADES.....	28
4.2.1.1 Descripción de la fruta de pan.....	29
4.2.1.2 Origen.....	30
4.2.1.3 Localización .....	31
4.2.1.4 Propiedades nutricionales.....	31
4.2.1.5 Consumo.....	32
4.2.1.6 Países importadores.....	32
4.2.1.7 Usos y mercado .....	32
4.2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	33
4.2.2.1 Estudio de mercado.....	34
4.2.2.2 Estudio técnico .....	35
4.2.2.3 Estudio económico financiero.....	36
4.2.2.4 Estudio administrativo.....	37
4.3 MARCO CONCEPTUAL.....	38
4.4 MARCO LEGAL .....	39
4.4.1 NORMATIVIDAD .....	39
4.4.1.2 Legislación sanitaria.....	39
4.4.1.3 Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 007.....	40
4.4.1.4 Ley 9 de 1979.....	40



4.4.1.5 Resolución 003929 de 2013.....	41
4.4.1.6 Decreto 410 de 1971. ....	41
5. DISEÑO METODOLOGICO.....	42
5.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	42
5.2 DISEÑO METODOLÓGICO.....	42
5.3 POBLACIÓN.....	42
5.3.1 Población.....	42
5.3.2Población de estudio.....	43
5.3.3Población sujeto de estudio.....	43
5.4 MUESTRA Y MUESTREO.....	43
5.4.1 Calculo de la muestra.....	43
5.4.2 Técnica de muestreo.....	43
5.5 OPERACIÓN DE LAS VARIABLES:.....	44
5.5.1 Variable independiente:.....	44
5.5.2 Variable dependiente:.....	44
5.6 TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	46
5.6.1 Fuentes primarias.....	46
5.6.2 Fuentes secundarias.....	47
5.6.3 Fases.....	47
6. ASPECTOS DE ADMINISTRACION Y CONTROL DEL PROYECTO.....	48
6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	48
6.2PRESUPUESTO.....	50
7.1 DISEÑO DEL PRODUCTO Y SERVICIO.....	52
7.1.1 Definición del producto.....	52
7.1.2 Presentación del producto.....	52
7.1.3 Usos del producto.....	53
7.1.4 Productos sustitutos.....	53
7.1.5 Productos complementarios.....	53
7.1.6 Aspectos diferenciales del producto.....	54
7.1.7 Definición del servicio.....	54
7.1.8 Características del servicio.....	54

7.1.9 Portafolio de productos y servicios.....	55
7.2.1 Análisis del sector .....	56
7.2.2 Análisis de la competencia.....	56
7.3 ANALISIS INTERNO .....	57
7.3.1 Estrategia de precio.....	57
7.3.2 Plan de venta y distribución .....	57
7.3.3 Plan de publicidad y promoción.....	58
7.3.4 Logotipo.....	59
7.3.5 Marca.....	59
7.3.6 Slogan.....	60
7.4 SEGMENTACIÓN Y TAMAÑO DEL MERCADO .....	60
7.4.1 Segmento del mercado .....	60
7.4.3 Mercado real.....	60
7.4.4 Proyección de la demanda.....	61
8. ESTUDIO TÉCNICO .....	62
8.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO .....	62
8.1.1 Macro localización .....	62
8.1.2 Microlocalización.....	62
8.2.1 Distribución en planta .....	65
8.3 RECURSOS REQUERIDOS.....	66
8.3.1 Maquinaria .....	66
8.3.2 Materia prima.....	68
8.3.3 Utensilios de cocina .....	69
8.3.4 Equipos y muebles .....	69
8.3.5 Recursos humanos.....	71
8.4 CADENA DE SUMINISTRO .....	71
8.5 DESCRIPCION TECNICA DEL PRODUCTO .....	73
8.6 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCION.....	74
9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	77
9.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	77
9.2 IDENTIDAD CORPORATIVA .....	77

9.2.1 Objeto social.....	77
9.2.2 Misión.....	77
9.2.3 Visión.....	78
9.2.4 Objetivos organizacionales.....	78
9.2.5 Valores corporativos.....	78
9.2.6 Principios corporativos.....	79
9.3 ANÁLISIS DOFA.....	80
9.4 ESTRATEGIAS GERENCIALES.....	82
9.4.1Estrategias Generales.....	82
9.5 POLÍTICAS.....	83
9.5.1    Políticas organizacionales.....	83
9.5.2    Políticas para el área de mercadeo y ventas.....	84
9.6 REQUERIMIENTO PERSONAL.....	87
9.6.1 Organigrama.....	87
9.6.2 Descripción de cargos.....	87
9.6.3 Nomina requerida.....	89
9.6.4 Contratación.....	91
9.7 MARCO LEGAL.....	95
9.7.1 Documentos para la constitución de la empresa S.A.S.....	95
9.7.2 Pasos para la creación de la empresa.....	96
10. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	98
10.1 INVERSION INICIAL.....	98
10.1.1 Inversión en activos fijos.....	98
10.1.2 Inversión en activos diferidos.....	98
10.1.3 Inversión en capital de trabajo.....	100
10.1.4 Inversión total.....	100
10.2 FUENTE DE FINANCIAMIENTO.....	101
10.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	102
10.3.1 Costos directos e indirectos de fabricación.....	102
10.3.2 Total costos operativos.....	104
10.3.3 Gastos administrativos.....	104

10.3.4 Gastos de venta.....	106
10.3.5 Gastos financieros .....	108
10.3.6 Total gastos operativos.....	109
10.4 PRECIO DE VENTA.....	109
10.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	111
PETIT PACK .....	111
10.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	111
10.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	114
10.8 TIR Y VAN.....	116
10.9 BALANCE GENERAL .....	116
10.10 INDICADORES Y EVALUACION FINANCIERA .....	117
DISCUSIONES.....	120
CONCLUSIONES .....	121
BIBLIOGRAFIA.....	122
ANEXOS.....	124
ENCUESTA .....	124
PROCESAMIENTO DE LA FRUTA DE PAN .....	128
FERIA UNIVERSITARIA .....	130

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 propiedades nutricionales .....	31
Tabla 2 Variables .....	46
Tabla 3 Cronograma .....	50
Tabla 4 Presupuesto .....	51
Tabla 5 Presupuesto estimado de publicidad .....	59
Tabla 6 Proyección de la demanda .....	61
Tabla 7 Materia prima requerida.....	68
Tabla 8 Utensilios de cocina requeridos .....	69
Tabla 9 Muebles y equipos .....	71
Tabla 10 Recursos humanos requeridos .....	71
Tabla 11 Ficha técnica fruta de pan .....	74
Tabla 12 Matriz DOFA.....	82
Tabla 13. Nomina requerida .....	89
Tabla 14 Aportes a seguridad social .....	90
Tabla 15 Provisión para prestaciones sociales.....	90
Tabla 16 Aportes parafiscales.....	91
Tabla 17 Inversión en Activos fijos .....	98
Tabla 18 Inversión en activos diferidos .....	99
Tabla 19 Inversión en Capital de Trabajo.....	100
Tabla 20 Inversión Total.....	100
Tabla 21 Fuente de financiamiento.....	101

Tabla 22 Amortización del crédito .....	102
Tabla 23 Costos directos e indirectos .....	103
Tabla 24 Total costos operativos .....	104
Tabla 25 Gastos administrativos.....	106
Tabla 26 Gastos de venta .....	108
Tabla 27 Gastos financieros.....	108
Tabla 28 Total gastos operativos .....	109
Tabla 29 Precio de venta.....	110
Tabla 30 Presupuesto de ingresos.....	111
Tabla 31 Estado de resultados proyectado.....	113
Tabla 32 Flujo de caja proyectado .....	115
Tabla 33 TIR y VAN .....	116
Tabla 34Balance general proyectado.....	117
Tabla 35 Indicadores financieros .....	118

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Fruta de pan .....	30
Figura 2 La figura abierta .....	30
Figura 3 Estructura del estudio de mercado.....	35
Figura 4 Elementos que hacen parte de un estudio técnico .....	36
Figura 5 estructura del análisis económico y financiero.....	37
Figura 6 Elementos de un estudio administrativo.....	38
Figura 7 Portafolio de productos y servicios .....	55
Figura 8 Plan de venta y distribución .....	57
Figura 9 Ubicación geográfica.....	63
Figura 10 Distribución de las instalaciones .....	65
Figura 11 .....	66
Figura 12 .....	66
Figura 13 .....	67
Figura 14 .....	67
Figura 15 .....	72
Figura 16 Organigrama de Mr bread fruit.....	87

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta .....	124
Anexo 2 Resultados de la encuesta.....	127
Anexo 3 Proceso de producción de la fruta de pan.....	128
Anexo 4 La fruta de pan.....	129
Anexo 5 Feria empresarial .....	130
Anexo 6 Stand feria empresarial.....	130



## RESUMEN

Llevar a la realidad el desarrollo de una idea de negocio es el comienzo de la presente investigación, en este caso a través de la explotación de la fruta de pan se desarrolla un plan de negocio para la creación de la empresa Mr. Bread Fruit S.A.S en la ciudad de Cartagena, dedicada al procesamiento y comercialización de fruta de pan en presentación precocida y congelada mediante el proceso para la preservación de alimentos, éste plan permite proyectar la puesta en marcha de Mr. Bread Fruit, evaluando las oportunidades de la empresa en el mercado por lo cual el proyecto es puesto en estudio con la realización de la investigación, que mide la factibilidad del portafolio de producto de la empresa, con la finalidad de determinar la viabilidad de ésta propuesta en Cartagena de indias. Para lo cual se realizaron estudio técnico, económico financiero, de mercado y administrativo con el propósito de definir las especificaciones del producto, cantidades, materia prima e insumos, proceso de producción, calidad, costos, gastos, procedimientos administrativos, áreas de trabajo y funciones, así mismo se proyectó las finanzas de la operación de Mr. Bread Fruit en un lapso de 5 años por periodos de 1 año que permitió conocer desde la inversión inicial, ingresos, egresos como los estados de resultado e indicadores de factibilidad y otros factores, que expresan que el plan de negocios para Mr. Bread Fruit S.A.S es viable, rentable y beneficioso para su inversión.

**Palabras claves:** fruta de pan, explotación, precocida, congelada, factibilidad, viabilidad, procesamiento, comercialización, oportunidades, inversión

## **ABSTRACT**

Carry the development of a business idea to reality is the beginning of the present investigation, in this case through the exploitation of the bread fruit develops a business plan for the creation of Mr. Bread Fruit S.A.S company in the city of Cartagena dedicated to the processing and marketing of bread fruit in pre-cooked and frozen through the process for the preservation of food, presentation, this plan allows to project the implementation of Mr. Bread Fruit, evaluating the opportunities of the company in the market by which the project is implemented study with the completion of the research, measuring the feasibility of the portfolio of the company's product, in order to determine the feasibility of this proposal in Cartagena de indias. For which were conducted to study technical, economic, financial, market and administrative with the purpose of defining the specifications of the product, quantities, raw materials and inputs, the process of production, quality, costs, expenses and procedures administrative functions and workspaces, also projected the finances of the Mr. Bread Fruit operation in a span of 5 years for periods of 1 year which allowed to learn from the initial investment, revenue, expenses as the States of outcome and indicators of feasibility and other factors, which stated that the business plan for Mr. Bread Fruit S.A.S is viable, profitable and beneficial for your investment.

**Key words:** bread fruit, exploitation, pre-cooked, frozen, feasibility, viability, processing, marketing, opportunities, investment

## **INTRODUCCION**

Colombia, un país con unas características particulares, inmerso en una plataforma continental con una extensión territorial de 1.157.000 km<sup>2</sup>, con el privilegio de tener todos los climas, y por tal razón, la variedad agrícola es de características superiores, al punto de ser autosuficiente en la producción de alimentos de origen eminentemente vegetal, manejando una multidiversidad de productos que son parte de las condiciones naturales , destacándose así por la gran pluralidad en producción de frutas, una de ellas es la fruta de pan.

Por ende, la investigación comienza a desarrollarse sobre la importancia que tiene la fruta de pan en la actualidad, presentando información sobre los antecedentes de esta temática, resaltando su trascendencia y auge; lo cual es considerado como una gran oportunidad a causa de las condiciones especiales que se presentan durante su proceso de cosecha.

Debido a esta circunstancia se pretende explotar la diversidad de vitaminas que posee la fruta de pan, ya que de acuerdo con los estudios realizados es una fruta poco conocida, en consecuencia, se pretende realizar un plan de negocios donde esta se dé a conocer en presentación pre cocida y congelada. Seguidamente darle valor a los diversos factores que influyen en el desarrollo del proyecto, planteando así los alcances y límites de la investigación, sus aportes y beneficios sociales, en especial a la población objetivo.

## **1. PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el transcurso de los años evidentemente en el mercado, se ha introducido y aun se presenta enorme variedad de productos alimenticios, muchos son productos existentes mejorados y gran parte son productos innovadores. Sin embargo, muchos productos que pueden ser transformados de los cuales se estima una alta percepción de innovación y éxito como producto, no han sido propuestos aun, por ejemplo la fruta de pan.

Esta fruta es uno de las tantas en la lista del grupo de frutas tropicales y productos agrícolas existentes en Colombia que no son aprovechados y de las cuales su producción se pierde.

El problema consiste en que hay existencia de recursos, es decir, la fruta de pan como materia prima, principalmente en San Andrés islas, se encuentra una alta producción de ésta fruta debido a que cumple con todos los requerimientos en cuanto suelo, temperatura y entre otras características que no se presentan en otras partes de Colombia, por lo tanto debido a la baja producción en ciertas ciudades y/o municipios se comercializará fruta de pan, a la cual se le someterá a una transformación generadora de valor.

A raíz de que la fruta de pan se ha comercializado en la isla de San Andrés en pequeñas medidas y no una comercialización masiva generadora de impacto en el mercado nacional colombiano, Se ha encontrado la oportunidad de negocio en el aprovechamiento del fruto, por medio de la comercialización de fruta de pan empacada lista para freír y consumir.

Por consiguiente se desea que el consumo de la fruta de pan sea conocida y/o popular en la ciudad de Cartagena de indias, donde se presentará en empaques de la fruta pre-cocida y congelada, para la conservación del producto y preservación de su calidad y sabor natural. Esta idea de negocio tiene como función conquistar el mercado Colombiano en particular el Cartagenero con el fin de que este conozca y disfrute de un producto innovador el cual ofrece muchos beneficios nutricionales. Por tanto, es preciso levantar información descriptiva respecto al proyecto para su alcance objetivo; y establecer la viabilidad de procesar y comercializar la Fruta de Pan.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la factibilidad de comercializar la fruta de pan en presentación de precocidas y congeladas en la ciudad de Cartagena de indias?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad de comercializar la fruta de pan en presentación de precocidas y congeladas en la ciudad de Cartagena de indias, por medio de un plan de negocios, con el fin de establecer su potencial empresarial.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Efectuar un estudio de mercado el cual determine la aceptación y factibilidad del producto, en el mercado local de la ciudad de Cartagena.
- Definir por medio de un estudio técnico, la operatividad y comercialización del producto en la ciudad de Cartagena, teniendo en cuenta la localización y demanda del mercado.
- Realizar un estudio administrativo y legal el cual permita cumplir a cabalidad con los requisitos legales necesarios para la práctica, comercialización y ejecución del proyecto.
- Elaborar un estudio económico – financiero el cual determine los beneficios económicos y la productividad del proyecto.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad es muy común ver un mercado cambiante debido a la globalización y la alta competitividad de productos y servicios, por lo que es importante la realización de este proyecto con el fin de desarrollar un nuevo producto como lo es la fruta de pan en presentación precocidas y congeladas.

Debido a sus múltiples beneficios y propiedades que no han sido aprovechadas en su totalidad por la falta de conocimiento por parte de los actores del mercado, bajo esta perspectiva, es de vital importancia la realización de un estudio de mercado con su respectivo plan de negocio como instrumento para la toma de decisiones en el inicio, desarrollo y permanencia de un negocio en el mercado.

Por tal razón, a nivel teórico, el presente proyecto acudirá a consultar y emplear las diferentes definiciones de diversas fuentes y autores para aplicar los conceptos adecuadamente en el desarrollo de este trabajo como herramienta de mercadeo; apropiado para la toma de decisiones que facilitan la expansión de este producto en la ciudad de Cartagena.

A nivel práctico, este proyecto se realiza porque se hace necesario mejorar y desarrollar nuevas competencias en la realización del plan de negocio. Además, puede ser un aporte al crecimiento comercial de una organización, y de alcanzarse esto, incrementaría del mismo modo los empleos y la economía de la región.

En cuanto al nivel metodológico, el estudio de mercado obliga necesariamente el diseño de un instrumento, cuya ejecución debe arrojar los resultados precisos para denotar conclusiones sobre las probabilidades del producto en el mercado meta. Desde otra perspectiva, por medio de la observación y análisis, debe ser posible instaurar otros criterios del sector que contribuyen a

los resultados del estudio y sostengan el diseño de estrategias para alcanzar los objetivos de la organización.

El producto de este trabajo será un plan de negocios que evaluara la viabilidad financiera de la producción y comercialización de la fruta de pan precocidas y congeladas; identificando, describiendo y analizando las diferentes oportunidades de mercado, examinando su factibilidad técnica, económica financiera, administrativa y el desarrollo de todos los procedimientos y estrategias para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial en concreto.

No obstante, mostrara un exhaustivo estudio de mercado que aporte la información necesaria para llevar en marcha un apropiado desarrollo del proyecto y determinar con mayor certeza su factibilidad.



## 4. MARCO REFERENCIAL

### 4.1 ANTECEDENTES

La fruta de pan es un fruto que ha sido objeto de estudio para la ejecución de algunas indagaciones enfocadas a establecer la factibilidad de comercializarla, en este caso en presentación de precocidas y congeladas en la ciudad de Cartagena de indias, interpretando el impacto que puede generar en diferentes sectores, ya que, se le dará un aprovechamiento en una presentación diferente.

Según (*Claudia Elena Suárez Giraldo, 2010*) en su tesis de grado de maestría en Medioambiente y Desarrollo de la Universidad Nacional de Colombia ***“Estudio de especies frutales promisorias con miras a su aprovechamiento sostenible en la Isla de San Andrés”***, afirma que la fruta de pan abarca dentro de las especies frutales promisorias de la isla de San Andrés teniendo así un gran potencial industrial local.

De acuerdo con los estudios agroindustriales realizados por (*Sania Salazar Gómez, 2012*) en el artículo ***“El fruto del pan o breadfruit encabeza la lista de productos agrícolas que podrían mejorar los ingresos económicos y la nutrición de los pobladores del Archipiélago, cuya alimentación es en su mayoría importada. Devolverles el carácter agrario a las islas es posible con las recomendaciones de la academia”*** afirma que hay varias posibilidades para generar agroindustria a partir del aprovechamiento del fruta de pan añadiendo valor agregado, obteniendo así mejores ganancias comercializando productos elaborados entre esos el fruta de pan.

Sigue diciendo (*Suarez, 2010*) en su tesis de maestría que en Colombia su explotación ha sido mínima son pocos los habitantes conocedores de este fruto con tan múltiples usos, si es verdad en muchas zonas no son lo suficientemente fértil para la siembra del fruta de pan y en cuanto a las zonas fértiles para este que el árbol da frutos no es extraído como se debe, y se echa a perder sus frutos al pasar del tiempo; existen varios registros de la especie en ciertos departamentos como: Antioquia, Cauca, Chocó, Nariño, Valle del Cauca, San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Es común encontrar árboles de fruta de pan o pan del Norte, en los patios de las casas de los pobladores del Pacífico y de la Isla de San Andrés, quienes son los principales consumidores de este fruto.

El archipiélago de san Andrés, providencia y santa catalina es uno de los mayores exponentes de Colombia en cuanto a cultivo de este fruto y explotación, debido a su suelo fértil y la cultura de la isla que desde los antepasados nativos esta se utiliza como un alimento casero y práctico para el consumo de la vida cotidiana. Este es usado como acompañantes de algunas comida típicas de la isla ya sea frito o cocido, haciendo parte de la cadena alimenticia de tal territorio.

*Neal Lineback, Mandy Lineback Gritzner y Jane Nicholson (2012)* afirman en su artículo *¿quién en el mundo come la fruta de pan?* que el fruto de pan es uno de los árboles que produce más fruta en el mundo, un árbol de estos puede producir hasta 200 o más frutas, casi 450 libras (204 kg) al año. Además la fruta de pan ha sido de por tiempos una comida básica en las Islas del Pacífico; siendo nutritiva, provee 121 calorías en una porción de media taza. Es rica en fibra, potasio, fósforo, calcio, cobre y otros nutrientes.

En el proyecto de investigación ***“proceso de producción y distribución de harina de fruta de pan para el consumo familiar en la ciudad de milagro”*** ***María Vanessa Quiñonez Padilla y Tamara Cruz Arias Aguirre (2013)***, afirman que una vez conocidos los valores nutricionales de la fruta de pan, se ha logrado establecer que el consumo de este producto es bueno por su excelente fuente de calorías y vitaminas necesarias para el cuerpo humano.

Debido a los altos niveles de nutrientes que posee la fruta de pan en Guayaquil, Ecuador se creó un proyecto llamado ***“Producción y distribución de muffins de fruta de pan como complemento alimenticio para los niños de la fundación Acción Solidaria”***, ***(Casanova, Morocho y Gallegos, 2013)*** debido a los grados de desnutrición que presentan los niños surge la idea de alimentarlos con muffins hechos del mismo por su múltiples ventajas nutritivas y energéticas que contribuyen en el buen crecimiento y desarrollo de estos.

después de varios estudios e investigaciones se llega a la conclusión, que la fruta de pan adquiere en la actualidad un papel importante, pues garantiza la producción de alimentos con bajos costos ya que más del 70% de la producción de frutas de este árbol se pierde por baja demanda y escaso conocimiento de su uso, permitiendo suplir las necesidades alimentarias de la población, constituirse en una fuente de comercialización, brindando un método óptimo de conservación, manteniendo las propiedades nutritivas, logrando alargar el tiempo de su vida útil.

## **4.2 MARCO TEÓRICO**

### **4.2.1. GENERALIDADES**

La fruta de pan hace parte del grupo de las grandes variedades de riquezas naturales de Colombia que no se aprovechan, el principal factor que influye en este desaprovechamiento es la falta de conocimiento, ignorando a su vez los aportes nutricionales que brinda y el gran provecho que se puede obtener de la fruta de pan, por lo general en Colombia es consumido en las zonas tropicales que cuentan con las características donde el árbol crece.

El árbol, fruto y semilla se consideran como una fuente de vida por su utilidad e importancia tales como alimento humano y animal, planta ornamental, medicinal, protectora de aguas y suelos, maderable, fuente de fibra, y como origen de tantos otros beneficios que le han dado cabida permanente en muchos de los países tropicales del mundo.

La fruta de pan su nombre científico es *Artocarpus Altilis*, el nombre común es casi universal, en inglés Bread Fruit; en español árbol de pan; en Venezuela llamado pan de año, pan de todo el año, pan de palo, pan de ñame, topan o tupan; en Guatemala y Honduras mazapán

La fruta de pan se conoce como una fruta con sabor a pan, se dice que proviene de los países Nueva Guinea e Indonesia; el árbol es erguido y de rápido crecimiento, el árbol del pan es muy tropical, más que el árbol de mango requiere de un rango de temperatura de 15,56° - 37,78°, una precipitación anual de 203-254cm y una humedad relativa de 70 a 80%; tiene muchas ramas, algunas gruesas, con mucho follaje, otras largas y delgadas con el follaje agrupado solo en las puntas. Sus características pueden variar dependiendo las condiciones climáticas.

#### **4.2.1.1 Descripción de la fruta de pan**

El fruto es de forma oblonga, ovoide, redonda, cilíndrica o en forma de pera, de 12 a 20 cm de ancho y 12 cm de longitud con un peso aproximado entre 8 y 14 libras (4 y 7 kilogramos).

El corazón de la fruta tiene numerosos tubos de látex y haces vasculares largos, que se descorazonan rápido, después de cortada la fruta, debido a la acción enzimática.

Tiene una corteza dura pero delgada, la cual es moldeada en cuatro a seis caras irregulares. Inicialmente, la corteza es de color verde, volviéndose luego verde amarillenta, amarilla o amarillo café cuando la fruta está madura. Algunas frutas tienen la corteza suave y otras la tienen áspera como una lija con baches o ligeramente espinosa.

En estado verde las frutas son duras, con su interior blanco y algo fibroso. Cuando están completamente maduras, son algo suaves y su interior es de color crema o amarillo, de textura pastosa y fragancia dulce. Tiene variedades con semillas y sin semillas. Cuando tiene semillas, estas son de forma irregular ovada, puntudas por un lado y redondeadas por el otro, de dos centímetros de longitud. Las frutas nacen solas o en racimos de dos o tres. El pedicelo del fruto mide entre 2.5 y 12.5 cm.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.fundesyam.info/biblioteca.php?id=2653>



*Figura 1 Fruta de pan*

Fuente. (Mary Wholey Via Compfight cc)



*Figura 2 La fruta de pan abierta*

FUENTE.

<http://www.sabelotodo.org/agricultura/frutales/frutadepan.html>

#### **4.2.1.2 Origen**

La llegada del árbol de pan a América, en 1793, está ligada a una historia de rebelión, crueldad y violencia. El cargamento logró llegar en un segundo viaje, en el barco inglés Providencia, que zarpó -con escolta militar- de Tahití, con la misión de entregar los árboles de pan, para introducirlos como alimento en las colonias inglesas de América.

El primer intento fracasó, el capitán inglés William Bligh (1754-1817), al mando del velero Bounty, por su extrema severidad provocó un motín dirigido por el segundo de a bordo, Fletcher Christian, el 28 de abril de 1787. En compañía de dieciocho tripulantes fieles, Bligh fue

abandonado en alta mar en una lancha, pero logró arribar a la isla Timor después de una travesía de 4,000 millas. Todos los pequeños árboles fueron arrojados al mar.

#### 4.2.1.3 Localización

Es originaria de una vasta región que se extiende desde Nueva Guinea hasta el Este de Micronesia, pasando por el archipiélago Indo-Malayo, se cultiva en la zona Pacífica (Oceanía e islas), Tahití, India, El Sudeste de Asia, el este de África, Hawái, Jamaica, Haití, Puerto Rico, República Dominicana, Barbados, y demás islas del caribe, las zonas bajas de Centroamérica y las zonas bajas de la parte norte de Sudamérica.

#### 4.2.1.4 Propiedades nutricionales

Se destaca por la variedad de propiedades nutricionales que ayudan al mejoramiento del ser humano, debido a su alta cantidad de agua e hidratos de carbono (en forma de almidón), además de las proteínas y lípidos que, aunque menos que las anteriores, se presentan en cantidades superiores a otros frutos, se considera una de las frutas carnosas más energéticas, posee minerales como potasio, calcio, fósforo y hierro, y vitaminas como la C, la más abundante, y en menor medida las A, B, B1, B2 y B3.

Propiedad	Cantidad
<u>Energía</u> (kcal)	94,00
<u>Proteínas</u> (g)	1,47
<u>Grasa</u> (g)	0,30
<u>Hidratos de carbono</u> (g)	24,01
<u>Colesterol</u> (mg)	0,00
<u>Fibra</u> (g)	1,60

Tabla 1 propiedades nutricionales

Fuente: Arguiño, 2000

#### 4.2.1.5 Consumo

Los frutos que no hayan madurado, caracterizados por su color verde, pueden prepararse cocidos, asados o tostados, mientras que los ya maduros pueden cortarse en rodajas y comerse crudos. Sin embargo, los frutos maduros pueden resultar insípidos, por lo que muchas veces son consumidos verdes. (Karlos Arguiñano 2000).

#### 4.2.1.6 Países importadores

Los países importadores son Estados Unidos, Inglaterra y Canadá y los países productores son el Sudeste de Asia, el este de África, Hawái, Jamaica, Haití, Puerto Rico, República Dominicana, Barbados, y demás islas del caribe.

#### 4.2.1.7 Usos y mercado

- **Fruta fresca:** se consume madura como fruta y verde como verdura. Nunca se debe consumir cruda. Como fruta se cocina, entera, en ensaladas, pelada y sin semillas, descorazonada con azúcar y mantequilla o sal y pimienta. La pulpa se puede rebanar y asar en jarabe hasta que este tostada y de color café. Se hacen pudines caseros de la pulpa cocinada, combinada con leche de coco, sal y azúcar; también postres endulzados y se preparan condimentos. Como verdura se consume sola, en ensaladas o en sopas cocinada, hervida, horneada o frita.
- **Fruta procesada:** se hacen pulpas, dulces y postres, se deshidrata, se puede fermentar naturalmente o se hacen encurtidos, fermentándolas en salmuera, enteras, rebanadas en trozos o molidas en forma de pasta, y envasadas en vidrio o enlatadas. Se



elabora harina de la fruta de pan y se utiliza como base para comidas instantáneas y para la industria panadera

- **Otros:** Las semillas y las flores son cocidas, vaporizadas o asadas, se comen con sal, se pueden moler y hacer puré. Las hojas se utilizan para la alimentación animal. El látex que contiene en sus distintas estructuras se utiliza como pintura, combinado con colorantes y como adhesivo o sellante. La madera se usa para construcción de chozas, canoas y muebles. La fibra de la corteza sirve de materia prima para hacer prendas de vestir.

- **Medicinal:** se cree que la cocción de las hojas baja la presión sanguínea y alivia el asma. El jugo de las hojas es utilizado como gotas ópticas. El látex se utiliza para heridas de la piel y diluido para la diarrea y dolores estomacales. Las flores secas se utilizan como repelente de mosquitos.

- **Mercados:** Los países importadores son Estados Unidos, Inglaterra y Canadá y los países productores son el Sudeste de Asia, el este de África, Hawái, Jamaica, Haití, Puerto Rico, República Dominicana, Barbados, y demás islas del caribe.

#### **4.2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad o viabilidad se utiliza como instrumento de orientación para la toma de decisiones en la evaluación de proyectos; se hace con el fin de determinar si el proyecto tendrá éxito o no.

Según el autor (Varela, 2001) <sup>2</sup>“se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. Igualmente afirma lo siguiente “La evaluación integral del proyecto tiene como objetivo central determinar los indicadores de factibilidad del proyecto

---

<sup>2</sup> Varela, R. (2001). Innovación Empresarial. Bogotá: Prentice Hall.

como son: la tasa interna de retorno, valor presente neto y el punto de equilibrio económico (mínimo nivel de ventas necesario para recuperar los costos)".

En otras palabras el estudio de factibilidad es el análisis que se realiza para determinar si el plan de negocio es bueno o es malo y las diferentes estrategias para la puesta en marcha con éxito; teniendo en cuenta los diferentes componentes como son: factibilidad de mercado, técnico, organizacional y financiero.

#### **4.2.2.1 Estudio de mercado**

Con el estudio de mercado se determina quienes serán los consumidores de dicho producto, teniendo en cuenta diferentes variables como la edad, el género, ubicación y nivel de ingresos.

Los autores han definido el estudio de mercado de diferentes formas: Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"<sup>3</sup>.

Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"<sup>4</sup>.

Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor"<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Del libro: «Principios de Marketing», Segunda Edición, de Randall Geoffrey, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, 2003, Pág. 120.

<sup>4</sup> Del libro: «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición, de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, Pág. 98.

<sup>5</sup> Del libro: «Investigación de Mercados Un Enfoque Practico», Segunda Edición, de Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92.

Debido a lo anterior se concluye que el estudio de mercado es un proceso de recolección y análisis de datos acerca de las condiciones y necesidades del mercado. Dicho estudio se utiliza para ayudar a implementar el plan de negocio, lanzar un nuevo producto o servicio o innovar y abrirse a nuevos mercados.

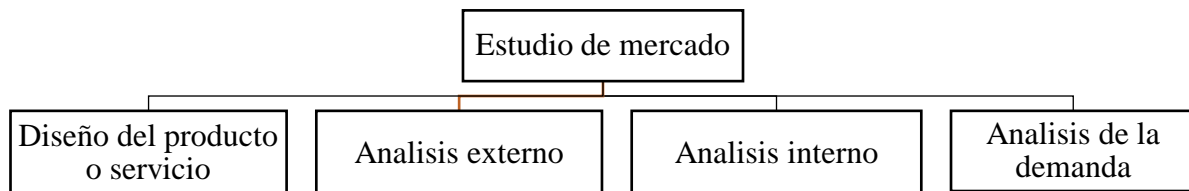


Figura 3 Estructura del estudio de mercado  
Fuente: Garizado, et al. 2016

#### 4.2.2.2 Estudio técnico

El estudio técnico “Consiste en resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2001).

Se realiza después de haber realizado el estudio de mercado, que permite elaborar un cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El plan de negocio debe presentar las diferentes maneras de elaborar el producto o servicio, consiguientemente se requiere su proceso de elaboración para luego determinar qué cantidad es necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. Además identifica los proveedores y acreedora de materias primas y todas las herramientas imprescindibles para el desarrollo del producto.

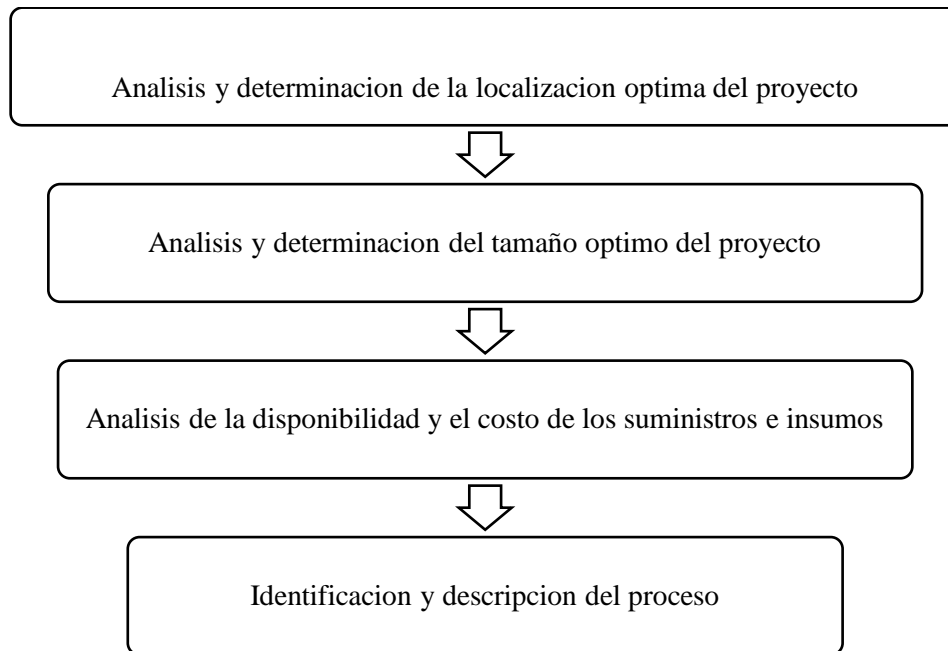


Figura 4 Elementos que hacen parte de un estudio técnico

Fuente: Garizado, et al. 2016

#### **4.2.2.3 Estudio económico financiero**

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior (Estudio Técnico)- ; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

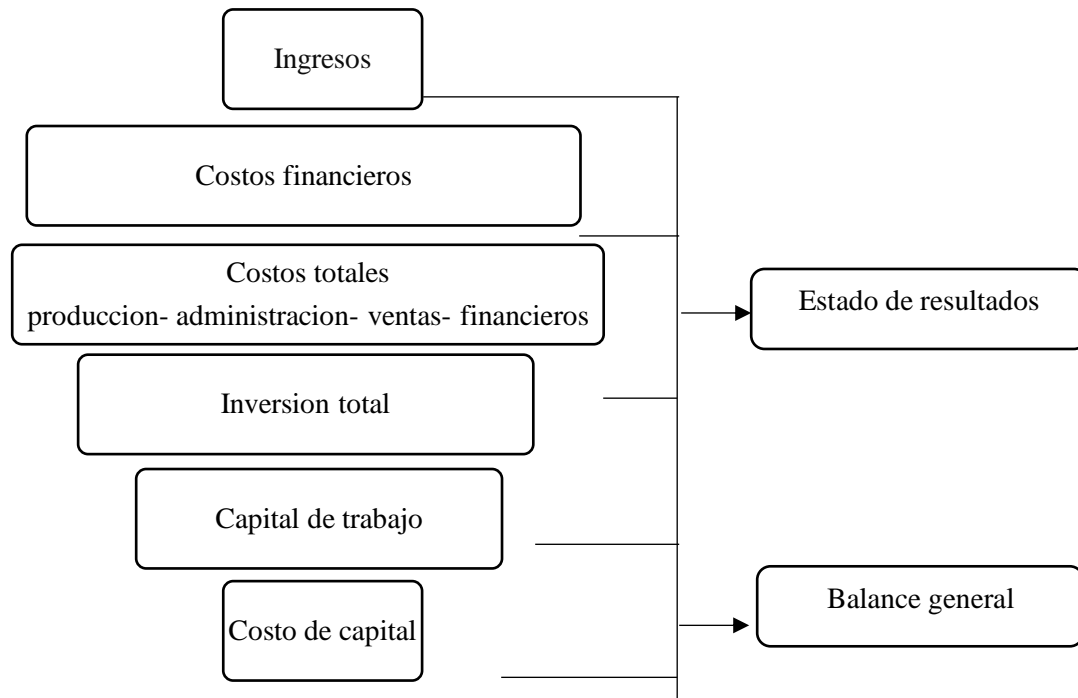


Figura 5 estructura del análisis económico y financiero

Fuente: Garizado, Romero, Pestana, Díaz, 2016 Cita a Baca 2006

#### 4.2.2.4 Estudio administrativo

El estudio administrativo consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos y fiscales.

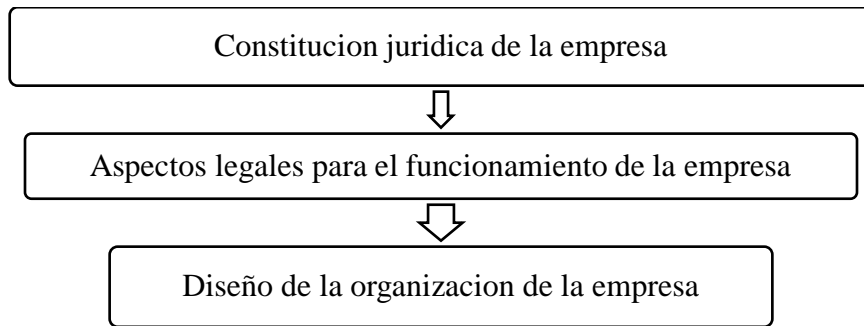


Figura 6 Elementos de un estudio administrativo

Fuente: Morales, 2009 (Citado en Garizado, et al. 2016)

### 4.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Frutan de pan:** La fruta de pan se conoce como una fruta con sabor a pan, se dice que proviene de los países Nueva Guinea e Indonesia; el árbol es erguido y de rápido crecimiento, el árbol del pan es muy tropical, más que el árbol de mango requiere de un rango de temperatura de  $15,56^{\circ}$  -  $37,78^{\circ}$ , una precipitación anual de 203-254cm y una humedad relativa de 70 a 80%; tiene muchas ramas, algunas gruesas, con mucho follaje, otras largas y delgadas con el follaje agrupado solo en las puntas. Sus características pueden variar dependiendo las condiciones climáticas.
- **Negocio:** Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas.
- **Comercialización:** La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

- **Plan:** puede definirse como un conjunto de medidas que alguien proyecta realizar en miras a cumplir un objetivo. En un buen plan se distribuyen metódica y sistemáticamente los recursos y se evalúan estrategias, para obtener eficacia, economía de costos y alto rendimiento.

- **Estudio de factibilidad:** El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto.

- **Mercado:** el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos.

- **Pre cocido:** alimentos previamente sometidos a un proceso de cocción y luego desecados, que para su consumición no precisan más que la adición de agua.

- **Congelación:** La congelación permite conservar nuestros alimentos por largos periodos de tiempo. Gracias a las bajas temperaturas (inferiores a 24°C bajo cero) se detiene la actividad bacteriológica y enzimática que descompone los alimentos.

- **Estrategia:** un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

## **4.4 MARCO LEGAL**

### **4.4.1 NORMATIVIDAD**

#### **4.4.1.2 Legislación sanitaria**

1.1 DECRETO 3075 DE 1997. Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las

disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.

b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.

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

**4.4.1.3 Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 007.** Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.

**4.4.1.4 Ley 9 de 1979.** Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.



**4.4.1.5 Resolución 003929 de 2013.** El objeto de la presente resolución es establecer el reglamento técnico, mediante el cual se señalan los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de frutas, clarificados o no la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional con el fin de proteger y posibles daño a la misma, así como las practicas que puedan inducir a error a los consumidores.

**4.4.1.6 Decreto 410 de 1971.** Por el cual se expide el Código de Comercio el Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las facultades extraordinarias que le confiere el numeral 15 del artículo 20 de la Ley 16 de 1968, y cumplido el requisito allí establecido.

## **5. DISEÑO METODOLOGICO**

### **5.1 TIPO DE INVESTIGACION**

Este trabajo es de carácter descriptivo. Los estudios descriptivos son aquellos donde se busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, los estudios descriptivos miden de manera mas bien independiente los conceptos o variables a los que se refieren y se centran em medir con la mayor precision posible (Hernandez, Fernandez y Batista, 2003) “Capitulo 3: Metodologia de la investigacion”.

### **5.2 DISEÑO METODOLÓGICO**

La investigación que se desarrolla en el presente proyecto está basada en los siguientes puntos generales:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo, jurídico - legal
- Estudio económico y financiero

### **5.3 POBLACIÓN**

#### **5.3.1 Población**

El presente proyecto de investigación está dirigido a los hogares

### **5.3.2 Población de estudio**

El presente proyecto de investigación está dirigido a los hogares de Cartagena de indias, Colombia.

### **5.3.3 Población sujeto de estudio**

Hogares de la ciudad de Cartagena de indias, cuyo rango se encuentre dentro los estratos 2, 3 y 4.

## **5.4 MUESTRA Y MUESTREO**

### **5.4.1 Calculo de la muestra**

La muestra elegida para la realización del proyecto fue de 174 personas (Habitantes de Cartagena en estratos 2, 3, 4 = 556.000).

### **5.4.2 Técnica de muestreo**

La técnica de muestreo empleada para el presente proyecto es de tipo no probabilístico por conveniencia. Esta consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo, tiene como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico sobre la población. (Carlos Ochoa, 2015) <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

## 5.5 OPERACIÓN DE LAS VARIABLES:

Tomando en cuenta la definición de “una variable como las características, atributos, propiedades o cualidades que puede estar o no presente en los individuos, grupos o sociedades.”

Se ha planificado la comercialización de fruta de pan en presentación precocida y congelado en empaque, para conocer la viabilidad y/o factibilidad de comercializar dicho producto en Cartagena de Indias, donde se hace necesario conocer la demanda.

**5.5.1 Variable independiente:** Demanda del producto fruta de pan empacado en Cartagena de Indias.

**5.5.2 Variable dependiente:**

- Comercialización del producto
- Estrategias de comercialización

Se ha determinado que por medio de un instrumento de recopilación de información, se conocerá la actitud y aceptación de un grupo objetivo hacia el producto teniendo en cuenta las siguientes variables las cuales se medirán de acuerdo a las opciones de respuesta.

<b>Código</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo</b>	<b>Categorías</b>	<b>Rango</b>
<b>OPV1EDAD</b>	<b>Edad</b>	Tiempo de vida en años del encuestado	Cuantitativa	N/A	-

OPV2STRAT	<b>Estrato</b>	Nivel socioeconómico de área de residencia	Cualitativa ordinal	1 2 3	2-4
OPV3STSF	<b>Aceptación del producto</b>	Satisfacción en la degustación del producto freído	Cuantitativa ordinal	Muy agradable Agradable Poco agradable Desagradable	N/A
OPV4DMND	<b>Demanda</b>	Disposición de compra del producto	Cuantitativa	Si No	N/A
OPV5CMPTCIA	<b>Competencia</b>	Empresas con objetos sociales a fines	Cualitativa ordinal	Competencia directa Competencia indirecta	N/A
OPV6PDP	<b>Presentación del producto</b>	Cantidad de producto a distribuir	Cuantitativa métrica	No aplica	N/A

OPV7RCRS	<b>Recursos</b>	Componentes para el desarrollo del proyecto	Cualitativa nominal	No aplica	N/A
OPV8AMBIENTACION	<b>Ambientación del lugar</b>	Adecuación del lugar, colocación y distribución, clima	Cualitativa nominal	Tranquilo y silencioso Colorido y ruidoso Jovial	N/A
OPV9LOCALIZACION	<b>Localización</b>	Ubicación del proyecto	Cualitativa nominal	Mercado de Bazurto Súper Mercados	N/A

Tabla 2 Variables

Fuente: Garizado, et al. 2016

## 5.6 TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

### 5.6.1 Fuentes primarias

Se determina como fuentes primarias aquella información que se obtiene directamente de los resultados de las encuestas aplicadas a los hogares de la ciudad de Cartagena, con el propósito, de identificar el nivel de aceptación que tendría la fruta de pan en la ciudad.

### **5.6.2 Fuentes secundarias**

Se determina como fuente secundaria, aquella información que se obtiene a través de estudios e investigaciones previas de antecedentes del fruta de pan, de la misma manera, los archivos, documentos encontrados en bibliotecas virtuales y otras páginas web, artículos científicos, tesis de maestría, proyectos del gobierno y artículos de prensa nacionales e internacionales.

### **5.6.3 Fases**

Primeramente se recolectara la información teórica por medio de las fuentes de investigación tanto primaria como secundaria, posteriormente, a través del método de observación directa y la encuesta, comenzará el proceso de recolección de datos primordiales para la intrepidez de los resultados propuestos

La observación directa para el presente proyecto, servirá para entrar en contacto con las exigencias y necesidades de los hogares de la ciudad de Cartagena y poder implantar y estimar objetivos al igual que la relación entre dichas necesidades y las que se proponen satisfacer. Las encuestas demostraran la aprobación y la probabilidad de consumo de la fruta pan en presentación precocidas y congeladas en la ciudad de Cartagena.

## 6. ASPECTOS DE ADMINISTRACION Y CONTROL DEL PROYECTO

### 6.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA																
ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN															
	jul-17	ago-17					sep-17				oct-17				nov-17	
	1	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE	SE
	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
Diseño de instrumento (análisis DOFA)																
Revisión del instrumento																
Aplicación del instrumento de acuerdo a la muestra poblacional																
Procesamiento de la información																







<b>Computador</b>	Horas	256	\$1.500	\$384.000	
<b>Tinta de Impresión</b>	unidad	2	\$47.900	\$95.800	
<b>USB</b>	unidad	1	\$15.200	\$15.200	
<b>Lapiceros</b>	docena	2	\$7.200	\$14.400	
<b>Papel bond</b>	unidad	500	\$50	\$25.000	
<b>Empaste</b>	Unidad	3	\$20.000	\$60.000	
<b>Otros Materiales</b>				\$250.000	
<b>SERVICIOS</b>					<b>\$1.014.000</b>
<b>Transporte</b>	unidad	100	\$2.000	\$200.000	
<b>Llamadas</b>	minutos	960	\$150	\$144.000	
<b>Impresiones</b>	unidad	180	\$200	\$36.000	
<b>Fotocopias</b>	unidad	500	\$100	\$50.000	
<b>Internet</b>	Horas	256	\$1.500	\$384.000	
<b>Imprevistos</b>				\$200.000	
<b>TOTAL</b>					<b>\$3.258.400</b>

*Tabla 4 Presupuesto*

## **7. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **7.1 DISEÑO DEL PRODUCTO Y SERVICIO**

#### **7.1.1 Definición del producto.**

El producto que ofrece “Mr Bread Fruit” es elaborado con la fruta de pan como materia prima mediante procesos artesanales; entregando al consumidor un producto con aspecto único, exquisito, con sabor particular y sobre todo innovador; con la cantidad perfecta como acompañante de comidas rápidas, típicas, entre otras; con una textura inigualable con pocos conservantes que no perjudique la salud humana. Se ofrecerá a los clientes la fruta de pan en presentación precocida y congelada. Asimismo, ofreceremos dos presentaciones que se acomode a las necesidades de los consumidores: petit pack (500 gramos de contenido) y big pack (1500 gramos de contenido).

#### **7.1.2 Presentación del producto.**

a) Petit Pack

La presentación Petit Pack que se distribuirá por Mr Bread Fruit S.A.S, se ofrecerá al público en presentación de precocidas y congeladas con 500 gramos de contenido, los cuales se empacaran en bolsas de polietileno.

b) Big Pack

Se ofrecerá también la presentación Big Pack, cuyo empaque es una bolsa de polietileno que contiene 1500 gramos de contenido de fruta de pan precocida y congelada.

### **7.1.3 Usos del producto**

El uso de la fruta de pan en presentación precocida y congelada es un alimento energético apto para el consumo humano, destacando por otro lado que según Nivea Cristina Garzón, profesora de la Facultad de Ciencias de la U.N., y Ángela Triviño, ingeniera agrícola, en conjunto con el Instituto de Estudios del Pacífico de la U.N. Sede Tumaco aseguran que el fruta de pan posee carbohidratos, vitaminas, minerales y aminoácidos, en cantidades comparables a los cereales y las legumbres.

### **7.1.4 Productos sustitutos.**

Se entiende por productos sustitutos a todos aquellos productos que remplazan la función que tiene la fruta de pan; como papas a la francesa, croquetas de yuca, patacón, tajadas de plátano, tajada o patacón de mafufo, tajadas de banano verde, casquitos de papas, entre otros; todos estos productos tienen la función de acompañante de diferentes platos y además son de fácil preparación.

### **7.1.5 Productos complementarios.**

Se consideran productos complementarios todos aquellos con los cuales se puede acompañar el producto después de su cocción, como lo son, salsas, sal, limón, pimienta, suero, queso crema, guacamole, entre otros.

### **7.1.6 Aspectos diferenciales del producto.**

La fabricación de la fruta pan en presentación precocidas y congeladas; su elaboración es artesanal con poco contenido de conservantes, múltiples propiedades a diferencia de otros productos sustitutos, un nuevo sabor para los consumidores, más económico que las papas precocidas y congeladas y por último la creación de un espacio único para el deleite de este inigualable producto.

### **7.1.7 Definición del servicio.**

La conceptualización de servicios se demuestra ofreciendo la fruta de pan en presentación precocida y congeladas listas para freír con su respectivos procesos artesanales con alta calidad, ofreciendo el delivery del producto como principal opción, que se pueden comprar de diferentes formas: Presencial, Telefónico, Redes sociales (Facebook, Instagram) y Página Web; sin necesidad de moverse del hogar o el sitio de trabajo. Igualmente se ofrece transporte para el producto desde el establecimiento industrial hasta los diferentes puntos de ventas, domicilios o en su defecto, en los almacenes de cadena; buscando así el confort del cliente.

### **7.1.8 Características del servicio.**

Productos de alta calidad con precios accesibles, altamente eficiente en los procesos, logística personalizada y acomodo a las necesidades de los clientes.

- a) Entrega del producto en el tiempo preciso.
- b) El producto de entrega a cualquier zona.
- c) Optimizar de manera consciente los procesos.
- d) Atención amable y especializada.
- e) Excelente servicio de entrega.

- f) Domicilio gratis para pedidos grandes.

### 7.1.9 Portafolio de productos y servicios.



**MR Bread Fruit**  
"Come algo nuevo, come Bread Fruit"

**Contenido:**  
500 gramos  
1500 gramos

**Ofrecemos servicios de entrega a cualquier zona dentro de la ciudad.**

- a) Entrega al sitio de trabajo.
- b) Entrega en la puerta de nuestro punto de venta.
- c) Domicilios al hogar.
- d) Entrega tienda a tienda.
- e) Entrega a supermercados.

**"Mr Bread Fruit"**

Figura 7 Portafolio de productos y servicios

## **7.2 ANALISIS EXTERNO**

### **7.2.1 Análisis del sector**

El mercado está abastecido de un sin número de productos alimenticios, muchos de ellos actualmente se venden en presentación precocida y congelada, pues son muy prácticos y rápidos a la hora de cocinar. Entre estos productos se encuentran: la papa principalmente con mayor porcentaje de consumo a través del tiempo, la yuca y el plátano.

El mercado de la fruta de pan procesada para su consumo es incipiente, sin embargo se pretende que con la comercialización de fruta de pan se presente un creciente consumo en el país y principalmente en Cartagena.

### **7.2.2 Análisis de la competencia**

Según indicadores de la cadena de papa de 2016 por ministerio de agricultura, la papa participa en el 3,3% del PIB agropecuario. Por otra parte, según boletín de prensa de FEDEPAPA se espera que en éste 2017 la producción de papa sea un poco más de 2.7 millones de toneladas.

El mercado de la papa precocida y congelada presenta un Significativo consumo, y propone gran variedad de presentaciones de la misma.

Entre las principales firmas dedicadas a la industria de los productos alimenticios precocidos y congelados considerados como competencia para Mr BreadFruit, se encuentran:

- Mc cain con rapi papa y rapi yuca.
- Papa fácil, papas prefritas jumbo, croquetas de yuca jumbo.
- Patacones éxito, patacones el platanal



## 7.3 ANALISIS INTERNO

### 7.3.1 Estrategia de precio.

Los precios de Mr Bread Fruit se determinarán en base a los resultados de los costos de producción, asimismo, por aquellos que maneje la competencia directa, también se verán afectados dependiendo del tamaño del producto que sea de preferencia del consumidor.

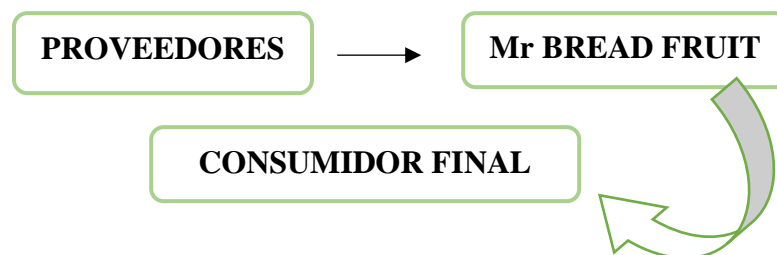
El precio en la etapa inicial que utilizará Mr Bread Fruit dependerá de su competencia en el mercado, tanto interna como externa, adoptando precios más asequibles para acaparar la atención del público, así obteniendo un posicionamiento en el mercado y la atención de clientes potenciales.

### 7.3.2 Plan de venta y distribución

La producción y venta del producto a ofrecer se realizará en establecimientos existentes bajo la razón social de “Mr Bread Fruit” pertenecientes al grupo comercial “Mr Bread Fruit S.A.S”.

Se contará inicialmente con un local en el cual se lleve a cabo la producción del producto, este estará ubicado en el sector del mercado de Bazurto de la ciudad de Cartagena de Indias.

El canal de distribución utilizado será directo, ya que no se realizará la distribución por medio de intermediarios, permitiendo así, que el negocio tenga conexión directa con el consumidor final.



*Figura 8 Plan de venta y distribución*

### **7.3.3 Plan de publicidad y promoción.**

Debido a la globalización y la influencia de las redes sociales en este mundo moderno como una alternativa de competencia en el mercado, Mr Bread Fruit decide implementar como principal herramienta de publicidad las redes sociales que acaparan el 40% de la población, crearemos páginas en las redes como (Facebook, Instagram, entre otras), así mismo se utilizaran promociones de venta con el fin de atraer al público cartagenero en los puntos donde será distribuido el producto, estableciendo una programación de descuentos durante el proceso de instalación y reconocimiento.

La inversión en publicidad se realizará en la etapa inicial del proyecto para lograr un posicionamiento en el mercado, el cual se hará por medio de entrega de flyers y degustaciones del producto para mayor conocimiento, estos se llevarán a cabo en el sector del mercado de Bazurto, barrios entre estrato, 2, 3 y 4; con el fin de comunicar a la comunidad sobre el lanzamiento de un nuevo producto, y por último en las entradas de los súper mercados de la ciudad de Cartagena donde se encuentre distribuido Mr. Bread Fruit, los cuales contarán con impulsores en los punto de venta más concurridos , para así cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto, logrando ser rentables y competitivos en el mercado local de la ciudad de Cartagena.

El presupuesto estimado para la publicidad requerida está determinado de la siguiente forma:

2500	flyers	1.000.000
2	Redes sociales	3.000.000
2	Emisoras	900.000
4	Anuncios (periódico y TV)	3.100.000
<b><u>TOTAL</u></b>		<b><u>8.000.000</u></b>

*Tabla 5 Presupuesto estimado de publicidad*

#### **7.3.4 Logotipo.**

El logotipo que representará a Mr Bread Fruit está diseñado con colores llamativos el cual incluye el nombre de la empresa, lo cual será muy relevante a la hora de distinguir la marca, también contendrá los colores alusivos al fruto, como lo son el verde, blanco y amarillo.



#### **7.3.5 Marca.**

Con el fin de lograr la atención del público y a su vez que represente el producto como tal se decidió establecer “Mr Bread Fruit” como distintivo único de la empresa y por ende del producto.

### **7.3.6 Slogan**

El slogan que caracteriza a nuestra empresa y producto será: “Come algo nuevo, come Bread Fruit”

## **7.4 SEGMENTACIÓN Y TAMAÑO DEL MERCADO**

### **7.4.1 Segmento del mercado**

Bread Fruit S.A.S., distribuye sus productos a los hogares de la ciudad de Cartagena de Indias, que sean consumidores fieles, de productos comestibles hechos a base de la fruta de pan.

Nuestra atención estará concentrada en los hogares de la ciudad de Cartagena, de nivel socio económico 2, 3 y 4 que posean las características anteriormente descritas.

### **7.4.2 Mercado objetivo**

Según la proporcionada por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), se determinaron los habitantes de Cartagena en estratos 2, 3 y 4 556.000, Colombia cuenta con hogares promedio 4 miembros 139.000 hogares con respecto a las características anteriormente mencionadas, lo cual ayudaría a la construcción de nuestro mercado a alcanzar.

### **7.4.3 Mercado real**

Al realizar una encuesta a 174 habitantes de la ciudad y dentro de los hogares 2, 3 y 4, el 94% de los hogares estarían dispuestos a consumir productos comestibles a base de la fruta de pan dos veces al mes (quincenalmente).

Cabe resaltar que las empresas ya constituidas y posicionadas en el mercado aun no alcanzan el 10% del mismo. De esta forma, se pronostica para el presente proyecto, obtener un 5% de la demanda real disponible; así:

- $6.533 * 2 = 13.066$

#### 7.4.4 Proyección de la demanda

Después de haber realizado la investigación de mercado, se permitieron efectuar los cálculos y evaluaciones de la demanda real (determinadas como el 5% del mercado potencial), las cuales dieron como resultado un total de **13.066** hogares. Partiendo de lo anterior y con respecto a la información adquirida de primera mano, se estableció que el promedio de hogares que consumen este tipo de productos (empresas dedicadas a la elaboración de productos a base de harinas en la ciudad) es de 10 por hora, es decir, 250 personas por día (90.000 personas al año).

De acuerdo con el comportamiento real de la demanda de este tipo de productos se admitió proyectar la misma, a cinco (5) años, teniendo en cuenta, el crecimiento en ventas del sector alimenticio en Colombia que se encuentra actualmente con una progresión del 5% de la siguiente forma:

AÑO	1	2	3	4	5
<b>POBLACIÓN</b>	90.000	94.500	99.225	104.186	109.395
<b>CRECIMIENTO (%)</b>	5%	5%	5%	5%	5%

*Tabla 6 Proyección de la demanda*

## **8. ESTUDIO TÉCNICO**

### **8.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO**

#### **8.1.1 Macro localización**

Mr Bread Fruit S.A.S estará ubicada en el departamento de Bolívar, específicamente en la ciudad de Cartagena, debido a las características diferenciadoras que posee la misma, haciendo de este el lugar idóneo para establecer la empresa Mr Bread Fruit.

El distrito turístico y cultural de Cartagena de Indias es la capital del departamento de Bolívar y se encuentra ubicada en el norte del país, a orillas del mar caribe. Está constituida como una ciudad colonial, colorida, tradicional y una de las más hermosas de toda América Latina. Cuenta con una población total de 1.013.454 habitantes de los cuales, alrededor del 96% residen en el área urbana y el 4% en el área rural.

Por otro lado, Cartagena de indias se cataloga como una de las 6 ciudades turísticas destino preferida por los viajeros de todo el mundo, dando como resultado una gran afluencia de viajeros tanto nacionales y extranjeros al territorio cartagenero. A su vez cuenta con un alto prestigio en cuanto a materia e industria, siendo una de las ciudades que más aporta al PIB industrial del país.

#### **8.1.2 Microlocalización**

Una vez definida la macrolocalizacion se hace necesario realizar una segmentación de mercado para definir el punto específico donde se desarrollara Mr Bread Fruit en la ciudad de Cartagena teniendo cuenta como factores principales, el entorno y la demanda del mercado, la cual dependerá directamente de la localización estratégica del sitio y las ventajas económicas que brinde esto en cuanto a costos de arrendamiento, se pretende localizar Mr Bread Fruit en un sitio

accesible para los grandes comerciantes y consumidores potenciales, que le permita a la empresa crear reconocimiento en el mercado.

Debido al análisis obtenido del estudio de mercado realizado, se determinó que la ubicación más idónea para la comercialización del producto es el mercado de Bazurto.

A partir de lo anterior se cotizaron diversos locales en arrendamiento en el espacio propicio para el desarrollo de las actividades necesarias para la correcta puesta en marcha del proyecto, de lo anterior se llegó a definir como ubicación de la empresa, la zona correspondiente a la avenida Pedro De Heredia #26-104 (mercado de Bazurto) Cartagena, Bolívar. Este sector es ideal, debido a su ubicación estratégica en la cual se maneja todo lo concerniente al comercio de insumos y la accesibilidad a los habitantes de bajos recursos para adquirir el producto.

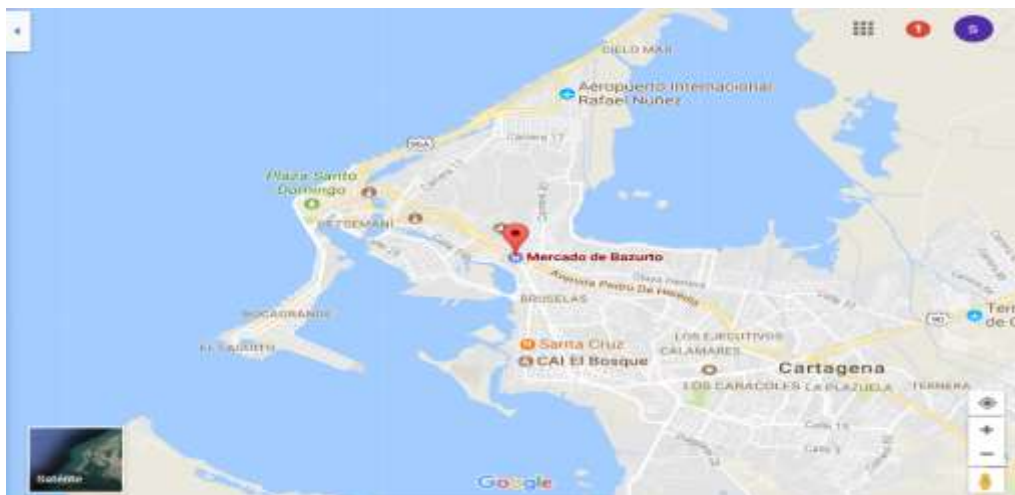


Figura 9 Ubicación geográfica

## 8.2 DISTRIBUCION Y TAMAÑO DE LAS INSTALACIONES

En el proceso de logística interna de la empresa, tanto fabricantes como comercializadores, el tamaño de las instalaciones y la distribución de los espacios del mismo

juega un papel fundamental para operar eficazmente. Por lo cual el establecimiento de la fábrica de Mr Bread Fruit S.A.S estará ubicado en un sitio estratégico al alcance del mercado segmentado, y a su vez diseñado conforme a la naturaleza y operaciones a realizar como la manipulación correcta de los insumos, empaquetado, almacenaje y despacho del producto final.

Las dimensiones del espacio geográfico del local de Mr Bread Fruit son:

8 Mts de ancho

19 Mts de largo

5 Mts de alto

El establecimiento de Mr. Bread Fruit es en forma rectangular, el cual estará dividido básicamente por área comercial, área de producción y almacenaje. Y una pequeña área de centro de trabajo con oficinas administrativas.

El área comercial ocupará la parte delantera y visible del local, donde tendrán interacción el cliente con la empresa y viceversa, allí se exhibirán los productos y se efectuarán el proceso de compra y venta.

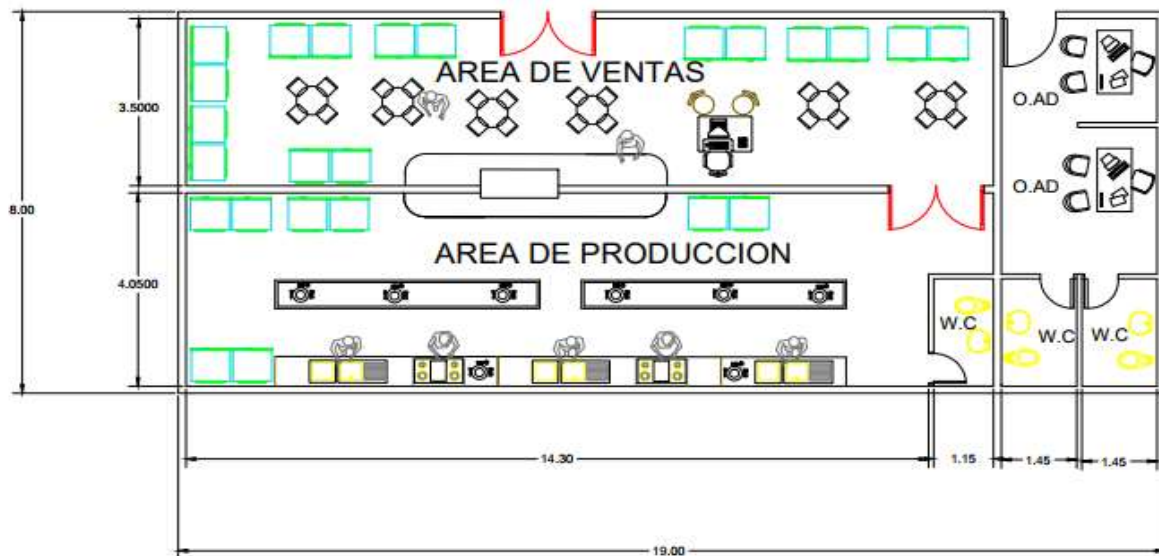
El área de producción y almacenaje estarán en la parte trasera del local, divididas la una de la otra señalada con una línea pintada en el suelo, que facilite el movimiento de los productos terminados a la neveras refrigeradoras donde serán almacenados los productos para su conservación.

El área comercial estará dividida del área de producción por una pared ficticia, con el fin de impedir que los clientes o cada persona que llegue al local visualicen el área de la producción y los procesos que allí se llevan a cabo.



Con lo anterior, teniendo en cuenta los diferentes modelos de organización de almacenes para las instalaciones del local de Mr. Bread Fruit se adaptará el espacio disponible de la empresa al diseño como lo muestra la *figura 10* para mejorar el flujo de rotación y preparación de los pedidos externos, de esta manera se potencializará las operaciones realizadas dentro del mismo almacén y áreas de producción, desde la llegada de los insumos hasta la distribución de los mismo, con el fin de optimizar los movimientos y tiempos requeridos en cada tarea.

### 8.2.1 Distribución en planta



DISTRIBUIDORA

ESCALA 1:100

*Figura 10 Distribución de las instalaciones*

## 8.3 RECURSOS REQUERIDOS

### 8.3.1 Maquinaria

- **Maquinaria para cortar fruta de pan**



*Figura 11 Cortador*

Máquina para cortar la fruta de pan elaborada en aluminio fundido con bases para ajustar a mesa para mayor rapidez.

Pintura electrostática que brinda resistencia a la abrasión, la corrosión, los químicos y las manchas; Resistente en condiciones climáticas extremas, como efectos del sol, rayos ultravioleta, calor, frío y humedad. Tornillos muy

resistentes y tuercas de seguridad.

Medidas: largo 28cm; ancho 20cm; cuchilla 11x11 cm; corte de 1cm. largo del brazo: 48cm.

Cuchilla cambiable manualmente para mayor economía y efectividad.

**Precio:** \$99.000\*3= \$297.000

- **Maquinaria Baño conservante**



*Figura 12 Máquina para conservar la fruta de pan.*

Aplicaciones del Baño de Tratamiento: Baño de tratamiento encargado del tratado de la fruta de pan para su posterior conservación.

La máquina impregna el producto con conservante mediante inmersión en la disolución del mismo.

Consta de tapas de protección y chimeneas para la evacuación de gases en la zona superior.

Regulación de permanencia del producto por variador electrónico que gobierna un motorreductor desde el cuadro de control general.

Ventilador incorporado en la cinta extractora para el escurrido del producto y las dimensiones varían según el modelo.

**Precio:** \$2.00.000

- **Congelador exhibidor**



*Figura 13 Congelador exhibidor.*

El mostrador forma parte de un mueble refrigerado para mantener los productos frescos, a través de cuya vitrina se muestra el género. Sobre el mismo, se sitúa una barra metálica sobre la que se apoya el producto, donde su función se centra en exponer y mostrar al cliente el producto solicitado.

Fabricada totalmente en acero, luz interior y exterior, puertas con marco en aluminio, rodachinas, sistema de congelación no frost, manejando temperatura para los productos

**Precio:** \$900.000\*2= \$1.600.000

- **Refrigerador**



*Figura 14 Refrigerador.*

Congelador/Refrigerador Horizontal con escarcha de 195Lts Blanco Mabe ALASKA195B0.

Muy práctico para el negocio, pues se puede seleccionar su función de refrigerar o congelar en un mismo espacio;

congelador de gran capacidad, con sistema de bisagras con seguridad y cierre con llave.

Cuenta con una capacidad (L) de 195 Litros, deshielo semiautomático, control de temperatura dual, Tapón de drenado, Indicador de encendido y chapa de seguridad.

DIMENSIONES SIN EMPAQUE: (alto - ancho - profundo)

85 - 94,5 - 55,1 (cms)

**Precio:** \$1.342.000\*2= \$2.684.000

### 8.3.2 Materia prima

Para el procesamiento y preparación de los productos que Mr Bread Fruit S.A.S pretende ofrecer, se necesitaran, inicialmente, los siguientes insumos:

<b>PRODUCTO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Fruta de pan</b>	Bread Fruit SAI Company	2939,75 fruta de pan
<b>Sal</b>	Mega tienda	195.983,33 gramos
<b>Aceite</b>	Mega tienda	245 litros

*Tabla 7 Materia prima requerida*

### 8.3.3 Utensilios de cocina

Mr Bread Fruit S.A.S necesitara, para el desarrollo de sus labores, los siguientes utensilios de cocina:

<b>CANTIDAD</b>	<b>ARTICULO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>1</b>	Set de cuchillos en acero * 5 unidades	Falabella	60.000	60.000
<b>3</b>	Tablas para cortar	Easy Cencosud	30.000	90.000
<b>2</b>	Espumadera	Jumbo	8.190	16.380
<b>1</b>	Set de ollas por 11 piezas	Falabella	179.800	179.800

*Tabla 8 Utensilios de cocina requeridos*

Total

346.180

### 8.3.4 Equipos y muebles

Con el objetivo de mejorar las adecuaciones de la instalación y un buen desarrollo de sus procesos, Mr. Bread Fruit S.A.S debe disponer de los siguientes muebles y artículos.

<b>CANTIDAD</b>	<b>ARTICULO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Estantes de madera	Homecenter	425.000	425.000
2	Sofá en L	Homecenter	1.812.930	1.812.930
4	Centro de trabajo	Homecenter	279.900	1.119.600
1	Escritorio	Homecenter	139.900	139.900
5	Sillas para oficina	Homecenter	77.900	389.500
2	Teléfonos	Nexus t y s	49.900	99.800
5	Computadoras	Nexus t y s	790.000	3.950.000
1	Impresora multifuncional	Nexus t y s	504.900	504.900
1	Caja registradora	Nexus t y s	814.900	814.900
1	Canecas de oficina	Homecenter	22.900	22.900
2	Canecas de 2 compartimentos	Homecenter	52.900	105.800
2	Aires acondicionados	Nexus t y s	744.891	1.489.783
1	Mesón de acero inoxidable	Cocinas integrales de la costa	450.000	450.000

<b>Total</b>				9.835.230
--------------	--	--	--	-----------

*Tabla 9 Muebles y equipos*

### **8.3.5 Recursos humanos**

El recurso humano con el cual Mr bread Fruit S.A.S debe contar para la correcta puesta en marcha de sus actividades, es el siguiente:

<b>1</b>	Administrador
<b>3</b>	Vendedor
<b>1</b>	Cajero
<b>2</b>	Impulsadores
<b>3</b>	Trabajador de cocina

*Tabla 10 Recursos humanos requeridos*

### **8.4 CADENA DE SUMINISTRO**

Teniendo en cuenta la característica de canal de distribución, la cadena de suministro que utiliza Mr Bread Fruit S.A.S será directa, iniciando desde los proveedores, continuando con la empresa, y terminando con el consumidor final, ya que no cuenta con algún tipo de intermediarios como se observara a continuación:

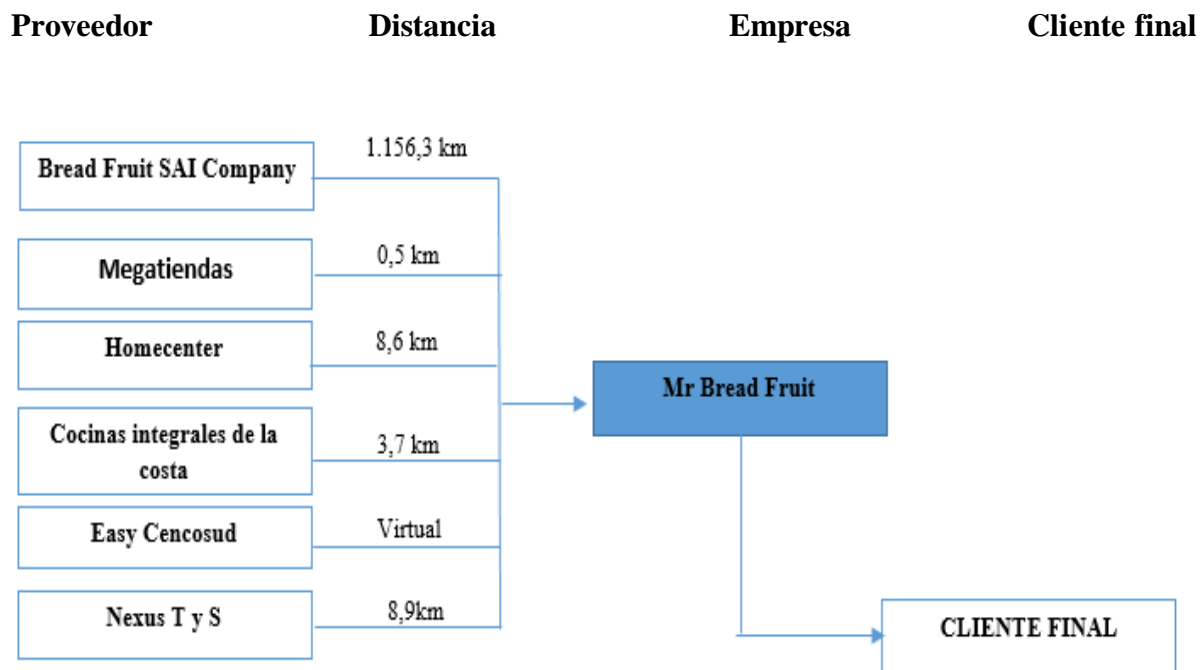


Figura 15 Cadena de suministro.



## 8.5 DESCRIPCION TECNICA DEL PRODUCTO

**NOMBRE DEL  
PRODUCTO**

**FRUTA DE PAN**

<b>DESCRIPCION FISICA DEL PRODUCTO</b>	Es un fruto rico en carbohidratos en forma de almidón, siendo este un acompañante perfecto para todo tipo de comidas, con un exquisito sabor y consistencia, en su presentación con un toque de sal y listo para freír.	
<b>INGREDIENTES PRINCIPALES</b>	BICK PACK  - 1000 gramos de Fruta de pan	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 80 gramos de sal</li> <li>- 5 litros de agua</li> </ul>	
	Apariencia	Dura
<b>CARACTERISTICAS DE LA</b>	Color	Amarillo
<b>MATERIA Y/E INSUMO.</b>	Olor	Característico
	sabor	Característico
<b>TIPOS DE CONSERVACIÓN</b>	Temperatura Inferior (-20c)	
<b>CONSIDERACIONES DE ALMACENAMIENTO</b>	Conservar en un lugar fresco.	

*Tabla 11 Ficha técnica fruta de pan*

## **8.6 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCION.**

El proceso de producción en Mr. Bread Fruit se basa principalmente en la transformación de la fruta de pan, generando un valor agregado y diferenciador en el mercado, a su vez la fruta

será sometida a un proceso de conservación que permita el consumo y disponibilidad del producto en el mercado en cualquier fecha del año.

A continuación se describe el proceso de producción para tener un producto de calidad apto para el consumo humano.

1. Selección: La fruta de pan se selecciona para descartar aquellas que están golpeadas, dañadas o que no cumplan con las especificaciones de tamaño o forma.
2. Lavado: consiste de un lavado por inmersión, sencillo y eficaz para la limpieza de la fruta de pan, en esta fase serán brevemente remojadas, sumergidas en agua, desprendiendo la tierra u otras impurezas.
3. Pelado: en esta etapa se desprenderá la corteza de la fruta de pan de manera manual, debido al volumen de producción que maneja Mr. Bread Fruit.
4. Descorazonar: consiste en retirar el corazón de la fruta de pan ya que esta parte no es consumible por lo tanto requiere de retirar esta parte.
5. Corte rebanadas: Este corte será realizado por la máquina de Mr. Bread Fruit. El largo de la tajada depende de la longitud de la fruta, el ancho y alto puede variar debido a las cuchillas pero dentro del rango de 1.0 y 1.2 cm.
6. Escaldado: Este proceso debe hacerse a una temperatura de 80C por varios minutos (3 o 4 aproximadamente).
7. Secado: se escurre para dejar cualquier excedente de agua y generalmente seco se encuentra en temperatura ambiente, esto mantendrá la temperatura y calidad del aceite.
8. Pre fritura: esta etapa elimina patógenos, asegura la vida comercial del producto en su estado congelado y a su vez reduce el tiempo de fritura posterior. La fase de pre fritura

consiste en sumergir la fruta de pan en aceite vegetal no hidrogenado a 190 C durante 3 minutos.

9. Ecurrir y enfriar: se le retira a la fruta de pan el exceso del baño en el aceite y se deja enfriar a temperatura ambiente para la siguiente fase.

10. Condimentado: esparcir la sal de manera uniforme sobre la fruta de pan pre frita y otros conservantes.

11. IQF: Las tajadas de Fruta de Pan ya fritos, se pasan con un congelador de piezas individuales sometido a temperaturas muy bajas aproximadamente -20C durante 30 minutos aproximadamente.

12. Empaque: se pesan las tajadas de fruta de pan y se introducen en su bolsa según los diferentes tamaños de presentación, 500g y 1000Kg.

13. Etiquetado: Las etiquetas contiene la información estipulada por la norma nacional de etiquetado, la impresión de las etiquetas deben ser claras y entendibles. (esta fase puede suprimirse, si las bolsas vienen impresas con la etiqueta).

14. Almacenamiento: una vez empacado el producto se colocan en neveras refrigeradoras a temperatura -8C o menos.

## **9. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **9.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN**

La empresa se constituirá legalmente como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), modelo jurídico para la constitución de empresas que tuvo su origen en la ley 1258 del 05 de diciembre de 2008, además del decreto 2020 de Junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006); y que otorga una serie de beneficios en materia tributaria a las compañías que se acogen a ella. Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

### **9.2 IDENTIDAD CORPORATIVA**

#### **9.2.1 Objeto social**

Mr. Bread Fruit S.A.S es una sociedad por acciones simplificada, dedicada a la producción y comercialización de la fruta de pan en presentación de precocida y congelada,

#### **9.2.2 Misión**

Somos una empresa productora y comercializadora de fruta de pan, en la ciudad de Cartagena que trabaja de forma permanente para brindar un excelente servicio, precios accesibles, cumplimiento con los tiempos de entrega y disponibilidad del producto; para así garantizar la satisfacción de los clientes.

### **9.2.3 Visión**

Mr. Bread Fruit será una empresa líder en el mercado local para el 2021, con un producto estándar de excelente calidad y precios competitivos para la comercialización y distribución de la fruta de pan, reconocida por su objeto social que permitirá satisfacer necesidades de diferentes hogares.

### **9.2.4 Objetivos organizacionales**

- Incrementar en un 5%, las ventas anuales posicionando nuestro producto en el mercado por medio de la publicidad y servicio de calidad.
- Aumentar la efectividad de la producción semestral de forma que nuestros procesos mejoren y la competitividad sea mayor.
- Disminuir los costos innecesarios de producción, para alcanzar una mayor rentabilidad.
- Ofrecerle a los clientes originalidad en nuestro producto, sin dejar de lado la calidad.
- Contar con un personal altamente capacitado, con los conocimientos y competencias necesarias para ejercer sus labores.
- Actuar en pro de la satisfacción y reconocimiento del cliente.

### **9.2.5 Valores corporativos**

Nuestra cultura organizacional está orientada con valores corporativos que direccionaran el negocio.

- Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con el acontecer de sociedad y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás.

- Participación: Somos una empresa democrática, cada asociado tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.
- Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- Mística: se desarrolla el trabajo de forma adecuada desde el principio, con la convicción de entregar lo mejor.
- Confianza: Cumplimos con lo prometido ya que se ofrecen un buen producto y servicios a un precio justo y razonable.
- Trabajo en Equipo: Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos se busca obtener el logro de los objetivos organizacionales.

#### **9.2.6 Principios corporativos**

- Seguridad y calidad del producto
- Comunicación con los consumidores
- Integralidad en los valores
- Responsabilidad social

### 9.3 ANÁLISIS DOFA

#### ANÁLISIS INTERNO

#### FORTALEZAS

**F1 El gobierno incentiva y apoya la agricultura.**

**F2 El ofrecimiento de un producto con alto contenido nutricional.**

**F3 Producto innovador y único para los hogares en la ciudad de Cartagena.**

**F4 Personal altamente capacitado y con niveles de preparación óptimos.**

**F5 precios relativamente bajos, por tratarse de un producto de lanzamiento.**

**F6 Bajos costos de producción.**

#### DEBILIDADES

**D1 Carencia de capital financiero propio.**

**D2 Inexperiencia en el mercado, específicamente en el sector agrícola.**

**D3 Conservantes para mantener el producto más tiempo.**



## ANÁLISIS EXTERNO

### OPORTUNIDADES

**O1 Alto grado de consumo de bastimentos por parte de la población.**

**O2 Preferencia de consumo de productos fáciles de preparar por parte de la población.**

**O3 la existencia de poca competencia directa.**

**O4 la determinación de la fruta de pan como bastimento clave para la era del posconflicto en Colombia.**

**O5 La existencia de programas de financiamiento a proyectos de emprendimiento.**

### ESTRATEGIAS FO

(F1, O4) Realizar campañas publicitarias que den a conocer la fruta de pan y la importancia su cultivo.

(F2, F3, O3) Monopolizar el mercado cartagenero.

### ESTRATEGIAS DO

(D1, O5) Presentar el proyecto a entidades financieras con el fin de obtener financiamiento para la realización de este.

(D3, O1,O2) Mostrar ante el público, los aspectos diferenciales de la empresa.

## **AMENAZAS**

**A1 Presencia de otras empresas posicionadas en el mercado, con productos similares a los nuestros.**

**A2 Por ser un producto agrícola hay amenaza con los diferentes tipos de desastres naturales, plagas e insectos.**

**A3 Capacidad e infraestructura de la competencia**

**A4 Poco conocimiento por parte de la población Cartagenera.**

## **ESTRATEGIAS FA**

(F6, A1) Migrar hacia otros focos potenciales, aprovechando la fortaleza de bajos costos de implementación que tiene el proyecto.

(F3, A1) Realizar bastante publicidad por diversos canales aprovechando la ventaja de que es un producto innovador

(F1, A2) Obtener la materia prima principal (el fruta de pan) a través de cultivos propios

## **ESTRATEGIAS DA**

(D2,A1) Implementar un benchmarking para analizar y estudiar aspectos o prácticas de empresas de los diferentes sectores, para así, adaptarlos.

(D3,A1) Hacer foco en la diferenciación del producto versus las demás comidas rápidas.

Tabla 12 Matriz DOFA

## **9.4 ESTRATEGIAS GERENCIALES**

### **9.4.1Estrategias Generales.**

- Enfoque con diferenciación, debido a que la fruta de pan en presentación precocidas congeladas es un producto innovador y de alta calidad que entra a hacer parte del mercado Cartagenero.

- El negocio se enfocara en el posicionamiento del nicho, ya que, es una empresa de tamaño pequeño concentrado en ofrecer un producto especial y diferente a un mercado focalizado por estratos socios económicos, y del cual se espera atender máximo un 15% del mercado en su primera etapa de operaciones.
- Se enfocará en desarrollar en el mercado un producto nuevo, de tal manera que posteriormente le permita iniciar la etapa de penetración del mismo.

## **9.5 POLÍTICAS**

### **9.5.1 Políticas organizacionales**

Para el buen funcionamiento de la empresa, se implementara un plan de acción que se desarrollara con el fin de guiar a los miembros de Mr. Bread Fruit S.A.S dentro de los parámetros de sus conductas de operación.

La contratación de personal consta de un proceso de selección donde desarrollen diferentes habilidades y comprueben su conocimiento frente a los cargos de desempeño.

Se establecerá un periodo de horario para el área de ventas con un turno que inicia a las 9:00 AM y finaliza a las 4:30 PM.

1. El personal de ventas deberá estar en la empresa a las 8:30AM ya que la atención al cliente iniciara a las 9:00AM, para poder preparar el local al momento de atender a los clientes, este horario se llevara acabo de lunes a sábado.
2. El horario de trabajos del área de producción será de lunes a sábado, iniciara a las 8:30AM y finalizara a las 4:30PM

3. Los horarios en el área administrativa, Analista de mercado y cajero son de lunes a sábado de 8:30AM
4. Los pagos de las horas extras se pagarán los días 30 de cada mes.
5. Se exige puntualidad en la hora de llegada.
6. Las operaciones de mantenimiento llevarán a cabo bimestralmente, fuera de aquellas áreas en que las máquinas se encuentran operando.
7. El administrador supervisara permanentemente el área de Producción, velando por que se obtenga un óptimo desarrollo en el trabajo y el buen uso de los insumos, la maquinaria y el tiempo que necesitan para producir.
8. Los trabajadores deberán tener la capacitación necesaria para el buen desarrollo de la organización y los diferentes procesos que en esta se realicen.

### **9.5.2 Políticas para el área de mercadeo y ventas**

La investigación del mercado será la estrategia fundamental de Mr. Bread Fruit, teniendo en cuenta las diferentes áreas funcionales como lo son la publicidad, promociones y buena relación con los clientes, para así satisfacer sus necesidades a través herramientas tecnologías; convirtiéndose en una empresa innovadora y competitiva capaz de cumplir con los objetivos planteados.

De esta manera las políticas para el área son:

1. Elaborar constantemente los estudios de mercado pertinentes los cuales permitan determinar las necesidades de los clientes de MR. Bread Fruit y que a su vez contribuyan con la información precisa para obtener ventaja competitiva.
2. Mr. Bread fruit se caracterizará por captar la atención de sus clientes mediante su imagen en los productos la será atractiva para el gusto de estos.

3. La empresa realiza campañas publicitarias las cuales den como resultado el posicionamiento en el mercado local de Cartagena.
4. Alcanzar los objetivos propuestos por la empresa en cuanto a mercadeo.
5. Los vendedores de MR. Bread fruit deberán realizar sus actividades de manera responsable y eficiente.
6. Se realizarán estratégicamente promociones en el año para así crear fidelidad y confianza en el cliente.
7. Se mantendrán excelentes relaciones bilaterales con nuestros proveedores.
8. Brindar precios justos de nuestros productos y servicios, de tal forma que sean asequible para los clientes y aumenten la utilidad para la empresa.

### **9.5.3 Políticas de servicios**

MR. Bread Fruit será una empresa productora y comercializadora, siendo el servicio un factor primordial para el reconocimiento y posicionamiento de la marca a nivel local. Nuestras políticas de servicios son las siguientes.

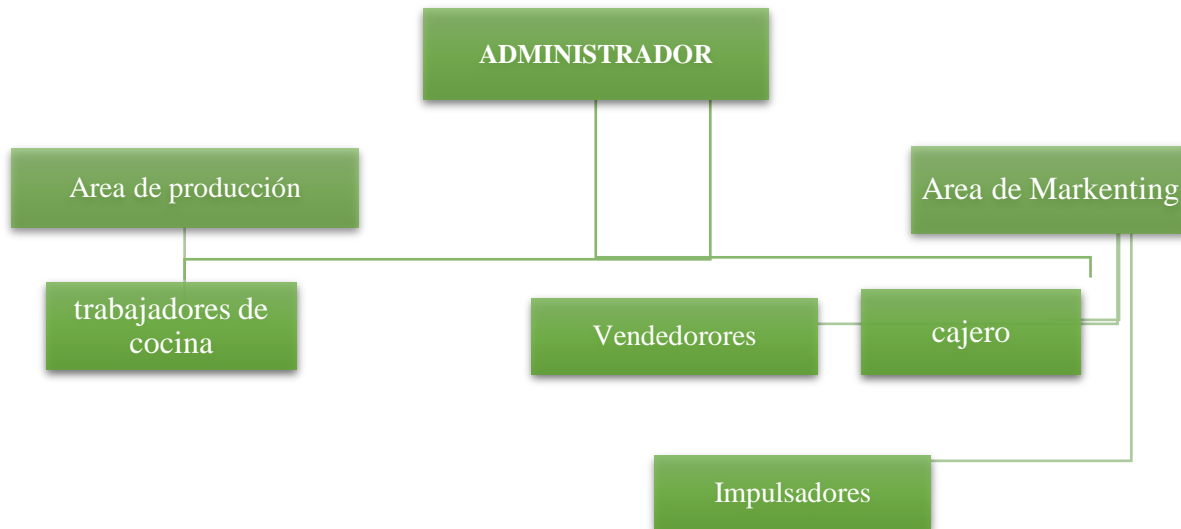
1. Se brindaran productos y servicios de excelente calidad y precios competitivos en el mercado.
2. Manejar el just in time en los productos que se ofrecerán.
3. Ofrecer una atención amable y buen servicio a nuestros clientes.
4. Adecuar nuestros productos a las necesidades de los consumidores.
5. Darles a los clientes un espacio al público acogedor.
6. Tener como objetivo principal el concepto de calidad como principio básico de cada una de las actividades puestas en marcha, entregando productos y servicios que sean valorados por los clientes.

#### **9.5.4 Políticas de compra**

1. Los proveedores serán de origen colombiano, para contribuir con la economía de nuestro país.
2. Exigiremos a nuestros proveedores productos con alta calidad, para nuestros consumidores se sientan a gustos con el servicio.
3. MR. Bread Fruit realizará sus compras en condiciones de pago y precios justos acordes con las leyes de oferta y demanda vigentes en el mercado actual.
4. Las compras se efectuarán a proveedores que aseguren el mantenimiento, calidad y garantías de la mercancía y el producto.
5. Se buscará que la adquisición de los bienes, insumos, suministros y servicios sea oportuna, evitando riesgos por escasez o sobrecostos de inventario.
6. Al realizar compras con proveedores exclusivos, éstas deberán ser revisadas minuciosamente con el fin de evitar que la empresa quede desprotegida ante eventuales problemas de estos.
7. Se efectuarán cotizaciones locales y nacionales con el fin elegir la mejor decisión para la empresa, esto garantizará que se mantenga competitiva en el mercado.
8. No se podrán comprometer o adelantar dineros, sin las correspondientes garantías de fiel cumplimiento cuando sea su debido momento.
9. Todas las empresas cumplirán los procesos de cotización, autorización y adjudicación respectivos.

## 9.6 REQUERIMIENTO PERSONAL

### 9.6.1 Organigrama



*Figura 16 Organigrama de Mr bread fruit*

### 9.6.2 Descripción de cargos.

#### 1. Administrador General

El administrador debe ser un profesional en carreras administrativas, económicas, contables y/o a fines, caracterizado por ser un buen líder, ya que se encargará de coordinar, ejecutar y controlar las actividades administrativas del personal de la empresa, este también estará en el área de producción donde deberá velar por el adecuado manejo de los recursos; del mismo modo, garantizar el suministro oportuno de las herramientas requeridas en la implementación del plan de producción, a su vez, será el encargado de las actividades financieras, asegurando el adecuado funcionamiento de la organización.

#### 2. Vendedor

Personal capacitado en atención al cliente y ventas, con personalidad carismática y abierta, será el responsable del asesoramiento del cliente, utilizando lo que este a su alcance para obtener la satisfacción del mismo con el producto ofrecido.

### 3. Cajero

La persona encargada deberá ser responsable, brindar servicio al cliente al momento de cobrar los productos en el punto de venta, asesorar sobre cuestionamientos, características de productos, precio, promociones y descuentos, encargado de cobrar la cifra total que sumen los productos adquiridos, preguntar sobre la experiencia de compra y mostrar un gesto amable al cliente. Llevar un registro de los productos vendidos, y realizar corte de caja diariamente.

### 4. Impulsadores

Profesionales en atención al cliente, con experiencia de mínimo de 1 año, los cuales brinden una cara amable y presta para cualquier inquietud respecto al producto, estos tendrán como principal objetivo dar a conocer el producto a futuros clientes potenciales, para lograr el reconocimiento de Mr Bread Fruit, cumpliendo de manera adecuada los objetivos propuestos por la empresa.

### 5. Trabajador de cocina

Un técnico en cocina con mínimo 1 año de experiencia capacitado para la materialización del producto, que tenga en cuenta los parámetros de higiene en cuanto al procesamiento de alimentos, asumiendo la responsabilidad de ser el principal involucrado en el producto final.



### 9.6.3 Nomina requerida

la nómina que pagara Mr Bread Fruit S.A.S, definida como la cantidad de que un empleado recibe por su trabajo realizado en una compañía, está integrada por el salario pagado a cada trabajador, el auxilio de transporte y la deducción a salud (4%) y pensión (4%), de la siguiente forma:

<b>CARGO</b>	<b>S. BASICO</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>	<b>DEDUCCION A PENSION</b>	<b>DEDUCCION A SALUD</b>	<b>NETO A PAGAR</b>
<b>ADMINISTRADOR</b>	1.800.000	0	72.000	72.000	1.656.000
<b>CAJERO</b>	800.000	83.140	32.000	32.000	819.140
<b>VENDEDOR</b>	737.717 x 3 2.213.151	83.140 x 3 249.420	29.509 x 3 88.527	29.509 x 3 88.527	761.839 x 3 1.885.517
<b>IMPULSADORES</b>	737.717 x 2 1.475.434	83.140 x 2 166.280	29.509 x 2 59.018	29.509 x 2 59.018	761.839 x 2 1.523.678
<b>TRABAJADOR DE COCINA</b>	737.717 x 3 2.213.151	83.140 x 3 249.420	29.509 x 3 88.527	29.509 x 3 88.527	761.839 x 3 1.885.517
<b>TOTAL</b>	<u>8.501.736</u>	<u>748.260</u>	<u>340.072</u>	<u>340.072</u>	<u>7.769.852</u>

Tabla 13. Nomina requerida

De igual forma, se tienen en cuenta los gastos en aportes parafiscales, aportes a prestaciones sociales y a seguridad social en los cuales la empresa incurre, según la ley, por nomina celebrada, y para cuyo cálculo se utiliza como base, el salario básico total más el auxilio de transporte (9.249.996), tal como se muestra a continuación:

#### **APORTES A SEGURIDAD SOCIAL**

	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
<b>SALUD</b>	<b>8.5%</b>	<b>786.250</b>
<b>PENSION</b>	<b>12%</b>	<b>1.110.000</b>
<b>TOTAL</b>		<b><u>1.896.250</u></b>

Tabla 14 Aportes a seguridad social

#### **PROVISION PARA PRESTACIONES SOCIALES**

	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
<b>CESANTIAS</b>	<b>8.33%</b>	<b>770.525</b>
<b>INT./ CESANTIAS</b>	<b>1%</b>	<b>92.500</b>
<b>PRIMA</b>	<b>8.33%</b>	<b>770.525</b>
<b>VACACIONES</b>	<b>4.17%</b>	<b>354.522</b>
<b>TOTAL</b>		<b><u>1.988.072</u></b>

Tabla 15 Provisión para prestaciones sociales

## APORTES PARAFISCALES

	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>
<b>SENA</b>	<b>2%</b>	<b>170.035</b>
<b>ICBF</b>	<b>3%</b>	<b>255.052</b>
<b>CAJA COMPEACION</b>	<b>4%</b>	<b>340.069</b>
<b>TOTAL</b>		<b><u>765.156</u></b>

*Tabla 16 Aportes parafiscales*

### 9.6.4 Contratación

Mr. Bread Fruit, una vez lleve a cabo su proceso de reclutamiento y selección de personal conforme a las características, cualidades y habilidades idóneas para cada vacante, se celebrara contratos a término fijo e indefinido tratándose de empleados en las áreas de venta y producción, los cuales laboraran en tiempo parcial.

Quienes deseen postularse como candidatos para las vacantes de empleo en Mr. Bread Fruit deberá diligenciar un formato en solicitud de empleo, adjuntando su hoja de vida, para suscribirse en acuerdo laboral con la empresa.

El modelo de contrato laboral que utilizara la empresa es el siguiente:

Los campos con asterisco en negrilla, deben ser llenados obligatoriamente.

**CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO CELEBRADO ENTRE MR. BREAD FRUIT**

S.A.S. Y \_\_\_\_\_

<b>EMPLEADOR</b>	MR. BREAD FRUIT S.A.S.
<b>NIT EMPLEADOR</b>	*****
<b>DOMICILIO, DIRECCIÓN DE NOTIFICACIONES Y CORREO ELECTRÓNICO EMPLEADOR</b>	MERCADO DE BAZURTO, PEDRO DE HEREDIA #26-104 CARTAGENA DE INDIAS MrBreadFruit@BreadFruit.com
<b>REPRESENTANTE LEGAL EMPLEADOR</b>	MARIAN A. GUTIERREZ
<b>IDENTIFICACIÓN REPRESENTANTE LEGAL DEL EMPLEADOR</b>	CÉDULA DE CIUDADANÍA 1047491529
<b>TRABAJADOR</b>	*****
<b>CEDULA CIUDADANÍA</b>	*****
<b>DOMICILIO, DIRECCIÓN DE NOTIFICACIONES Y CORREO ELECTRÓNICO TRABAJADOR</b>	*****
<b>SALARIO MENSUAL</b>	*****
<b>TERMINO DEL CONTRATO</b>	*****
<b>FECHA DE INICIO DEL CONTRATO</b>	*****
<b>FECHA DE TERMINACIÓN</b>	XXXXXXXXXX

Entre los suscritos a saber, el empleador, identificado como aparece en el cuadro encabezado de este contrato, y el trabajador identificado como aparece en el cuadro encabezado de este contrato, hemos celebrado un contrato individual de trabajo a término fijo/indefinido, el cual se regula por la ley laboral colombiana y las cláusulas que a continuación se indican:

**PRIMERA:** Lugar. El Trabajador desarrollará sus funciones en las dependencias o el lugar que la empresa determine, en la ciudad de Cartagena. Cualquier modificación del lugar de trabajo, que signifique cambio de ciudad, se hará conforme al Código Sustantivo de Trabajo.-

**SEGUNDA:** Funciones. El empleador contrata al trabajador para desempeñar las siguientes funciones **xxxxxxx xxxxxxxx xxxxxx xxxxxxx xxxxxxxx xxxxxx.**- **TERCERA:** Elementos de trabajo.

Corresponde al empleador suministrar los elementos necesarios para el normal desempeño de las funciones del cargo contratado.- **CUARTA:** Obligaciones del trabajador. El trabajador por su parte, prestará su fuerza laboral con fidelidad y entrega, cumpliendo las órdenes e instrucciones que le impartan el empleador o sus representantes, al igual que no laborar por cuenta propia o a otro empleador en el mismo oficio, mientras esté vigente este contrato.- **QUINTA:** Término del contrato. Será el señalado en el cuadro encabezado de este contrato pero podrá darse por terminado por cualquiera de las partes, cumpliendo con las exigencias legales al respecto.-

**SEXTA:** Justas causas para despedir: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el presente contrato por cualquiera de las partes, el incumplimiento a las obligaciones y prohibiciones que se expresan en los artículos 57 y siguientes del Código Sustantivo del

Trabajo.- **SÉPTIMA:** Salario. El empleador cancelará al trabajador, la suma señalada en el cuadro encabezado de este contrato de manera mensual en pesos colombianos, los que serán pagaderos en el lugar de trabajo o en la cuenta bancaria que el trabajador indique de la cual sea titular el trabajador. **OCTAVA:** Trabajo extra, dominicales, festivos y nocturno. El trabajo

suplementario o en horas extras, así como el trabajo en domingo o festivo que correspondan a descanso, al igual que los nocturnos, será remunerado conforme al Código Sustantivo del Trabajo. Es de advertir que dicho trabajo debe ser autorizado u ordenado por escrito por el empleador para efectos de su reconocimiento. Cuando se presenten situaciones urgentes o inesperadas que requieran la necesidad de este trabajo suplementario, se deberá ejecutar y se dará cuenta de ello por escrito, en el menor tiempo posible a la representante legal del consorcio, de lo contrario, las horas laboradas de manera suplementaria que no se autorizaron o no se notificaron no serán reconocidas.- **NOVENA:** Horario. El trabajador se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señaladas por el empleador, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas jornada ordinaria de la forma prevista en el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 23 de la Ley 50 de 1990, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma, según el artículo 167 ibídem.- **DECIMA:** Afiliación y pago a seguridad social. Es obligación de la empleadora afiliar al trabajador a la seguridad social como es salud, pensión y riesgos profesionales, autorizando el trabajador el descuento en su salario, los valores que le corresponda aportan, en la proporción establecida por la ley.- **DECIMA PRIMERA:** Prorroga. El presente contrato podrá ser prorrogado por las partes de manera expresa y escrita.- **DÉCIMA SEGUNDA:** Modificaciones. Cualquier modificación al presente contrato debe efectuarse por escrito y anexarse a este documento.- **DÉCIMA TERCERA:** Efectos. El presente contrato reemplaza y deja sin efecto cualquier otro contrato verbal o escrito, que se hubiera celebrado entre las partes con anterioridad.

Se firma por las partes, el día **xx** del mes **xxxxxxxx** del año **xxxx**.

<p><b>EL EMPLEADOR</b></p> <p>MR. BREAD FRUIT S.A.S.</p>	<p><b>EL TRABAJADOR</b></p> <p>XXXXXXXXXXXXXXXXXX</p> <p>C.C. No. *****</p>

## 9.7 MARCO LEGAL.

En Colombia, crear empresas resulta sencillo, entes como la Cámara de Comercio de Cartagena, promueven a los nuevos emprendedores a convertir en una realidad sus ideas de negocios, cooperando así mismo en la creación de nuevas empresas y formalización legal de la constitución de la persona jurídica.

Las creadoras de Mr. Bread Fruit, han decidido constituirse como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S). Dicha sociedad fue creada con la ley 1258 de 2008.

### 9.7.1 Documentos para la constitución de la empresa S.A.S

De acuerdo al artículo 5 del capítulo II de la Ley 1258 de 2008, el documento de constitución sea contrato o acto unilateral que conste el documento privado debe contener la siguiente información:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de “sociedad por acciones simplificada”; o de las siglas S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y sucursales (si las hay).
- El término de duración, si este no fuere indefinido.

- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. (deberá designarse cuando menos un representante legal).

### **9.7.2 Pasos para la creación de la empresa.**

La Cámara de Comercio de Cartagena recomienda al empresario que desee emprender su negocio, tener en cuenta que principalmente para la creación de empresa, debe gestionar una serie de documentos en Cámara de Comercio de Cartagena, los cuales son:

- Formulario de matrícula.
- PRE-RUT.
- Anexo IVC (Inspección, Vigilancia y Control).
- Documento de constitución (personas jurídicas).

Así mismo, los pasos que se deben llevar a cabo son:

1. Verificar la homonimia, es decir, que no éste registrado el nombre “Mr Bread Fruit”
2. Realizar consulta de marca, es decir, verificar que no exista una marca registrada igual a “Mr Bread Fruit” en la Superintendencia de Industria y Comercio.



3. Constitución legal de la empresa Mr Bread Fruit mediante Escritura Pública ante Notario del Círculo de Cartagena y documento privado de constitución ante la Cámara de Comercio.
4. Registrar marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
5. Inscripción y Registro Mercantil de la Sociedad ante la Cámara Comercio de Cartagena y pago del impuesto de registro para Cartagena y Bolívar, para obtener la Matrícula Mercantil y trámites de asignación del NIT e inscripción en el RIT ante la cámara de comercio y el RUT ante la DIAN (Ley de simplificación de trámites ante la Administración Pública).
6. Inscripción de Libros Contables (Mayor y Balances, Inventarios y Diario) en Cámara de Comercio.
7. Solicitar ante la DIAN, autorización numeración para facturación.
8. Comunicar la apertura del establecimiento de a Planeación Distrital, con lo cual se informa a Bomberos, Alcaldía Local, DAMA y Secretaría de Salud (Ley de simplificación de trámites ante la administración pública).
9. Adelantar trámites relacionados con Seguridad Social: EPS, Pensiones, Caja de Compensación, Ministerio Trabajo (Dirección Técnica de Riesgos Profesionales) para la empresa.
10. Apertura de cuenta corriente.
11. Iniciación del proceso contable.

## 10. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 10.1 INVERSION INICIAL

#### 10.1.1 Inversión en activos fijos

La inversión en activos fijos o tangibles, que la empresa deberá realizar para la puesta en marcha y buen funcionamiento de sus labores, se encuentra determinada por los siguientes rubros:

CONCEPTO	VALOR
MUEBLES Y ENCERES	5.380.330
UTENSILIOS DE COCINA	346.180
MAQUINARIA	4.781.000
EQUIPOS TECNOLOGICOS	4.454.900
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b><u>14.962.410</u></b>

*Tabla 17 Inversión en Activos fijos*

#### 10.1.2 Inversión en activos diferidos

La inversión en activos diferidos o intangibles que deberá realizar Mr. Bread Fruit, está determinada por gastos de constitución y de adecuación del local comercial.

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
REGISTRO DE MARCA	786.000
REGISTRO MERCANTIL	441.000
RUES	4.800
NOTIFICACIÓN SANITARIA DE ALIMENTOS DE BAJO RIESGO CÓD. 2302	2.987.638
DERECHOS POR INSCRIPCIÓN DE LIBROS Y DOCUMENTOS	67.500
ESCRITURA PÚBLICA ( AUTENTICACIÓN )	13.800
DERECHO DE INSCRIPCIÓN	32.000
CERTIFICADOS DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL	4.300
ADECUACIÓN DE LAS INSTALACIONES	2.000.900
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b><u>6.337.938</u></b>

<b>INTANGIBLE</b>	<b><u>1.000.000</u></b>
-------------------	-------------------------

Tabla 18 Inversión en activos diferidos

### 10.1.3 Inversión en capital de trabajo

Para el cálculo de la inversión en capital de trabajo, se tuvieron en cuenta, las erogaciones por concepto de materia prima, empaques y arrendamiento del local comercial.

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Arriendo Del Local Comercial	4.000.000
Materia Prima	9.975.900
Empaques	1.959.000
<b>TOTAL</b>	<b><u>15.934.900</u></b>

Tabla 19 Inversión en Capital de Trabajo

### 10.1.4 Inversión total

Inversión en activos fijos	<u>14.962.410</u>
Inversión en activos diferidos	<b><u>6.337.938</u></b>
Inversión en capital de trabajo	<b><u>15.934.900</u></b>
<b>TOTAL</b>	<b><u>37.235.248</u></b>

Tabla 20 Inversión Total

## 10.2 FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Una vez estimada la inversión inicial, se deben identificar las posibles fuentes de financiamiento.

Estudiando las ofertas de diversas entidades financieras del país, se llegó a la conclusión que el Banco de AV Villas es el que más se ajusta al presupuesto y necesidades de la empresa. Para esta elección se tuvo en cuenta la tasa de interés efectiva anual que ofrecen las entidades y opciones de pago.

El Banco de AV Villas en su opción de crédito de libre inversión, ofrece múltiples beneficios, teniendo en cuenta que los préstamos se pueden dar entre un monto de 1.500.000 y hasta 100.000.000 para este tipo de proyectos; con un plazo entre 6 y 60 meses a una tasa efectiva anual de 17,83%

<b>APORTE</b>	<b>17%</b>	<b>10.000.000,00</b>	
<b>SOCIOS</b>			
<b>PRESTAMO</b>	<b>83%</b>	<b>50.000.000,00</b>	<b>AV Villas</b>
<b>Tasa EA</b>	<b>17,83%</b>		
<b>Tiempo</b>	<b>5</b>	<b>años</b>	

*Tabla 21 Fuente de financiamiento*

Los pagos a capital e intereses se realizarán en un lapso de 60 meses (5 años), a una tasa de interés efectiva anual del 17,83%, la amortización del préstamo viene determinado de la siguiente manera:

<b>P</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERESES</b>	<b>ABONO K</b>	<b>SALDO FINAL</b>
<b>AÑO 1</b>	50.000.000	15.927.366	8.915.000	7.012.366	42.987.634
<b>AÑO 2</b>	42.987.634	15.927.366	7.664.695	8.262.671	34.724.963
<b>AÑO 3</b>	34.724.963	15.927.366	6.191.461	9.735.905	24.989.058
<b>AÑO 4</b>	24.989.058	15.927.366	4.455.549	11.471.817	13.517.242
<b>AÑO 5</b>	13.517.242	15.927.366	2.410.124	13.517.242	(0)

*Tabla 22 Amortización del crédito*

### **10.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

#### **10.3.1 Costos directos e indirectos de fabricación**

Se identifican como costos directos e indirectos, todas aquellas erogaciones que estén relacionadas directamente con la producción de MR. Bread Fruit.

El aumento de los sueldos y prestaciones sociales, se vio reflejado en un 3.9% para el año 2; 3.8% para el año 3 y 3.5% para el año 4 y 5; mientras que, los demás rubros se determinaron por la inflación proyectada por el banco de la república de acuerdo a los porcentajes anteriormente mencionados.

<b>COSTO VENTA UNITARIO</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>MATERIALES DIRECTOS UNIT</b>	<b>291</b>	<b>291</b>	<b>302</b>	<b>314</b>	<b>325</b>	<b>336</b>
<b>MANO DE OBRA UNIT</b>	<b>259</b>	<b>259</b>	<b>269</b>	<b>279</b>	<b>289</b>	<b>299</b>
<b>CIF</b>	<b>13.759.900</b>	<b>13.759.900</b>	<b>14.296.536</b>	<b>14.839.804</b>	<b>15.359.198</b>	<b>15896770</b>
<b>COSTO MATERIALES</b>		29.110.800	31.758.427	36.261.772	43.160.574	53605433,42
<b>COSTO MOD</b>		25.900.000	28.255.605	32.262.250	38.400.143	47692977,37
<b>CIF</b>		13.759.900	14.296.536	14.839.804	15.359.198	15896769,55

*Tabla 23 Costos directos e indirectos*

### 10.3.2 Total costos operativos

### 10.3.3 Gastos administrativos

Los gastos administrativos fueron identificados como: los sueldos del personal administrativo, los servicios públicos, papelería y útiles de oficina.

<b>COSTO MATERIALES</b>		<b>29.110.800</b>	<b>31.758.427</b>	<b>36.261.772</b>	<b>43.160.574</b>	<b>53605433,42</b>
<b>COSTO MOD</b>		25.900.000	28.255.605	32.262.250	38.400.143	47692977,37
<b>CIF</b>		13.759.900	14.296.536	14.839.804	15.359.198	15896769,55
<b>TOTAL COSTOS</b>		<b>68.770.700,00</b>	<b>74.310.568,36</b>	<b>83.363.826,51</b>	<b>96.919.914,85</b>	<b>117195180,3</b>

Tabla 24 Total costos operativos

			3,90%	3,80%	3,50%	3,50%
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GASTOS DE PERSONAL (ADMTIVO)		<b>123.027.540</b>	<b>127.825.614</b>	<b>132.682.987</b>	<b>137.326.891</b>	<b>142.133.333</b>



GASTOS DE FUNCIONAMIENTO (MENSUAL)						
ARRIENDO	<b>4.000.0</b>					
	<b>00</b>	48.000.00	49.872.00	51.767.13	53.578.98	55.454.25
		0	0	6	6	0
PAPELERIA	<b>1.000.0</b>					
	<b>00</b>	12.000.00	12.468.00	12.941.78	13.394.74	13.863.56
		0	0	4	6	3
SERVICIOS PÚBLICOS		-	-	-	-	-
AGUA	<b>600.000</b>					
		7.200.000	7.480.800	7.765.070	8.036.848	8.318.138
LUZ	<b>4.800.0</b>					
	<b>00</b>	57.600.00	59.846.40	62.120.56	64.294.78	66.545.10
		0	0	3	3	0
TELEFONO	<b>1.440.0</b>					
	<b>00</b>	17.280.00	17.953.92	18.636.16	19.288.43	19.963.53
		0	0	9	5	0
		-	-	-	-	-

OTROS GASTOS	<b>3.600.000</b>	43.200.000	44.884.800	46.590.422	48.221.087	49.908.825
TOTAL GTOS. DE FUNCIONAMIENTO	<b>185.280.000</b>	<b>192.505.920</b>	<b>199.821.145</b>	<b>206.814.885</b>	<b>214.053.406</b>	
		308.307.540	320.331.534	332.504.132	344.141.777	356.186.739

#### 10.3.4 Gastos de venta

Los gastos de venta fueron identificados como: los sueldos del departamento de ventas, mercadeo y publicidad que se realice anualmente en la empresa.

*Tabla 25 Gastos administrativos*

	737.717	83.140		12%	1%	0,52%	4%		0,083333333	1%	0,083333333	0,041666667		
	SUELDO	AUX. DE TPTE.	T. DEVENGADO	PENSIÓN	FSP	ARL	CAJA COMP.	TOTAL SEG. SOCIAL	CESANTIAS	INT. CES.	PRIMAS	VACACIONES	TOTAL PRT. SOC.	TOTAL GTO.
	2,6%													
<b>GASTOS DE VENTAS</b>														
SALARIO	737.717	83.140	820.857	98.503	0	4.285	32.834	135.622	68.405	684	68.405	30.738	168.232	1.124.711
COMISIONES (%)	0													
PUBLICIDAD	8.000.000													
TELEFONO	120.000		3,90%	3,80%	3,50%	3,50%								
OTROS	500.000													

PERIODOS	SUELDO	AUX. DE TPTE.	COMISION	T. DEVENGADO	PENSIÓN	FSP	ARL	CAJA COMP.	TOTAL SEG. SOCIAL	CESANTIAS	INT. CES.	PRIMAS	VACACIONES	TOTAL PRT. SOC.	TOTAL GTO.	TOTAL GASTO ANUAL
<b>AÑO 1</b>	737.717	83.140		820.857	98.503	-	4.285	32.834	37.119	68.405	8.209	68.405	34.202	179.220	1.037.197	37.339.078
<b>AÑO 2</b>	766.488	86.382	886.397	1.739.267	208.712	-	9.079	69.571	78.650	144.939	17.393	144.939	72.469	379.740	2.197.657	79.115.652
<b>AÑO 3</b>	795.615	89.665	1.012.088	1.897.367	227.684	-	9.904	75.895	85.799	158.114	18.974	158.114	79.057	414.259	2.397.425	86.307.299
<b>AÑO 4</b>	823.461	93.072	1.204.638	2.121.171	254.541	-	11.073	84.847	95.919	176.764	21.212	176.764	88.382	463.122	2.680.213	96.487.655
<b>AÑO 5</b>	852.282	96.609	1.496.180	2.445.051	293.406	-	12.763	97.802	110.585	203.754	24.451	203.754	101.877	533.836	3.089.453	111.220.292

		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		37.339.078	79.115.652	86.307.299	96.487.655	111.220.292
			<b>3,90%</b>	<b>3,80%</b>	<b>3,50%</b>	<b>3,50%</b>
<b>GASTOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>2.000.000</b>	<b>24.000.000</b>	24.936.000	25.883.568	26.789.493	27.727.125
<b>D</b>	<b>0</b>	<b>0</b>				
<b>TELEFONO</b>	<b>120.000</b>	<b>1.440.000</b>	1.496.160	1.553.014	1.607.370	1.663.628
<b>OTROS</b>	<b>500.000</b>	<b>6.000.000</b>	6.234.000	6.470.892	6.697.373	6.931.781
<b>TOTAL</b>	<b>2.620.000</b>	<b>31.440.000</b>	<b>32.666.160</b>	<b>33.907.474</b>	<b>35.094.236</b>	<b>36.322.534</b>
<b>GTOS.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>				
<b>VTAS.</b>						
		68.779.078	111.781.812	120.214.773	131.581.891	147.542.826

Tabla 26 Gastos de venta

### 10.3.5 Gastos financieros

Los gastos financieros pertenecen al valor del interés por el crédito financiero, el cual fue adquirido para cubrir la inversión inicial. Los gastos financieros del primer, segundo tercer, cuarto y quinto año, tienen un valor de \$ 29.636.829 pesos, distribuidos de la siguiente forma:

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>8.915.000</b>	7.664.695	6.191.461	4.455.549	2.410.124

Tabla 27 Gastos financieros

Nota: Si en el transcurso de operaciones, la empresa se encuentra en la capacidad de abonar a la deuda lo proyectado por 5 años, se podrán efectuar pagos para que los intereses sean menores.

### 10.3.6 Total gastos operativos

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Gastos administrativos</b>	308.307.540	320.331.534	332.504.132	344.141.777	356.186.739
<b>Gastos de ventas</b>	37.339.078	79.115.652	86.307.299	96.487.655	111.220.292
<b>Gastos financieros</b>	8.915.000	7.664.695	6.191.461	4.455.549	2.410.124
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b><u>354.561.618</u></b>	<b><u>407.111.881</u></b>	<b><u>425.002.892</u></b>	<b><u>445.084.981</u></b>	<b><u>469.817.155</u></b>

*Tabla 28 Total gastos operativos*

### 10.4 PRECIO DE VENTA

De acuerdo al estudio de mercado realizado y la información arrojada por las encuestas, el precio de venta estará determinado con base a la cantidad establecida por cada producto (500g y 1500g).

Teniendo en cuenta el costo de venta de la competencia los productos ofrecidos por MR. Bread Fruit se consideran 33% más económico, los cuales aumentaran en un 3.9% para el año 2; 3.8% para el año 3 y 3.5% para el año 4 y 5.

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PRECIO</b>	4.000	4.156	4.314	4.465	4.621
<b>IPC</b>		3,9%	3,8%	3,5%	3,5%
<b>DEMANDA</b>	94.080	98.784	108.662	124.962	149.954
<b>INCREMENTO</b>		5,0%	10,0%	15,0%	20,0%

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PRECIO</b>	10.500	10.910	11.324	11.720	12.131
<b>IPC</b>		3,9%	3,8%	3,5%	3,5%
<b>DEMANDA</b>	62.712	65.848	72.432	83.297	99.957
<b>INCREMENTO</b>		5,0%	10,0%	15,0%	20,0%

*Tabla 29 Precio de venta*

## 10.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Teniendo en cuenta el precio de venta unitario de cada producto y la demanda pronosticada a 5 años, los ingresos por venta de MR. Bread Fruit S.A.S estarían presupuestados de la siguiente manera.

### PETIT PACK

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas año</b>	376.320.000,00	410.546.304	468.761.770	557.943.697	692.966.071

### BIG PACK

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas año</b>	658.476.000,00	718.364.39	820.228.46	976.276.928	1.212.535.94
		2	3		5

Tabla 30 Presupuesto de ingresos

## 10.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El siguiente, es el estado de resultados a diciembre de cada año, que servirá como base fundamental en la proyección de la empresa.

	<b>ESTADO DE RESULTADO</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>OPERACIONAL</b>	1.034.796.000	1.128.910.696	1.288.990.233	1.534.220.625	1.905.502.016
<b>COSTO DE VENTA</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	68.770.700	74.310.568	83.363.827	96.919.915	117.195.180
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	<b>966.025.300</b>	<b>1.054.600.128</b>	<b>1.205.626.406</b>	<b>1.437.300.710</b>	<b>1.788.306.836</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>OPERACIONALES</b>					
<b>GASTOS DE</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>ADMINISTRACION</b>	308.307.540	320.331.534	332.504.132	344.141.777	356.186.739
<b>GASTOS DE VENTA</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	68.779.078	111.781.812	120.214.773	131.581.891	147.542.826
<b>GASTOS X</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>DEPRECIACION</b>	113.333.333	113.333.333	113.333.333	80.000.000	80.000.000
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>OPERACIONALES</b>	<b>490.419.950</b>	<b>545.446.679</b>	<b>566.052.238</b>	<b>555.723.667</b>	<b>583.729.564</b>



<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ <b>475.605.350</b>	\$ <b>509.153.449</b>	\$ <b>639.574.168</b>	\$ <b>881.577.043</b>	\$ <b>1.204.577.271</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 194.878.753	\$ 168.691.004	\$ 137.265.705	\$ 99.555.347	\$ 54.302.916
<b>RESULTADO NO OPERACIONAL</b>	\$ (194.878.753)	\$ (168.691.004)	\$ (137.265.705)	\$ (99.555.347)	\$ (54.302.916)
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	\$ <b>280.726.596</b>	\$ <b>340.462.445</b>	\$ <b>502.308.463</b>	\$ <b>782.021.696</b>	\$ <b>1.150.274.355</b>
<b>PROVISION DE IMPUESTOS</b>	\$ 98.254.309	\$ 119.161.856	\$ 175.807.962	\$ 273.707.594	\$ 402.596.024
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$ <b>182.472.288</b>	\$ <b>221.300.589</b>	\$ <b>326.500.501</b>	\$ <b>508.314.102</b>	\$ <b>747.678.331</b>

*Tabla 31 Estado de resultados proyectado*

## 10.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO 5
<b>INGRESO DE CONTADO</b>		\$ 1.034.796.000	\$ 1.128.910.696	\$ 1.288.990.233	\$ 1.534.220.625	\$ 1.905.502.016
<b>INGRESOS DE CAJA</b>		\$ 1.034.796.000	\$ 1.128.910.696	\$ 1.288.990.233	\$ 1.534.220.625	\$ 1.905.502.016
<b>PRESTAMO</b>	\$ 50.000.000					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 50.000.000	\$ 1.034.796.000	\$ 1.128.910.696	\$ 1.288.990.233	\$ 1.534.220.625	\$ 1.905.502.016
<b>EGRESOS</b>						
<b>PAGOS PROVEEDORES</b>		\$ 61.493.000	\$ 73.648.662	\$ 82.237.990	\$ 95.195.214	\$ 114.583.966
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		\$ 308.307.540	\$ 320.331.534	\$ 332.504.132	\$ 344.141.777	\$ 356.186.739
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		\$ 68.779.078	\$ 111.781.812	\$ 120.214.773	\$ 131.581.891	\$ 147.542.826
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		\$ 8.915.000	\$ 7.664.695	\$ 6.191.461	\$ 4.455.549	\$ 2.410.124

<b>ABONO CAPITAL</b>		\$ 7.012.366	\$ 8.262.671	\$ 9.735.905	\$ 11.471.817	\$ 13.517.242
<b>IMPUESTOS</b>		\$ -	\$ 98.254.309	\$ 119.161.856	\$ 175.807.962	\$ 273.707.594
<b>INVERSION DE SOCIOS</b>	\$ 10.000.000					
<b>FINANCIACION</b>	\$ 50.000.000					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 60.000.000	\$ 454.506.983	\$ 619.943.681	\$ 670.046.117	\$ 762.654.209	\$ 907.948.489
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	\$(10.000.000)	\$ 580.289.017	\$ 508.967.015	\$ 618.944.116	\$ 771.566.415	\$ 997.553.527

Tabla 32 Flujo de caja proyectado

## 10.8 TIR Y VAN

<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	<b>\$ 1.198.522.691,82</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	5791%
<b>VAN</b>	\$ (0,00)

*Tabla 33 TIR y VAN*

Teniendo en cuenta el resultado positivo obtenido en el valor actual neto, y la tasa interna de retorno mayor al 100% se deduce que el proyecto de comercialización y distribución de la fruta de pan en presentación de precocidas y congeladas en la ciudad de Cartagena es rentable.

## 10.9 BALANCE GENERAL

Al finalizar el estudio, nos queda como resultado los movimientos ejecutados durante un periodo de 5 años, a este se le realizó una proyección a partir de los movimientos (créditos y débitos) generados en los libros anteriores. En el siguiente cuadro encontraremos la proyección de cuentas y los movimientos de estas.

Mr. Bread fruit S.A.S						
Estado de Situación Financiera		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>						
<b>Activos Corrientes</b>						
Disponibles	Caja	\$ 209.497.512	\$ 104.722.847	\$ 152.434.648	\$ 237.586.704	\$ 363.490.701
	Inventario insumos (Bolsas)	\$ 2.620.000	\$ 2.620.038	\$ 2.620.076	\$ 2.620.114	\$ 2.620.152
	Mercancia no Fabricada	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700
	Banco	\$ 1.042.062	\$ 119.685.257	\$ 167.397.058	\$ 252.549.114	\$ 365.453.111
<b>TOTAL Activos Corriente</b>		<b>\$ 281.930.274</b>	<b>\$ 295.798.842</b>	<b>\$ 391.222.482</b>	<b>\$ 561.526.632</b>	<b>\$ 800.334.664</b>
<b>Activos no Corriente</b>						
<b>Activos Fijos</b>						
	Propiedad P. & Equipo	\$ 14.962.410	\$ 14.962.410	\$ 14.962.410	\$ 14.962.410	\$ 14.962.410
	Intangibles	\$ 1.000.000	\$ 1.035.000	\$ 1.075.365	\$ 1.113.002	\$ 1.151.957
	Diferidos	\$ 6.337.938	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Otros Activos	\$ -				
<b>TOTAL Activos no Corriente</b>		<b>\$ 22.300.348</b>	<b>\$ 15.997.410</b>	<b>\$ 16.037.775</b>	<b>\$ 16.075.412</b>	<b>\$ 16.114.367</b>
<b>TOTAL Activos</b>		<b>\$ 304.230.622</b>	<b>\$ 311.796.252</b>	<b>\$ 407.260.257</b>	<b>\$ 577.602.044</b>	<b>\$ 816.449.031</b>
<b>Pasivos</b>						
<b>Pasivos Corriente</b>						
	Proveedores	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700	\$ 68.770.700
	Pasivos Financieros	\$ 42.987.634	\$ 34.724.963	\$ 24.989.058	\$ 13.517.242	\$ -
<b>TOTAL Pasivo Corriente</b>		<b>\$ 111.758.334</b>	<b>\$ 103.495.663</b>	<b>\$ 93.759.758</b>	<b>\$ 82.287.942</b>	<b>\$ 68.770.700</b>
<b>Pasivos no Corriente</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Tabla 34 Balance general proyectado

## 10.10 INDICADORES Y EVALUACION FINANCIERA

Mr Bread Fruit							
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO
Indicadores Financieros							
PRUEBA DE LIQUIDEZ	ACTIVO C/PASIVO C	2,52	2,86	4,17	6,82	11,64	
PRUEBA ACIDA	ACTIVO C - INVENTARIO/ PASIVO C	2,50	2,83	4,14	6,79	11,60	

CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO TOTAL/ PASIVO CORRIENTE	2,72	3,01	4,34	7,02	11,64
RAZON DE ENDEUDAMIENTO	ACTIVO/ PASIVO	2,72	3,01	4,34	7,02	11,64
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS NETAS/ ACTIVOS	3,40	3,62	3,17	2,66	2,33
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTILIDAD NETA/ VENTAS NETAS * 100	17,63	16,16	25,33	33,13	39,24
RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL	UTILIDAD NETA/ PATRIMONIO * 100	94,80	68,14	77,69	86,07	100,00

Debido a los resultados presentados en los estados financieros de MR. Bread Fruit S.A.S, se realizó en análisis financiero, el cual nos arrojó los siguientes resultados:

La información establecida en la tabla, permite analizar y evaluar los indicadores financieros del proyecto, el cual posibilitara que MR. Bread Fruit aproveche un fruto poco conocido en Colombia; por tal motivo se concluye que para el primer año de funcionamiento de la empresa los resultados serán los siguientes:

*Tabla 35 Indicadores financieros* a) Prueba de Liquidez: por cada peso que Mr. Bread

Fruit debe en el corto plazo la empresa cuenta con 2,52 para responder.

b) Prueba Ácida: Por cada peso que debe en el corto plazo la empresa cuenta con 2,50 para saldar sus deudas sin incluir el inventario.

- c) Capital de Trabajo: la empresa cuenta con un 2,72 después de haber pagado los pasivos a corto plazo (pasivo corriente)
- d) Razón de Endeudamiento: Los activos de la empresa han sido financiados en un 100% con recursos de acreedores.
- e) Rotación de Activos: Los activos de la empresa son rotados 3,40 veces al año.
- f) Rentabilidad sobre Ventas: Por cada peso que la empresa vende le queda un 17,63 para repartir entre los socios.
- g) Rentabilidad sobre Capital: para el primer año la rentabilidad generada será de un 94,80.

De acuerdo al análisis financiero, MR. Bread Fruit S.A.S, es un negocio prometedor desde la perspectiva económica. A su vez, le brinda a sus socios una considerable rentabilidad muy tentadora con gran rendimiento para los mismos.

Basados en lo dicho anteriormente, se puede afirmar que Mr bread fruit S.A.S es una empresa viable, con proyección, posicionamiento y beneficios sociales. Sopesando el aprovechamiento de su producto dentro de la figura de comercializadora y distribuidora.

Se elaboró un análisis vigoroso con el fin de analizar los diversos componentes estratégicos de un negocio, las condiciones y obligaciones necesarias para una proyección apropiada dentro del contexto económico y financiero venidero de la empresa Mr bread fruit.

## **DISCUSIONES**

Este proyecto tuvo como propósito, determinar la factibilidad de comercializar la fruta de pan en presentación de precocida y congeladas en la ciudad de Cartagena de indias, por medio de un plan de negocio para establecer el potencial empresarial y como se podría incursionar en el mercado de dicha ciudad satisfaciendo las necesidades de los hogares. Sobre todo, se pretendió estudiar el comportamiento de los consumidores teniendo en cuenta su perspectiva acerca del producto, manifestando la intensidad de compra, el precio que pagarían por dicho producto y cada cuanto lo consumirían.

A continuación, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este estudio. De los resultados obtenidos, se puede deducir que los hogares de Cartagena de estratos 2, 3 y 4 estarían dispuestos a comprar el producto cada 15 días. Además, estarían dispuestos a pagar 4.000 COP por el petit pack y 10.500 COP por el big bag; precio que les parece muy asequibles dentro de sus finanzas personales.

No obstante, se puede llegar a la discusión de que es mucho más económico que otros productos sustitutos en presentación de precocida y congeladas y trae más beneficios en cuanto a sus propiedades nutricionales que tienen mayor peso que los demás.



## CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del estudio, se obtuvo información pertinente para responder cada uno de los objetivos planteados al inicio del proyecto

- Se enfatiza el cumplimiento a la formulación del problema, objetivo general y objetivos específicos, siendo pieza clave para los resultados y puesta en marcha del proyecto.
- De acuerdo con la investigación realizada se determinó mediante un instrumento de recopilación de información la aceptación del mercado objetivo hacia el producto, debido a que es un producto innovador, competente ante los productos sustitutos y sobre todo cuenta con precios accesibles a los clientes, maneja un sistema logístico altamente eficiente que se acomoda a las necesidades de los consumidores y además es un producto que posee múltiples beneficios que ayudan a la salud humana.
- Después de realizar un análisis en cuanto a estudio económico y financiero, se concluye que Mr. Bread Fruit si será una empresa viable en la ciudad de Cartagena de Indias, ya que posee un valor presente neto igual a cero y una tasa interna de retorno de 5.791% lo cual resulta factible al momento de su interpretación.

## BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, Jorge Everardo; *Elementos de un proyecto de investigación*; Oaxaca; 2011.
- Alvitres, Víctor; *Titulo del proyecto*; Chiclayo; 2006.
- Bitacoras.com - Información Bitacoras.com Valora en Bitacoras.com: *Un proceso de entrega a domicilio elaborado correctamente le permitirá a tu negocio aumentar.*
- Casanova, R, Morocho, K, Gallegos, S. (2013). “*Producción y distribución de muffins de fruta de pan como complemento alimenticio para los niños de la fundación Acción Solidaria*”. (Proyecto de investigación). Escuela Superior Politécnica de Litoral, Guayaquil, Ecuador.
- Claudia, Suarez; *Estudio de especies frutales promisorias con miras a su aprovechamiento sostenible en las islas de San Andrés*; San Andrés Isla; 2010.
- Encuestas persona a persona degustación fruta de pan; Cartagena; 2016
- *Etapas del proceso de investigación científica*; Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum; Cartagena de Indias; 2016.
- Garizado, J, et al. (08 de noviembre de 2016). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de productos a base de cacao en Cartagena de indias- Colombia.* (proyecto de pregrado). Universidad del Sinú Elías Bechara Zainum, Cartagena, Colombia.
- <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/pepepan-fruto-promisorio-del-pacifico.html>
- [https://www.invima.gov.co/images/stories/.../decreto\\_3075\\_1997.pdf](https://www.invima.gov.co/images/stories/.../decreto_3075_1997.pdf)
- <http://www.sabelotodo.org/agricultura/frutales/frutadepan.html>; Fruta de Pan.

- Lineback, N, Lineback, M, Nicholson, J (10 de agosto 2012). *¿Quién en el mundo come la fruta de pan?* Geografía en las noticias.  
[https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjI6JLet9zWAhUDwiYKHXYDA6oQFggyMAI&url=http%3A%2F%2Fmedia.maps101.com%2FSUB%2FGITN%2FARCHIVES%2FPDF%2F1158\\_081012breadfruit\\_spc.pdf&usg=AOvVaw0BWLQ66xYwiQGB-3sDcSiy](https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjI6JLet9zWAhUDwiYKHXYDA6oQFggyMAI&url=http%3A%2F%2Fmedia.maps101.com%2FSUB%2FGITN%2FARCHIVES%2FPDF%2F1158_081012breadfruit_spc.pdf&usg=AOvVaw0BWLQ66xYwiQGB-3sDcSiy)
- Londoño, Olga lucia; *Guía para construir Estados del Arte*; Bogotá; 2014
- Quiñonez, M y Arias, T. (2013). *Proceso de producción y distribución de harina de fruta de pan para el consumo familiar en la ciudad de milagro*. (Proyecto de pregrado). Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil, Ecuador.
- Salazar, S (08 de septiembre de 2012). *El fruto del pan o breadfruit encabeza la lista de productos agrícolas que podrían mejorar los ingresos económicos y la nutrición de los pobladores del Archipiélago, cuya alimentación es en su mayoría importada. Devolverles el carácter agrario a las islas es posible con las recomendaciones de la academia*. UN Periódico. Recuperado de <http://www.unperiodico.unal.edu.co/dper/article/san-andres-no-le-saca-el-jugo-a-sus-frutas.html>

**ANEXOS**  
**ENCUESTA**

**MR BREAD FRUIT**

**Nombre del Encuestado:** \_\_\_\_\_

**SEXO:** F\_\_\_ M\_\_\_      **EDAD:** \_\_\_\_\_

**1. CALIFIQUE SU PRIMERA IMPRESIÓN DEL PRODUCTO:**

Muy agradable( ) Agradable( ) Poco agradable( ) Desagradable( ) Muy desagradable( )

**2. CALIFIQUE EL AROMA DEL PRODUCTO:**

Muy agradable( ) Agradable( ) Poco agradable( ) Desagradable( ) Muy desagradable( )

**3. CALIFIQUE EL SABOR DEL PRODUCTO:**

Muy agradable( ) Agradable( ) Poco agradable( ) Desagradable( ) Muy desagradable( )

**4. CALIFIQUE LA TEXTURA DEL PRODUCTO:**

Muy agradable ( ) Agradable( ) Poco agradable( ) Desagradable( ) Muy desagradable( )

**5. ¿COMPRARÍA ÉSTE PRODUCTO?**

Sí ( )      No ( )      Tal vez ( )

**6. ¿CUANTO SERIA EL PRECIO MAXIMO QUE PAGARIA POR EL PRODUCTO?**

Entre 4000 y 6000 ( )      Entre 6000 y 9000 ( )      Entre 9000 y 120000( )

**7. ¿RECOMENDARÍA A OTRAS PERSONAS ÉSTE PRODUCTO?**

Sí ( )      No ( )      Tal vez ( )

**8. ¿DONDE LE GUSTARÍA PODER ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?**

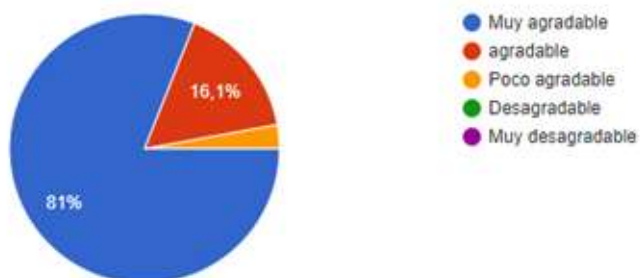
Súper mercados( )      En casa ( )      En fabrica ( )

**9. ¿CUANTAS VECES ESTARÍA DISPUESTO A COMPRAR EL PRODUCTO?**

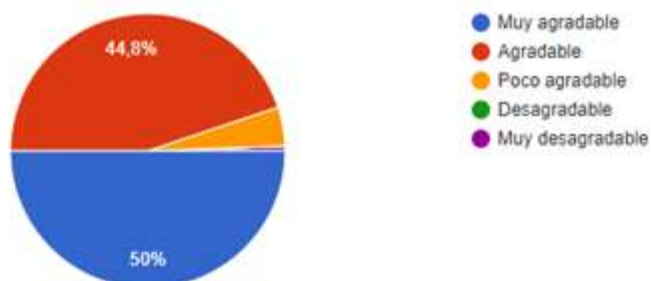
Semanal( )      Quincenal( )      Mensual( )

*Anexo 1 Encuesta*

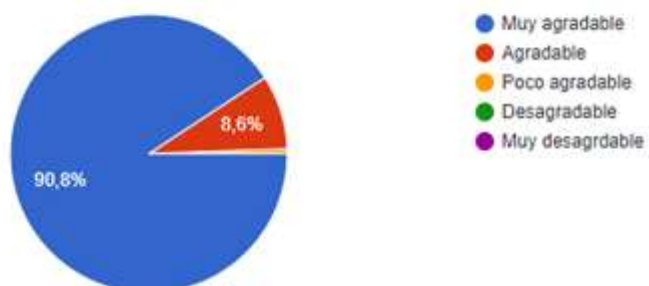
### 1. CALIFIQUE SU PRIMERA IMPRESIÓN DEL PRODUCTO:



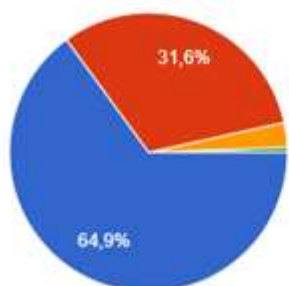
### 2. CALIFIQUE EL AROMA DEL PRODUCTO:



### 3. CALIFIQUE EL SABOR DEL PRODUCTO

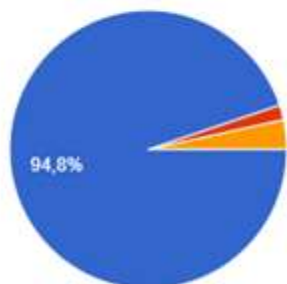


#### 4. CALIFIQUE LA TEXTURA DEL PRODUCTO



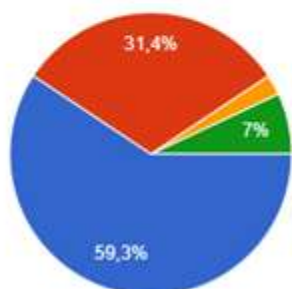
- Muy agradable
- Agradable
- Poco agradable
- Desagradable
- Muy desagradable

#### 5. ¿COMPRARÍA ÉSTE PRODUCTO?



- Sí
- No
- Tal vez

#### 6. ¿CUANTO SERIA EL PRECIO MÁXIMO QUE PAGARÍA POR EL PRODUCTO de 500 gramos?

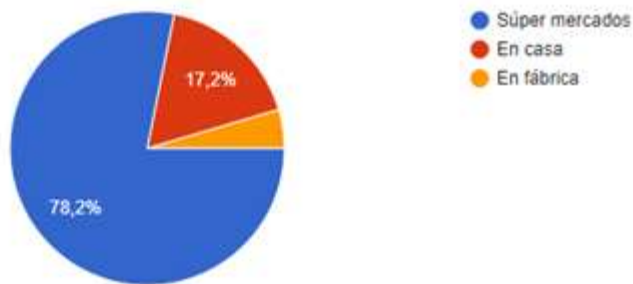


- Entre 4.000 y 6.000
- Entre 6.000 y 9.000
- Entre 9.000 y 12.000
- Entre 9.000 y 12.000

7. ¿RECOMENDARÍA A OTRAS PERSONAS ÉSTE PRODUCTO?

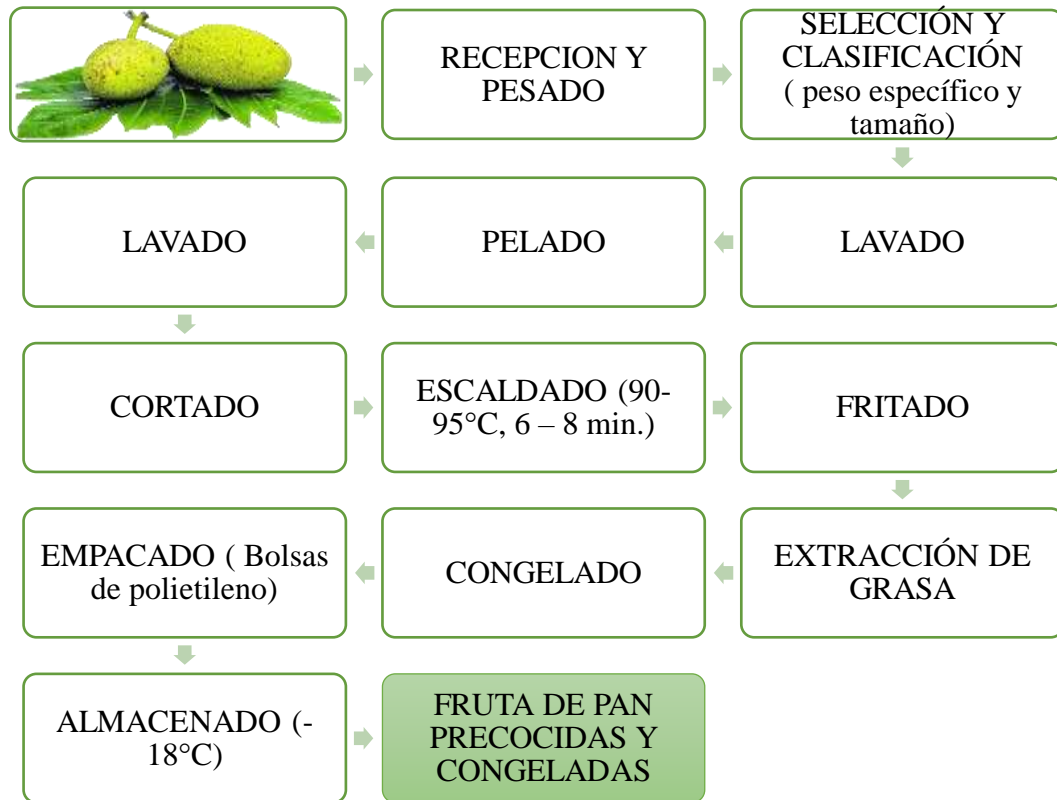


8. ¿DONDE LE GUSTARÍA PODER ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?



*Anexo 2 Resultados de la encuesta*

## PROCESAMIENTO DE LA FRUTA DE PAN



*Anexo 3 Proceso de producción de la fruta de pan*



*IMÁGENES DE LA FRUTA DE PAN*



*Anexo 4 La fruta de pan*

## FERIA UNIVERSITARIA



*Anexo 5 Feria empresarial*



*Anexo 6 Stand feria empresarial*