

AGUAYMANTO AGUARDIENTE ARTESANAL DE UCHUVA

Andrea Figueroa Nomezque
Leidy Michel Lombo Quintero
María Johana Quintero Chacón

Octubre 2018

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior- CUN.
Negocios Internacionales.
Opción de Grado III

Copyright © 2018 por Andrea Figueroa, Leidy Lombo, Johana Quintero. Todos los derechos reservados.

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCION..... | 4 |
| 2. PLANEACION ESTRATEGICA | 4 |
| 2.1 Descripción general del producto | 4 |
| 2.2 Caracterización del cliente | 4 |
| 2.3 Pentágono Perfilacion | 5 |
| 2.4 Expectativa..... | 5 |
| 2.5 Tabla Nº 1 Soluciones Actuales | 6 |
| 2.6 Frustraciones | 7 |
| 2.7 Segmentación del Mercado | 7 |
| 3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO | 7 |
| 3.1 Misión | 7 |
| 3.2 Visión | 7 |
| 3.3 Objetivo general..... | 7 |
| 3.4 Objetivos específicos..... | 8 |
| 3.5 Valores | 8 |
| 3.6 Organigrama | 9 |
| 3.7 Tabla Nº 2 Cargograma | 10 |
| 3.8 Tabla Nº 3 Nomina | 11 |
| 4. DISPOSICIONES LEGALES..... | 11 |
| 4.1 Certificados | 11 |
| 4.2 Registros sanitarios | 12 |
| 4.3. Norma concertada | 13 |
| 4.4 Sobre publicidad | 13 |
| 4.5 Otras disposiciones | 14 |
| 4.6 Plan de ordenamiento territorial | 15 |
| 4.7 Ubicación | 15 |
| 4.8 Ministerio de industria y comercio: | 15 |
| 5. ESTUDIO TECNICO OPERATIVO | 16 |
| 5.1 Ficha técnica | 16 |
| 5.2 Cromatograma | 17 |
| 5.3 Procesos y procedimientos | 18 |
| 5.4 Tabla Nº 4 Infraestructura..... | 18 |

| | |
|---|----|
| 5.5 Tabla Nº 5 proyeccion de ventas..... | 20 |
| 6. ESTUDIO FINANCIERO | 20 |
| 6.1 Tabla Nº 6 Proyeccion | 20 |
| 6.2 Tabla Nº 7 Analisis de proyeccion | 23 |
| 7. PLAN DE MARKETING..... | 25 |
| 7.1 Estrategia de Distribución | 25 |
| 7.2 Estrategia de publicidad..... | 25 |
| 7.3 Matriz de Costos | 26 |
| 7.4 Slogan: Pasión por lo que hacemos..... | 26 |
| 7.5 Logotipo: | 26 |
| 7.6 Presentación del Producto | 26 |
| 8. RESPONSABILIDAD SOCIAL: | 27 |
| 9. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL | 27 |
| 10. CONCLUSIONES..... | 28 |
| 11. BIBLIOGRAFIA..... | 29 |

1. INTRODUCCION

Se realizó un estudio con el fin de identificar un producto innovador el cual consiste en la elaboración de aguardiente artesanal de uchuva.

Este documento contiene el plan de negocio y una información detallada donde se evidencia la segmentación del mercado, la población y el lugar de distribución por lo tanto se identificó la caracterización del cliente, las necesidades y expectativas, la competencia en el mercado, se elaboró un estudio administrativo el cual consta de una misión, visión, valores corporativos unos objetivos generales y específicos.

Se desarrolla un estudio técnico y legal, determinando los registros y certificados necesarios para su correcta elaboración y adecuación apta para el consumo humano. Además se tiene en cuenta las obligaciones legales del sector.

Finalmente se realizó un estudio financiero el cual identifica el valor de la inversión, adicional a esto se obtuvo un pronóstico de ventas y costos el cual nos ayudó a identificar la utilidad económica del proyecto en un periodo de 5 años y un plan de marketing.

2. PLANEACION ESTRATEGICA

2.1 Descripción general del producto

AGUAYMANTO AGUARDIENTE ARTESANAL DE UCHUVA: Nuestra idea de negocio consiste en llevar a cabo la producción y comercialización de aguardiente de uchuva ya que este producto aún no se encuentra en el mercado.

2.2 Caracterización del cliente

- Socioeconómica: Estrato 2,3
- Edad: 18 a 60
- Género: Mujeres y hombres

- Geográficamente: La candelaria – Las aguas
- Población: 22.243 Habitantes
- Población Flotante: 24.157 Personas que frecuentan el barrio las aguas.

2.3 Pentágono Perfilacion

- Consideramos que nuestros clientes desean experimentar un nuevo sabor en el aguardiente.
- Consideramos que a nuestros clientes les gustaría que el aguardiente que consumen tenga un toque cítrico en su sabor.
- Consideramos que a nuestros clientes les parece interesante un aguardiente que contenga esencia de una fruta afrodisiaca como lo es la uchuva llamada la fruta del amor.

2.4 Expectativa

- Nuestro producto ofrece un diseño único en su presentación lo cual lo hace más llamativo para nuestro cliente.
- Nuestro producto brinda la posibilidad de ser consumido en un lugar “la casa del aguardiente” que permite disfrutar de diferentes ambientes.
- Nuestro producto ofrece una edición especial en su empaque diseño y sabor cada 6 meses.

2.5 Tabla N° 1 Soluciones Actuales

| | SUSTITUTOS DE LICOR ARTESANAL | AGUAYMANTO AGUERDIENTE DE UCHUVA |
|-----------------------|--|---|
| CALIDAD | Son muchas las empresas que se dedican a la producción de licores artesanales pero no todas cumplen con los estándares de calidad que se requieren | Nuestro aguardiente se fabricara bajo los más altos estándares de calidad de acuerdo a la normatividad. |
| PRECIO | Debido a que son productos que no cuentan con calidad certificada sus precios tienden a ser los más bajos en el mercado. | Al Ser un producto que cuenta con los más altos estándares de calidad tendrá un valor asequible en el mercado. |
| DISPONIBILIDAD | Los licores de tipo artesanal hoy en día se pueden encontrar en tiendas, bares, licoreras y demás sitios destinados para la distribución y consumo de bebidas alcohólicas. | Por ser un producto exclusivo únicamente se comercializara en la casa del aguardiente sitio que cuenta con diferentes ambientes para el consumo de este exclusivo licor, ubicado en la candelaria |

2.6 Frustraciones

- Consideramos que el mercado aun no ofrece a nuestros clientes este tipo de bebida con un sabor diferente.
- Consideramos que los clientes desean una oferta diferente de sabor.

2.7 Segmentación del Mercado

Nuestro producto será distribuido principalmente en un local exclusivo que destinaremos para este fin, el cual estará ubicado en la localidad de la candelaria en el barrio las aguas.

- **Localidad:** La candelaria
- **Barrio** Las aguas
- **población** :22.243 Habitantes
- **Edad** : 18 - 60

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 Misión

B.A.C Bogotá Artesanal Company S.A.S es una empresa innovadora que se dedica a la producción de licores Artesanales, agregándole diferentes sabores, y en diferentes presentaciones para que el consumidor tenga el placer de disfrutar algo diferente, pero sin dejar lo tradicional.

3.2 Visión

Para el 2025 B.A.C Bogotá Artesanal Company S.A.S obtendrá certificaciones en calidad, lo cual le permitirá ser reconocido como un productor competitivo de aguardiente artesanal en Bogotá.

3.3 Objetivo general

Llegar al público ofreciendo un producto innovador y de alta calidad para abarcar otros segmentos del mercado, lo cual nos permitirá ser una empresa rentable.

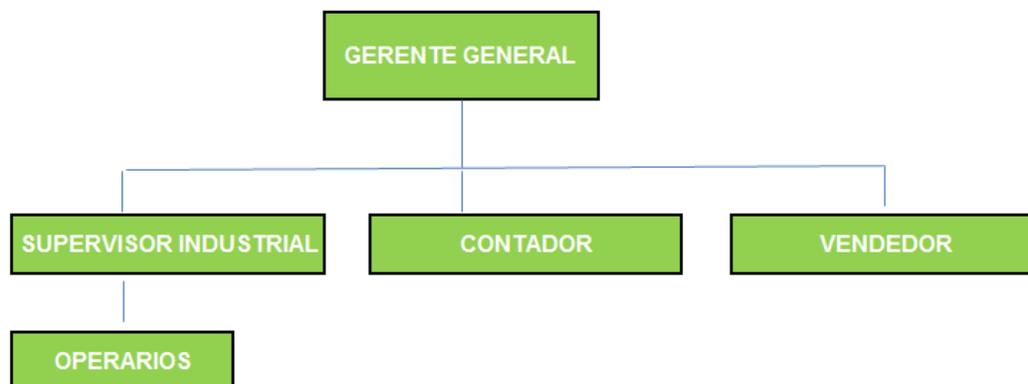
3.4 Objetivos específicos

- Expandir nuestros puntos de venta abriendo una sucursal más de la casa del aguardiente en la localidad de Chapinero
- Recuperar la inversión en un periodo no mayor a 3 años
- Diseñar una página web que nos permita ser más recocidos en el mercado en un periodo no mayor a 2 meses.
- Llevar un control de producción y calidad que permita minimizar errores y por ende pérdidas en materia prima y tiempo.

3.5 Valores

- **Responsabilidad:** Ofrecer el mejor licor ya que contamos con el respaldo del invima.
- **Honestidad:** Realizamos todas las operaciones en cuanto a calidad y precio con transparencia y rectitud.
- **Sentido humano:** Brindamos al personal de nuestra compañía oportunidades de crecimiento laboral.
- **Compromiso con el medio ambiente:** Capacitamos a todo el personal de nuestra compañía para crear conciencia del cuidado del medio ambiente.
- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones a nivel interno, laborales y comerciales
- **Confianza:** Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos y servicios a un precio justo y razonable.

3.6 Organigrama



3.7 Tabla N° 2 Cargograma

CARGOGRAMA

| CARGO | FUNCIONES | REQUERIMIENTOS TECNICOS | COMPETENCIAS ESPECIFICAS | SALARIO |
|------------------------------|---|--|---|-------------|
| Gerente General | <p>Será el responsable de aspectos comerciales, administrativos, financieros, productivos y técnicos de la empresa mediante el desarrollo ejecución y cierre de nuevas oportunidades de modelos de negocio el manejo y liderazgo del personal.</p> | <p>Administrador de empresas o carreras afines a economía, Conocimientos en seguridad industrial con mínimo años de experiencia como gerente</p> | <p>Habilidad de comunicación y liderazgo pensamiento critico, creatividad, trabajo en equipo, capacidad de negociación, conocimiento en planeación, manejo de inglés.</p> | 2'500.000 |
| Supervisor Industrial | <ul style="list-style-type: none"> • Control de la producción manejo de personal, despacho de mercancía, calidad costos e inventarios Velar por el cumplimiento del reglamento de seguridad industrial, Controlar el debido procedimiento por parte de los empleados. • Realizar inspección de las actividades relativas a el proceso de producción tanto en campo y laboratorio que involucre un ensayo prueba o proceso que afecte la calidad del producto, verificar que la materia prima cumpla con los requerimientos establecidos en las especificaciones y que los mismo cuenten con los certificados de calidad necesarios. Hacer correcciones en los procesos donde encuentre un posible riesgo que afecte a la integridad del consumidor final. | <p>Ingeniero Químico con mínimo un año de experiencia en el sector industrial, supervisión y manejo de personal</p> | <p>Liderazgo, conciliador, conocimiento de las normativas vigentes, capacidad de análisis, toma de decisiones</p> | \$1'800.000 |

| | | | | |
|-------------------|--|---|---|---|
| Contador | <p>Administrar recurso humano de cartera excelente manejo de software contable y administrativo preferiblemente Elisa, manejo de políticas contables y fiscales niif , conocimientos de nómina liquidación de nómina y para fiscales</p> | <p>Profesional en contabilidad con mínimo un año de experiencia.</p> | <p>Habilidades de comunicación, manejo de paquetes contables, capacidad de análisis</p> | <p>\$ 1'800.000</p> |
| Operarios | <p>Preparar las materias primas para la elaboración de aguardiente</p> | <p>Bachiller con mínimo un año de experiencia en manipulación de materias primas.</p> | <p>Capacidad de análisis, responsabilidad, comprometidos con la calidad y que tengan una clara orientación hacia la seguridad y el cumplimiento de las normas</p> | <p>\$781.242 mas prestaciones de ley.</p> |
| Vendedores | <p>Comunicar adecuadamente al cliente, retroalimentar a la empresa informando los canales adecuados de ventas, apoyar a la gerencia comercial en la estructura y fuerza de venta.</p> | <p>Bachiller Académico con mínimo 6 meses de experiencia en ventas.</p> | <p>Específicas: Alta atención al cliente, amabilidad, y actitud de servicio.</p> | <p>\$781.242 mas prestaciones de ley.</p> |

3.8 Tabla N° 3 Nomina

| B.A.C. BOGOTA ARTESANAL COMPANY SAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|-----------|-----------|-----------|------------|-------------|-----------------|-------------|---------|-----|--------|----------|-------|----------|-----------------|--------------|
| LIQUIDACIÓN DE NOMINA MES 1 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| salario mínimo del año | | 2,018 | 781.242 | | | | | | | | | | | | | |
| Auxilio de transporte | | | 88.212 | | | | | | | | | | | | | |
| GARGO | SUELDO BASICO | DIAS TRAB | DEVENGADO | | | | TOTAL DEVENGADO | DEDUCCIONES | | | | | | | TOTAL DEDUCCION | NETO A PAGAR |
| | | | BASICO | H. EXTRAS | COMISIONES | AUX. TRANS. | | SALUD | PENSION | FSP | RT_FTE | PRESTAMO | COOP. | EMBARGOS | | |
| GERENTE | 2.500.000 | 30 | 2.500.000 | | | 0 | 2.500.000 | 100.000 | 100.000 | 0 | 0 | | | | 200.000 | 2.300.000 |
| SUPERVISOR | 1.800.000 | 30 | 1.800.000 | | | 0 | 1.800.000 | 72.000 | 72.000 | 0 | | | | | 144.000 | 1.656.000 |
| CONTADOR | 1.800.000 | 30 | 1.800.000 | | | 0 | 1.800.000 | 72.000 | 72.000 | 0 | | | | | 144.000 | 1.656.000 |
| OPERARIO | 781.242 | 30 | 781.242 | | | 88.212 | 869.454 | 31.250 | 31.250 | 0 | | | | | 62.500 | 806.954 |
| OPERARIO | 781.242 | 30 | 781.242 | | | 88.212 | 869.454 | 31.250 | 31.250 | 0 | | | | | 62.500 | 806.954 |
| VENDEDOR | 781.242 | 30 | 781.242 | | | 88.212 | 869.454 | 31.250 | 31.250 | 0 | | | | | 62.500 | 806.954 |
| TOTAL ADMINISTRACION | | | 8.443.728 | 0 | 0 | 264.636 | 8.708.362 | 337.750 | 337.750 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 675.500 | 8.032.862 |

| APORTES SEGURIDAD SOCIAL | | |
|--------------------------|--------|-----------|
| 8.443.728 | | VALOR |
| SALUD | 8,5% | 717.717 |
| PENSION | 12% | 1.013.247 |
| RIESGOS PROFESIONALES | 0,522% | 44.078 |

| PROVISION PARA PRESTACIONES | | |
|-----------------------------|-------|---------|
| 8.708.362 | | VALOR |
| CESANTIAS | 8,33% | 725.407 |
| INT./CESANT | 1% | 87.084 |
| PRIMA | 8,33% | 725.407 |
| VACACIONES | 4,17% | 362.103 |

| APORTES PARAFISCALES | | |
|----------------------|----|---------|
| 8.443.728 | | VALOR |
| SENA | 2% | 168.875 |
| ICBF | 3% | 253.312 |
| CAJA COMPENSACION | 4% | 337.749 |

| | | |
|---------------------|--|-------------------|
| TOTAL NOMINA | | 13.133.339 |
|---------------------|--|-------------------|

4. DISPOSICIONES LEGALES

4.1 Certificados

Certificado de cumplimientos y buenas prácticas de Manufactura: Este certificado garantiza el debido proceso, expedido por el INVIMA, entidad que periódicamente hará visitas aun después de otorgado el certificado

Registro sanitario Es obligatorio tener un registro sanitario expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

Certificado de libre venta de productos: Es necesario solicitarlo ante la entidad sanitaria para su venta

4.2 Registros sanitarios

Las regulaciones sanitarias que exige la ley para la elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas son las siguientes:

Ley 09 de 1979, 100 de 1993 y 170 de 1994 decreto 1686 de 2012 establecen los reglamentos técnico para la fabricación, elaboración envase comercio y expendio de bebidas alcohólicas.

El ministerio de salud y protección social se encarga de que se cumplan las normas en todo lo relacionado a materias primas y procesos de fermentación, Con respecto a las instalaciones estas deben contar con pisos no absorbente antideslizantes y con una inclinación que permita el drenaje, las paredes sin grietas y humedad con superficies fáciles de limpiar los techo y ventanas con materiales que eviten la acumulación de polvo y moho estas a su vez deben tener ventilación natural ya que es un producto para el consumo humano, En cuanto las personas que manipulen las bebidas deben contar con un vestuario adecuado y ser capacitados en temas como prácticas higiénicas para garantizar que la bebida sea apta para el consumo.

Ley 124 de 1994 establece el debido proceso en cuanto al expendido de bebidas embriagantes a menores de edad.

El Decreto 1686 del 9 de agosto de 2012 establece nuevos requisitos que deberán cumplir los interesados en fabricar, elaborar y envasar bebidas alcohólicas, para la obtención del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), el cual será entregado por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos- INVIMA. Entre éstos se encuentran las características y condiciones que deberán tener las edificaciones e instalaciones de las fábricas, en cuanto a locación, diseño y construcción, abastecimientos de agua, disposiciones de residuos líquidos y sólidos, y de instalaciones sanitarias.

También establece los requisitos de equipos y utensilios, así como las condiciones de salud, educación, higiene y medidas de protección personal que deben cumplir las personas que allí laboren. Una vez los establecimientos reúnan los requisitos, podrán solicitar al INVIMA el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, para lo cual el Instituto realizará la visita de verificación al establecimiento y si se cumplen las condiciones, se otorgará el diploma por un periodo de cuatro años renovables.

La NORMA establece un plazo de dos años a los establecimientos que fabriquen, hidraten, elaboren y envasen las bebidas alcohólicas, para que obtengan el certificado de BPM. Vencido este plazo, quienes adelanten dichas actividades sin contar con la certificación, serán sancionados.

4.3. Norma concertada

La consulta pública nacional e internacional de la norma estuvo centrada en un compromiso de protección de la salud y del mejoramiento de la calidad de este renglón de la economía. Por eso, las disposiciones tomadas están orientadas a proteger la vida y la salud humana y adoptar medidas relacionadas con la prevención de prácticas que puedan inducir a error o engaño al consumidor.

Así mismo, la actualización de la norma le permitirá a la industria nacional acceder a nuevos mercados internacionales con productos de excelente calidad, teniendo en cuenta que las bebidas alcohólicas fabricadas en el país se certificarán en buenas prácticas de manufactura.

4.4 Sobre publicidad

Se establecieron los requisitos para la publicidad de las bebidas alcohólicas, la cual debe estar orientada a la protección de la vida, la salud y la seguridad humana. Las leyendas establecidas en cuanto a la prohibición del “expendio de bebidas embriagantes a menores de

edad” y “el exceso de alcohol es perjudicial para la salud”, deben ser ubicadas en el material publicitario de forma horizontal y que pueda ser leída de igual manera.

Estas recomendaciones deben ser claras y comprensibles y el audio emitido a la misma velocidad que el resto de la pieza publicitaria, según corresponda. Se prohíbe el empleo de frases, palabras, signos o emblemas que puedan producir confusión o engaño en el consumidor sobre la naturaleza y calidad del producto, así como el uso de calificativos que sugieran calidades o propiedades que no posea la bebida alcohólica, Tampoco se permite hacer alusión a propiedades medicinales, preventivas, curativas, nutritivas, terapéuticas o productoras de bienestar y salud.

En las piezas publicitarias no se deberán incorporar imágenes de personas que sean o parezcan ser menores de edad, mujeres en embarazo, ni se deberá sugerir que el consumo de bebidas alcohólicas es esencial para obtener éxito empresarial, académico, deportivo o social. Este capítulo de la publicidad está acorde con lo establecido en la Ley Anti trámites, para proteger a los menores de edad, prevenir el daño a la salud por el exceso consumo de este tipo de bebidas y evitar engaño al consumidor.

4.5 Otras disposiciones

El decreto también establece las definiciones para cada una de las bebidas alcohólicas, las prácticas permitidas y aquellas prohibidas para la elaboración de estos productos, tendientes a proteger la salud del consumidor y evitar el error o engaño. De igual forma, se define el Sistema de Aseguramiento y Control de Calidad, una acción esencialmente preventiva que define normas para el registro de la información, la trazabilidad, el manejo de materias primas y de idoneidad del talento humano, También establece reglas sobre rotulado y etiquetado

permanente de las bebidas alcohólicas nacionales e importadas, los requisitos para solicitar el registro sanitario y para el almacenamiento, distribución, transporte y comercialización.

Finalmente se indica que el reglamento que se establece en el Decreto 1686 de agosto de 2012, empezará a regir a los doce meses de su publicación.

4.6 Plan de ordenamiento territorial

Ley 388 de 1997 reglamenta los aspectos a tener en cuenta al momento de poner en funcionamiento una planta de producción

4.7 Ubicación

Planteamos crear nuestra planta de producción en la Ciudad de Bogotá, en el sector industrial ubicada en la Localidad Puente Aranda, teniendo en cuenta que el sector ya se encuentra en la industria, además las vías de acceso para los trabajadores son asequibles. Planteamos tener nuestra primera sucursal destinada para la comercialización de nuestro producto en la ciudad de Bogotá, en el sector de las Aguas en la localidad de la candelaria teniendo en cuenta que es un sector comercial que cuenta con alta afluencia de personas.

4.8 Ministerio de industria y comercio:

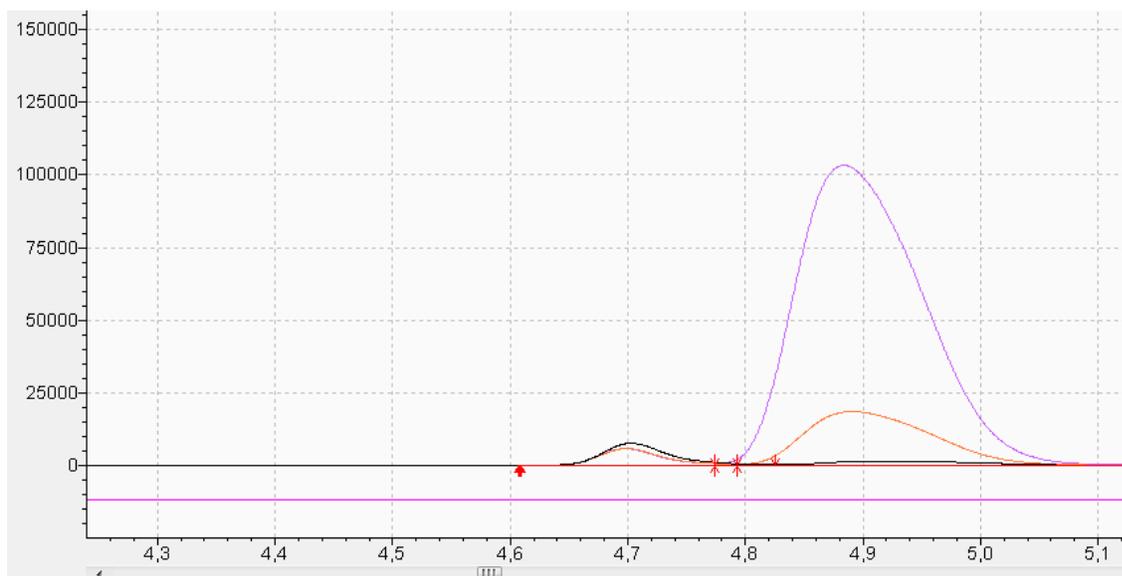
El tipo de empresa que constituiremos será una Sociedad por Acciones Simplificadas, la cual recibirá el nombre de B.A.C Bogotá Artesanal Company el Cual estará seguido de la abreviatura S.A.S. Constituyéndose bajo documento Privado, el cual debe ser autenticado y registrado en la Cámara de comercio mediante el registro Mercantil.

5. ESTUDIO TECNICO OPERATIVO

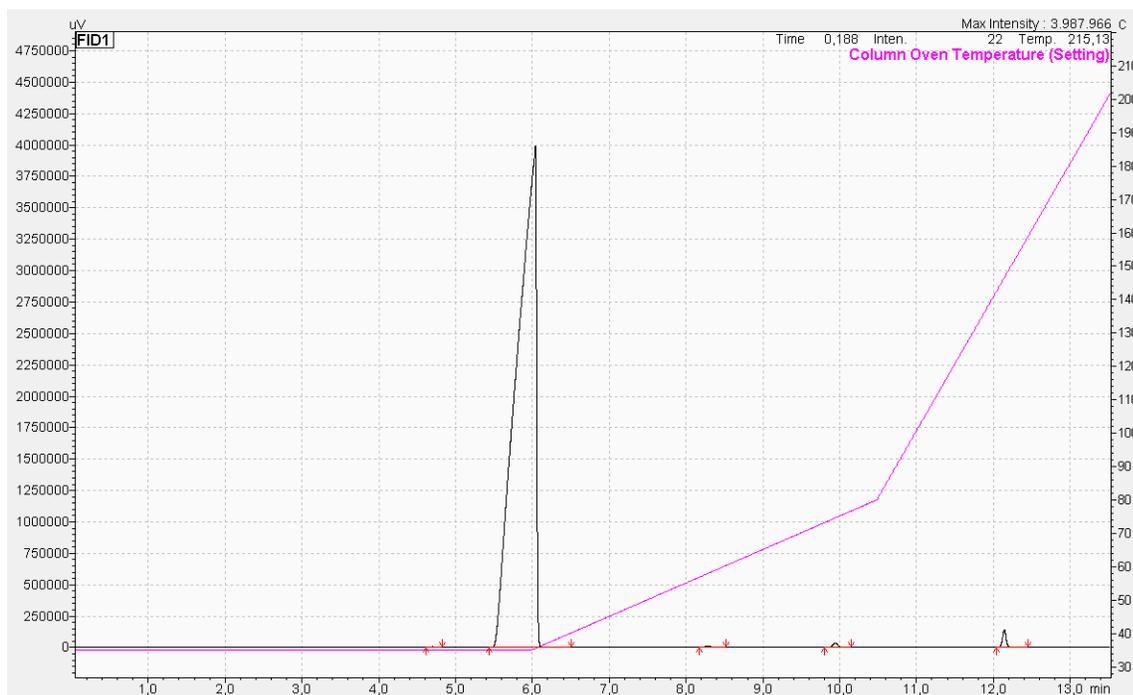
5.1 Ficha técnica

| FICHA TECNICA DEL PRODUCTO | |
|--|--|
| NOMBRE DEL PRODUCTO | |
| AGUARDIENTE ARTESANAL DE UCHUVA | |
| COMPOSICION DEL PRODUCTO | |
| COMPONENTES | |
| Uchuva | 2 LB |
| Azúcar | 350 gr |
| Levadura de Cerveza | 1/2 gr |
| Agua | 1 l |
|  | PRESENTACIONES COMERCIALES |
| | Botella de Vidrio Transparente de 375 ml |
| | TIPO DE ENVASE |
| | Botella de Vidrio |
| | MATERIAL DE ENVASE |
| | Vidrio Transparente |
| | GRADOS DE ALCOHOL |
| | 29% vol |
| | USOS Y APLICACIONES |
| | Bebida Alcohólica |
| CONDICIONES DE CONSERVACION | |
| Manténgase a temperatura de 17 Grados Centígrados | |
| Evitar la luz | |
| Empaque Frágil | |
| El exceso de alcohol es perjudicial para la salud | |

5.2 Cromatograma



El pico que se encuentra entre 4.8 y 5.1 minutos es del metanol, la línea negra es la muestra original, la naranja se agregó 40 mg de metanol en 800 mg de la muestra original y la línea rozada se agregó 100 mg de metanol en 800 mg de la muestra original, como se puede observar en la muestra original no se distingue alguna traza de metanol.



El pico de mayor tamaño es el etanol y se alcanza a observar otros picos pequeños que se pueden deber a las esencias o algún otro compuesto remanente de la fermentación, el área del etanol es del 99% mientras que de los otros picos es del 1% estas áreas son proporcionales a la composición másica, en esta cromatografía no se evidencia el agua por el tipo de detector

5.3. Procesos y procedimientos

| | |
|-----------------|--|
| Entradas | Compra de materia prima (Uchuva) |
| | Insumos (Azucar y Levadura) |
| | Las necesidades de mi cliente son probar un aguardiente diferente. |

| | |
|--------------------------|--|
| Procesos de Apoyo | Para llevar a cabo nuestra producción de aguardiente artesanal contamos con un operario , un ingeniero químico y el apoyo del área contable, junto con ellos un vendedor quien está desempeñando sus labores en la casa del aguardiente. |
|--------------------------|--|

| | |
|-------------------------|--|
| Proceso Misional | Nuestra empresa está dedicada a la destilación de Uchuva para obtener aguardiente artesanal. |
|-------------------------|--|

| | |
|----------------|--|
| Salidas | Entregar a mi cliente una bebida de calidad con un sabor diferente a la tradicional que se encuentra en el mercado actual. |
|----------------|--|

5.4 Tabla N° 4 Infraestructura

| | Descripción | Unidades | Valor Unitario | Valor Total |
|---|--------------------------------|----------|----------------|--------------|
| Infraestructura | Local | 1 | \$ 1,400,000 | \$ 1,400,000 |
| | Bodega | 1 | \$ 3,800,000 | \$ 3,800,000 |
| | TOTAL | | | \$ 5,200,000 |
| Equipo de Cómputo y Comunicación | Computador | 3 | \$ 1,100,000 | \$ 3,300,000 |
| | Impresora | 1 | \$ 1,500,000 | \$ 1,500,000 |
| | Teléfonos | 2 | \$ 50,000 | \$ 100,000 |
| | Software Contable | 1 | \$ 1,200,000 | \$ 1,200,000 |
| | Sistema de Seguridad 3 cámaras | 3 | \$ 800,000 | \$ 800,000 |
| | TOTAL | | | \$ 6,900,000 |

| | | | | |
|---|---------------------------------------|----------|---------------|---------------|
| Seguros | Seguro todo riesgo | 1 | \$ 2,000,000 | \$ 2,000,000 |
| | TOTAL | | | \$ 2,000,000 |
| Muebles y Enseres | Silla Office Chair | 3 | \$ 90,000 | \$ 270,000 |
| | Locker | 1 | \$ 200,000 | \$ 200,000 |
| | Tablero pequeño | 1 | \$ 75,000 | \$ 75,000 |
| | Escritorios | 3 | \$ 150,000 | \$ 450,000 |
| | Archivador | 1 | \$ 200,000 | \$ 200,000 |
| | Cafetera | 1 | \$ 80,000 | \$ 80,000 |
| | Horno Microondas | 1 | \$ 190,000 | \$ 190,000 |
| | Mueble de Cocina | 1 | \$ 200,000 | \$ 200,000 |
| Muebles Y Enseres Casa del Aguardiente | Sofás, Mesas y Puff Para Bar | 10 | \$ 300,000 | \$ 3,000,000 |
| | Sillas para barra | 5 | \$ 120,000 | \$ 600,000 |
| | Barra para Bar | 1 | \$ 200,000 | \$ 200,000 |
| | TOTAL | | | \$ 5,465,000 |
| Maquinaria y Equipo | Embotelladora | 1 | \$ 5,000,000 | \$ 5,000,000 |
| | Destiladora | 1 | \$ 1,300,000 | \$ 1,300,000 |
| | Alcoholímetro | 1 | \$ 64,000 | \$ 64,000 |
| | Ollas de Barro | 3 | \$ 25,000 | \$ 75,000 |
| | Mesa en Acero | 1 | \$ 300,000 | \$ 300,000 |
| | Recipiente de Acero inoxidable | 2 | \$ 100,000 | \$ 200,000 |
| | TOTAL | | | \$ 6,939,000 |
| Gastos de Papelería y otros | Papelería y Otros | 1 | \$ 200,000 | \$ 200,000 |
| | TOTAL | | | \$ 200,000 |
| Adecuaciones y Ambientación Local | Ambientación y reparaciones locativas | 1 | \$ 2,000,000 | \$ 2,000,000 |
| | TOTAL | | | \$ 2,000,000 |
| Equipo de Transporte | Renault Kangoo 2010 | 1 | \$ 22,000,000 | \$ 22,000,000 |
| | TOTAL | | | \$ 22,000,000 |
| | TOTAL | | | \$ 50,704,000 |
| costos materia prima e insumos | Azúcar | 1 | \$ 8,000 | \$ 16,000 |
| | Levadura | 1 | \$ 15,400 | \$ 15,400 |
| | Uchuva | 2 Libras | \$ 1,500 | \$ 3,000 |
| | Agua | 100 ML | \$ 1,500 | \$ 1,500 |
| | Botella de Vidrio | 1 | \$ 15,000 | \$ 15,000 |
| | Personal de Producción | 2 | \$ 806,954 | \$ 1,613,908 |
| | Personal de Producción | 1 | \$ 1,656,000 | \$ 1,656,000 |
| | Servicios Públicos | 3 | \$ 2,000,000 | \$ 2,000,000 |
| TOTAL | | | | \$ 5,320,808 |

5.5 Tabla N° 5 proyeccion de ventas

Para la elaboracion del plan de compras es necesario tener la proyeccion de ventas

| CALCULO COMPRAS | |
|---------------------------|-------------------|
| Mat Prima / Invent | Vr Mes |
| Uchuva | 2.000.000 |
| Azucar | 12.800.000 |
| Agua | 1.200.000 |
| Botellas | 12.000.000 |
| Total Egreso Mat P | 28.000.000 |

| PROYECCION DE VENTAS | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------|-------------|
| PRODUCTO | VALOR APROX | PRECIO AL PUBLICO | PRECIO MAYORISTAS | BOTELLAS AL PUBLICO | VALOR VENTAS | BOTELLAS MAYORISTAS | VALOR VENTAS | VENTA MENSUAL | VENTA ANUAL |
| Aguardiente de Uchuva x 375 mls | \$ 55.000 a \$ 60.000 | \$55,000 | \$52,000 | 590 | 32.450.000 | 547 | 28.444.000 | 60.894.000 | 610.800.000 |

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Tabla N° 6 Proyeccion

| DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| De Operación | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | TOTAL |
| Edificios | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Maquinaria y Equipos | 1.387.800 | 1.387.800 | 1.387.800 | 1.387.800 | 1.387.800 | 6.939.000 |
| Vehículos | 4.400.000 | 4.400.000 | 4.400.000 | 4.400.000 | 4.400.000 | 22.000.000 |
| Total Depreciación Operación | 5.787.800 | 5.787.800 | 5.787.800 | 5.787.800 | 5.787.800 | 28.939.000 |
| De Administración | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | TOTAL |
| Equipos Computo y comunic | 1.380.000 | 1.380.000 | 1.380.000 | 1.380.000 | 1.380.000 | 6.900.000 |
| Muebles y Enseres | 546.500 | 546.500 | 546.500 | 546.500 | 546.500 | 2.732.500 |
| Total Depreciación Admin | 1.926.500 | 1.926.500 | 1.926.500 | 1.926.500 | 1.926.500 | 9.632.500 |
| Total Gastos Depreciación | 7.714.300 | 7.714.300 | 7.714.300 | 7.714.300 | 7.714.300 | 38.571.500 |

| AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | TOTAL |
| Licencias, trámites legales | 2.288.101 | 2.288.101 | 2.288.101 | 2.288.101 | 2.288.101 | 11.440.506 |
| Otro | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Seguros (A un año) | 2.000.000 | 0 | | | | 2.000.000 |
| Total Amortización diferidos | 4.288.101 | 2.288.101 | 2.288.101 | 2.288.101 | 2.288.101 | 13.440.506 |

| COMPRA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS | | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| | ANO 1 | ANO 2 | ANO 3 | ANO 4 | ANO 5 | TOTAL |
| Uchuva | 24.000.000 | 24.840.000 | 25.709.400 | 26.609.229 | 27.540.552 | 128.699.181 |
| Panela | 153.600.000 | 158.976.000 | 164.540.160 | 170.299.066 | 176.259.533 | 823.674.758 |
| Agua | 14.400.000 | 14.904.000 | 15.425.640 | 15.965.537 | 16.524.331 | 77.219.509 |
| Botellas | 144.000.000 | 149.040.000 | 154.256.400 | 159.655.374 | 165.243.312 | 772.195.086 |
| Mat P / Inventario 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mat P / Inventario 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Egreso Mat P / Inventario | 336.000.000 | 347.760.000 | 359.931.600 | 372.529.206 | 385.567.728 | 1.801.788.534 |

| PROYECCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | ANO 1 | ANO 2 | ANO 3 | ANO 4 | ANO 5 | TOTAL |
| Gastos de personal | 46.307.675 | 47.825.666 | 49.393.517 | 51.012.869 | 52.685.414 | 247.225.140 |
| Otros gastos de personal | 3.600.000 | 3.726.000 | 3.856.410 | 3.991.384 | 4.131.083 | 19.304.877 |
| Mantenimiento Equipos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mantenimiento Instalaciones | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servicios Públicos | 24.000.000 | 24.840.000 | 25.709.400 | 26.609.229 | 27.540.552 | 128.699.181 |
| Arriendos | 62.400.000 | 64.584.000 | 66.844.440 | 69.183.995 | 71.605.435 | 334.617.871 |
| Dotación | 3.600.000 | 3.726.000 | 3.856.410 | 3.991.384 | 4.131.083 | 19.304.877 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Depreciación Operativa | 5.787.800 | 5.787.800 | 5.787.800 | 5.787.800 | 5.787.800 | 28.939.000 |
| Total Costos | 145.695.475 | 150.489.466 | 155.447.977 | 160.576.662 | 165.881.367 | 778.090.946 |

| PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE PRODUCCIÓN | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| NÓMINA PARA EL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN | | | | | | |
| | ANO 1 | ANO 2 | ANO 3 | ANO 4 | ANO 5 | TOTAL |
| Sueldos Basicos | | | | | | |
| Empleado 1 | 30.000.000 | 30.990.000 | 32.012.670 | 33.069.088 | 34.160.368 | 160.232.126 |
| Empleado 2 | 21.600.000 | 22.312.800 | 23.049.122 | 23.809.743 | 24.595.465 | 115.367.131 |
| Empleado 3 | 9.374.904 | 9.684.276 | 10.003.857 | 10.333.984 | 10.675.006 | 50.072.027 |
| Empleado 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Empleado 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Sueldos | 60.974.904 | 62.987.076 | 65.065.649 | 67.212.816 | 69.430.839 | 325.671.284 |
| Prestaciones | | | | | | |
| Cesantía (mes) | 5.081.222 | 5.248.902 | 5.422.116 | 5.601.046 | 5.785.880 | 27.139.165 |
| Intereses de Cesantía (mes) | 50.812 | 52.489 | 54.221 | 56.010 | 57.859 | 271.392 |
| Vacaciones (mes) | 2.542.653 | 2.626.561 | 2.713.238 | 2.802.774 | 2.895.266 | 13.580.493 |
| Prima de Servicios (mes) | 5.081.222 | 5.248.902 | 5.422.116 | 5.601.046 | 5.785.880 | 27.139.165 |
| Total Prestaciones Sociales mes | 12.755.909 | 13.176.854 | 13.611.690 | 14.060.876 | 14.524.885 | 68.130.214 |
| Parafiscales y seguridad social | | | | | | |
| Aporte en Salud Eps (mes) | 5.182.867 | 5.353.901 | 5.530.580 | 5.713.089 | 5.901.621 | 27.682.059 |
| Aporte en Pensión (mes) | 7.316.988 | 7.558.449 | 7.807.878 | 8.065.538 | 8.331.701 | 39.080.554 |
| Arp (mes) | 487.799 | 503.897 | 520.525 | 537.703 | 555.447 | 2.605.370 |
| Caja Compensación Familiar | 2.396.655 | 2.476.168 | 2.557.881 | 2.642.292 | 2.729.487 | 12.802.483 |
| I.C.B.F. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| SENA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total aportes Patronales | 15.384.309 | 15.892.415 | 16.416.865 | 16.958.621 | 17.518.256 | 82.170.466 |
| Auxilio de transporte | | | | | | |
| Auxilio de transporte | 1.058.532 | \$ 1.082.878 | \$ 1.118.613 | \$ 1.155.527 | \$ 1.193.660 | 5.609.211 |
| TOTAL ADMINISTRACION | 89.115.122 | 92.056.345 | 95.094.204 | 98.232.313 | 101.473.979 | 475.971.964 |

| NÓMINA PARA EL PERSONAL DE PRODUCCION | | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| Sueldos Basicos | | | | | | |
| Empleado 1 | 21.600.000 | 22.312.800 | 23.049.122 | 23.809.743 | 24.595.465 | 115.367.131 |
| Empleado 2 | 9.374.904 | 9.684.276 | 10.003.857 | 10.333.984 | 10.675.006 | 50.072.027 |
| Empleado 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Empleado 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Empleado 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Sueldos | 30.974.904 | 31.997.076 | 33.052.979 | 34.143.728 | 35.270.471 | 165.439.157 |
| Prestaciones | | | | | | |
| Cesantía (mes) | 2.581.232 | 2.666.412 | 2.754.404 | 2.845.299 | 2.939.194 | 13.786.541 |
| Intereses de Cesantía (mes) | 25.812 | 26.664 | 27.544 | 28.453 | 29.392 | 137.865 |
| Vacaciones (mes) | 1.291.653 | 1.334.278 | 1.378.309 | 1.423.793 | 1.470.779 | 6.898.813 |
| Prima de Servicios (mes) | 2.581.232 | 2.666.412 | 2.754.404 | 2.845.299 | 2.939.194 | 13.786.541 |
| Total Prestaciones Sociales mes | 6.479.929 | 6.693.767 | 6.914.661 | 7.142.845 | 7.378.559 | 34.609.761 |
| Parafiscales y seguridad social | | | | | | |
| Aporte en Salud Eps (mes) | 2.632.867 | 2.719.751 | 2.809.503 | 2.902.217 | 2.997.990 | 14.062.328 |
| Aporte en Pensión (mes) | 3.716.988 | 3.839.649 | 3.966.358 | 4.097.247 | 4.232.456 | 19.852.699 |
| Arp (mes) | 247.799 | 255.977 | 264.424 | 273.150 | 282.164 | 1.323.513 |
| Caja Compensación Familiar | 1.196.655 | 1.236.568 | 1.277.808 | 1.320.419 | 1.364.446 | 6.395.895 |
| I.C.B.F. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| SENA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total aportes Patronales | 7.794.309 | 8.051.945 | 8.318.092 | 8.593.033 | 8.877.056 | 41.634.435 |
| Auxilio de transporte | | | | | | |
| Auxilio de transporte | 1.058.532 | 1.082.878 | 1.107.784 | 1.133.263 | 1.159.329 | 5.541.787 |
| TOTAL OPERACIÓN | 46.307.675 | 47.825.666 | 49.393.517 | 51.012.869 | 52.685.414 | 247.225.140 |
| TOTAL NOMINA | 135.422.797 | 139.882.011 | 144.487.722 | 149.245.182 | 154.159.393 | 723.197.105 |

| PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS | | | | | | |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| Gastos de personal | 89.115.122 | 92.056.345 | 95.094.204 | 98.232.313 | 101.473.979 | 475.971.964 |
| Otros gastos de personal (externos) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Honorarios Contador | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servicios Publicos | 24.000.000 | 24.792.000 | 25.610.136 | 26.455.270 | 27.328.294 | 128.185.701 |
| Gastos papeleria y otros | 2.400.000 | 2.479.200 | 2.561.014 | 2.645.527 | 2.732.829 | 12.818.570 |
| Publicidad | 18.000.000 | 18.594.000 | 19.207.602 | 19.841.453 | 20.496.221 | 96.139.276 |
| Arriendo Oficina | 62.400.000 | 64.459.200 | 66.586.354 | 68.783.703 | 71.053.565 | 333.282.822 |
| Diversos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Depreciaciones Administrativas | 1.926.500 | 1.926.500 | 1.926.500 | 1.926.500 | 1.926.500 | 9.632.500 |
| Total Gastos Admon | 197.841.622 | 204.307.245 | 210.985.810 | 217.884.767 | 225.011.390 | 1.056.030.833 |

| PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS OPERATIVOS | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| INGRESOS | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | TOTAL |
| Por Ventas | | | | | | |
| Aguaymanto precio publico | 389.400.000 | 401.082.000 | 413.114.460 | 425.507.894 | 438.273.131 | 2.067.377.484 |
| Aguaymanto precio Distribuidores | 341.328.000 | 351.567.840 | 362.114.875 | 372.978.321 | 384.167.671 | 1.812.156.708 |
| Producto 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Producto 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Producto 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Producto 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Ingresos de operación | \$ 730.728.000 | \$ 752.649.840 | \$ 775.229.335 | \$ 798.486.215 | \$ 822.440.802 | \$ 3.879.534.192 |

6.2 Tabla N° 7 Analisis de proyeccion

| ANALISIS DE PROYECCION | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| EMPRESA S.A.S. | | | | | | |
| COMPORTAMIENTO DE CARTERA | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | HORIZONTE DEL PROYECTO | | | | | TOTAL |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | |
| Ventas | 730.728.000 | 752.649.840 | 775.229.335 | 798.486.215 | 822.440.802 | 3.879.534.192 |
| Menos: Saldo Final (*) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ingreso por ventas | 730.728.000 | 752.649.840 | 775.229.335 | 798.486.215 | 822.440.802 | 3879534192 |

| EMPRESA S.A.S. | | | | | | |
|---|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INGRESOS DE EFECTIVO | | | | | | |
| Ingreso por ventas | | 657.655.200 | 677.384.856 | 697.706.402 | 718.637.594 | 740.196.722 |
| EGRESOS DE EFECTIVO | | | | | | |
| Compras Mp / Inventarios | | 282.240.000 | 292.118.400 | 302.342.544 | 312.924.533 | 323.876.892 |
| Nómina Operativa | | 46.307.675 | 47.825.666 | 49.393.517 | 51.012.869 | 52.685.414 |
| Costos Indirectos de Fabricación | | 90.000.000 | 93.150.000 | 96.410.250 | 99.784.609 | 103.277.070 |
| Gastos Admon y Ventas | | 197.841.622 | 204.307.245 | 210.985.810 | 217.884.767 | 225.011.390 |
| Pago de Impuesto de Renta | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pago de Dividendos | | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pago de deuda | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total egresos de Efectivo | | 616.389.297 | 637.401.311 | 659.132.121 | 681.606.777 | 704.850.765 |
| Flujo Neto de efectivo Operativo | | 41.265.903 | 39.983.545 | 38.574.281 | 37.030.817 | 35.345.956 |
| Inversiones | -100.000.000 | | | | | |
| Flujo Neto Total | -100.000.000 | 41.265.903 | 39.983.545 | 38.574.281 | 37.030.817 | 35.345.956 |
| Mas: Saldo Inicial de Caja | | | 41.265.903 | 81.249.448 | 119.823.729 | 156.854.545 |
| Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit) | | 41.265.903 | 81.249.448 | 119.823.729 | 156.854.545 | 192.200.502 |
| Flujo neto Acumulado | -100.000.000 | -11.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 445.550 | 12 |

Tiempo en que se recupera la inversión

1,3 Años

| | |
|-----------------------------------|---------------|
| TIO (Tasa Interna de oportunidad) | 25% |
| Tasa Interna de Retorno (TIR) | 27,5% |
| Valor Presente Neto (VPN) | 5.102.208 |
| Valor Presente Neto (Ingresos) | 2.317.222.207 |
| Valor Presente Neto (Egresos) | 2.185.844.447 |
| Relacion Beneficio Costo | 1,06 |

| Análisis de sensibilidad | | | | | | |
|--------------------------|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| EMPRESA S.A.S. | | | | | | |
| ANÁLISIS PROBABLE | | | | | | |
| Análisis Actual | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ingresos de Efectivo | | 657.655.200 | 677.384.856 | 697.706.402 | 718.637.594 | 740.196.722 |

| | | | | | | |
|----------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Egresos de Efectivo | | 616.389.297 | 637.401.311 | 659.132.121 | 681.606.777 | 704.850.765 |
| Flujo Neto de efectivo operativo | | 41.265.903 | 39.983.545 | 38.574.281 | 37.030.817 | 35.345.956 |
| Inversiones | -100.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Flujo Neto Total | -100.000.000 | 41.265.903 | 39.983.545 | 38.574.281 | 37.030.817 | 35.345.956 |

| EMPRESA S.A.S. | | | | | | |
|----------------------------------|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| ANÁLISIS PESIMISTA | | | | | | |
| 95% | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ingresos de Efectivo | | 624.772.440 | 643.515.613 | 662.821.082 | 682.705.714 | 703.186.885 |
| Egresos de Efectivo | | 616.389.297 | 637.401.311 | 659.132.121 | 681.606.777 | 704.850.765 |
| Flujo Neto de efectivo operativo | | 8.383.143 | 6.114.302 | 3.688.961 | 1.098.937 | -1.663.880 |
| Inversiones | -100.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Flujo Neto Total | -100.000.000 | 8.383.143 | 6.114.302 | 3.688.961 | 1.098.937 | -1.663.880 |

| EMPRESA S.A.S. | | | | | | |
|----------------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ANÁLISIS OPTIMISTA | | | | | | |
| 105% | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ingresos de Efectivo | | 690.537.960 | 711.254.099 | 732.591.722 | 754.569.473 | 777.206.558 |
| Egresos de Efectivo | | 616.389.297 | 637.401.311 | 659.132.121 | 681.606.777 | 704.850.765 |
| Flujo Neto de efectivo operativo | | 74.148.663 | 73.852.788 | 73.459.601 | 72.962.696 | 72.355.792 |
| Inversiones | -100.000.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Flujo Neto Total | -100.000.000 | 74.148.663 | 73.852.788 | 73.459.601 | 72.962.696 | 72.355.792 |

| | Actual | Pesimista | Optimista |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Tasa Interna de retorno (TIR) | 28% | #¡NUM! | 68% |
| Valor Presente Neto (VPN) | 5.102.208 | -87.586.680 | 97.791.097 |
| Valor Presente Neto (Ingresos) | 1.853.777.766 | 1.761.088.877 | 1.946.466.654 |
| Valor Presente Neto (Egresos) | 1.748.675.557 | 1.748.675.557 | 1.748.675.557 |
| Relación Beneficio - Costo | 1,1 | 1,0 | 1,1 |

7. PLAN DE MARKETING

7.1 Estrategia de Distribución

Principalmente Se contara con la casa del aguardiente ubicada en calle 12B N° 5 - 80 en el barrio de la candelaria el cual consiste en un lugar exclusivo y con diferentes ambientes para que nuestros clientes puedan consumir y disfrutar de la bebida.

Adicional a ello se realizaran alianzas con supermercados, bares y licoreras para la venta del producto, también se realizará una página web donde podrán conocer la marca y se realizara la venta de nuestro producto.

7.2 Estrategia de publicidad

Las estrategias que utilizaremos para impulsar nuestro producto consiste en la implementación y uso de:

- Redes sociales como Facebook, Instagram y video marketing (You Tube)
- pagine web para dar a conocer nuestro producto y realizar ventas
- Promotores de venta y marca, se contratara 4 personas un vez al mes para promocional la marca en diferentes sectores en la ciudad de Bogotá
- Publicidad voz a voz
- Volanteo

7.3 Matriz de Costos

| Descripción | Valor mes |
|-----------------------------|------------|
| Redes Sociales | 0 |
| Página web | 0 |
| Promotores de venta y marca | \$ 100.000 |
| Publicidad voz a voz | 0 |
| Volanteo | \$ 100.000 |

7.4 Slogan: Pasión por lo que hacemos

7.5 Logotipo:



7.6 Presentación del Producto

AGUAYMANTO es un licor que reúne las mejores características de los aguardientes, aroma frutal y exquisito sabor suave a uchuva, producido con dedicación y con los más altos estándares de calidad; envasado en una botella elegante y estilizada que lo hace una bebida distinguida y sobresaliente. Es el licor perfecto para momentos especiales y para quienes desean disfrutar de una bebida refinada con una presentación exclusiva.



8. RESPONSABILIDAD SOCIAL:

B.A.C Bogotá Artesanal Company SAS, en su política de contratación estará regida por ley del primer empleo y él apoyó a Madres y Padres Cabeza de Familia teniendo en cuenta esto estará comprometida con el logro de los sueños de sus empleados y sus familias ofreciendo espacios y beneficios para su crecimiento a Nivel profesional.

9. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

B.A.C Bogotá Artesanal Company SAS, en su política de Responsabilidad ambiental implementa un proyecto llamado “Cero Hojas” el cual consiste en manejar todos los temas de Documentación y facturación en medios magnéticos, así mismo las etiquetas utilizadas para nuestro producto serán Biodegradables.

10. CONCLUSIONES

El plan financiero elaborado para B.A.C Bogotá Artesanal Company SAS se realizó con base a toda la investigación tanto de campo como teórica sobre el tema y el sector, por lo que se propuso la implementación de estrategias enfocadas en el uso de la tecnología como es el avance en las redes sociales, directorios virtuales, etc. Además se propuso el uso de valores agregados como ambientación, promociones, días temáticos, entre otras actividades utilizadas por empresas ya posicionadas.

Por medio de la investigación se concluyó que la población del sector de la Candelaria tiene mayor tendencia a consumir productos que sean de origen natural, y que estos sean diferentes, en el estudio de mercado logramos identificar las necesidades que esta población tiene a la hora de consumir bebidas alcohólicas buscan aquellos bebidas que sean diferentes y que tengan una fuente natural para su consumo.

Es por ello que Aguaymanto busca suplir estas necesidades de consumo y así poder tener un alto posicionamiento en el mercado.

Se analiza también que gracias a los comportamientos sociales de la población y su expectativa diaria de querer conocer, probar y obtener nuevas experiencias a la hora de darle a conocer un nuevo saber a su paladar.

Con base a la investigación realizada en este proyecto, se puede concluir que B.A.C Bogotá Artesanal Company SAS a pesar de ser una microempresa, nueva y de bajo presupuesto, posee buenas oportunidades de desarrollo y crecimiento en este sector del mercado.

11. BIBLIOGRAFIA

Manejo del cultivo de uchuva en Colombia – Conecta rural Org. Recuperado de:

<https://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/Manejo%20del%20cultivo%20de%20la%20uchuva.pdf>

Que es la destilación TP- Laboratorio Químico. Recuperado de:

<https://www.tplaboratorioquimico.com/laboratorio-quimico/procedimientos-basicos-de-laboratorio/que-es-la-destilacion.html>

Destilación Procesos Industriales. Recuperado de:

<http://proindustriales.blogspot.com/2013/05/destilacion-la-destilacion-es-un.html>

Estrategias para el Aguardiente publicado en “Revista Dinero” Recuperado de

<https://www.dinero.com/negocios/articulo/estrategias-para-aguardiente/87110>

INVIMA. Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. Recuperado de:

<https://www.invima.gov.co/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia Recuperado de:

<http://www.mincit.gov.co/>

Decreto 1686- Invima. Recuperado de:

<https://www.invima.gov.co/decretos-alimentos/decreto-no-1686-9-ago-de-2012-pdf/download.html>

Ley 100 de 1993. Recuperado de:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0100_1993.html

Ley 09 de 1979 Código sanitario Nacional. Recuperado de:

https://www.disanejercito.mil.co/direccion_sanidad_ejercito_nacional/institucional/prensa_comunicaciones/parametrizacion/2129398

Ley 170 de 1994. Recuperado de:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0170_1994.html