



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

VITAL LIFE S.A.S

TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3

Laura Andrea Santana Sáenz

Carlos Gabriel Garcés Caballero

Dayan Alejandra García Solano

Jessica Catherine Bohórquez Díaz

Mayo 24 de 2017

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Negocios Internacionales

Opción de grado 3 - Grupo 10116

TABLA DE CONTENIDO

1	JUSTIFICACIÓN	4
1.1	Objetivo General:	5
1.2	Objetivos Específicos	5
2	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	6
2.1	Definición De La Estructura Organizacional	6
2.2	Tamaño de La Empresa	15
2.3	Normatividad	16
2.4	Costos Administrativos	16
2.4.1	Gastos De Personal	16
2.4.2	Gastos De Puesta En Marcha	17
3	ESTUDIO DE MERCADO	17
3.1	Objetivos del mercado.	17
3.2	Segmentación	18
3.3	Pentágono	19
3.4	Metodología de estudio e investigación de mercados.	22
3.4.1	Encuesta aplicada	22
3.4.2	Tabulación y graficas	25
3.5	Plan de Marketing:	32
3.6	MARCA, LOGO Y SLOGAN	33
3.7	CAMPAÑA PUBLICITARIA:	34
3.8	VENTAJA COMPARATIVA	35
3.9	Ventaja competitiva	36
3.10	Nuestra competencia:	37
3.11	Estrategia de promoción.	38
3.12	Estrategias de distribución	38
3.13	Logística en la distribución	39
3.14	Promoción de venta.	39
3.15	Políticas de cartera.	40
4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	41

4.1	Objetivo del Estudio Legal	41
4.2	MARCO LEGAL	41
4.3	DEFINICION DE LA EMPRESA	44
4.3.1	CLASIFICACION DE LAS MYPIMES	45
4.3.2	CLASIFICACION INTERNACIONAL DE ACTIVIDADES ECONOMICAS (CIU)	46
4.3.3	CLASIFICACION DE LAS SOCIEDADES	46
4.4	CONSTITUCION LEGAL	50
4.4.1	Registro Único Tributario (RUT)	50
4.4.2	Requisitos del registro mercantil:	51
4.4.3	Resolución de facturación DIAN:	51
4.4.4	Obligaciones de registro:	52
4.4.5	Revisión técnica de seguridad (bomberos):	54
4.4.6	Normas sanitarias y de salud (secretaria de salud):	57
4.4.7	Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA):	59
4.4.8	Impacto ambiental (secretaria de ambiente):	61
4.4.9	Uso del Suelo:	62
5	ESTUDIO TECNICO	64
5.1	Objetivos del Estudio Técnico	64
5.2	Ficha técnica del Producto (B/S)	65
5.3	Descripción del Proceso	66
5.4	Requerimientos y Necesidades:	72
5.4.1	Infraestructura	72
5.4.2	Maquinaria y equipo	72
5.4.3	Muebles y enseres	73
5.4.4	Herramientas	73
5.4.5	Materias primas e insumos	74
5.4.6	Tecnología	77
5.5	Plan de Producción	78
5.5.1	Plan de compras	78
5.5.2	Costos de Producción	83
6	ESTUDIO FINANCIERO	87
6.1	Ingresos	87
6.2	Egresos	88
6.3	Flujo de Caja	89

6.4	Capital de Trabajo	90
6.5	Fuentes de Financiación	91
6.6	Monto del Préstamo	91
6.6.1	El Plazo	92
6.6.2	La Amortización	92
6.6.3	El Interés	92
6.7	Balance General	93
6.8	Estado de Pérdidas y Ganancias	94
6.9	Valor Presente Neto (VPN)	94
6.10	Tasa Interna de Retorno	94
7	ANÁLISIS DE IMPACTOS	95
7.1	Impacto Ambiental	95
7.2	Impacto Social	95
7.3	Impacto Económico	95
8	CONCLUSIÓN	97

INTRODUCCIÓN

En este proyecto se muestra el ingenio y la determinación, que al observar la economía colombiana de los diferentes años se pudo determinar que Colombia tiene unos buenos indicadores y apoyo a los pequeños emprendedores con idea de negocio, buscando una gran participación en el mercado nacional y con el tiempo mejorar su calidad de empresa de esta manera poder competir en el mercado.

Después de revisar las diferentes variables podemos denominar que el proyecto de emprendimiento denominado VITAL LIFE que realizara producción y comercialización de repostería saludable en la ciudad de Bogotá, busca contribuir en gran medida al crecimiento económico del país, en el sector de pastelería especializada en temas

saludables, es una industria que tiene poco tiempo en la incursión del país y que ha venido presentando en los últimos años, lo que realmente nos da una opción de industria nueva que está dispuesta a quedarse. La idea de negocio nos enfoca en un concepto innovador del producto con gran cantidad de productos con un nivel de servicio excelente.

Lo propuesto es crear una empresa de productos de repostería que brinde una experiencia de sabor y presentación para nuestros consumidores, que promete un futuro rentable y lograr la mejor experiencia como emprendedores en Colombia.

1 JUSTIFICACIÓN

VITAL LIFE es una idea de negocio, la cual va encaminada a lograr satisfacer las diversas necesidades de los consumidores que sufren de alguna patología del siglo XXI, se pretende elaborar y comercializar productos innovadores y deliciosos que ayuden a las personas a llevar de una forma más práctica y fácil sus quebrantos de salud.

VITAL LIFE nace como ayuda para la salud de las personas, siendo un producto especial y de fácil adquisición puesto que el valor agregado será un producto más

económico, ya que hoy día los productos que ofrecen dicha idea son un tanto costosos y por tanto son de difícil consecución.

Se quiere mostrar que poder sobrellevar una enfermedad no solo es posible para las personas acomodadas, la idea nace para llegar a todos los sectores y contribuir como labor social.

Se espera que este proyecto se de ayuda para la sociedad.

1.1 Objetivo General:

Ser una organización reconocida por su excelencia en procesos y por supuesto en la calidad de los productos, los cuales gozan de buenos diseños y nuevas creaciones tanto en forma como en sabor, lo cual se espera que genere acogida masiva en la nación; lo que es vital para éxito de la compañía.

1.2 Objetivos Específicos

- Posicionar mes a mes nuestra compañía para así consolidarnos como una de las mejores cinco marcas líderes en el mercado nacional, mejorando y reestructurando cada una de las áreas de acuerdo a los resultados evaluativos de cada mes.
- Aumentar las ventas en 5% mensual atrayendo clientes potenciales y ser reconocidos.
- Perfeccionar los procesos de la compañía para lograr una mayor eficacia.
- Innovar con nuevos productos.
- Satisfacer a nuestros clientes.
- Afianzar relaciones con clientes potenciales.

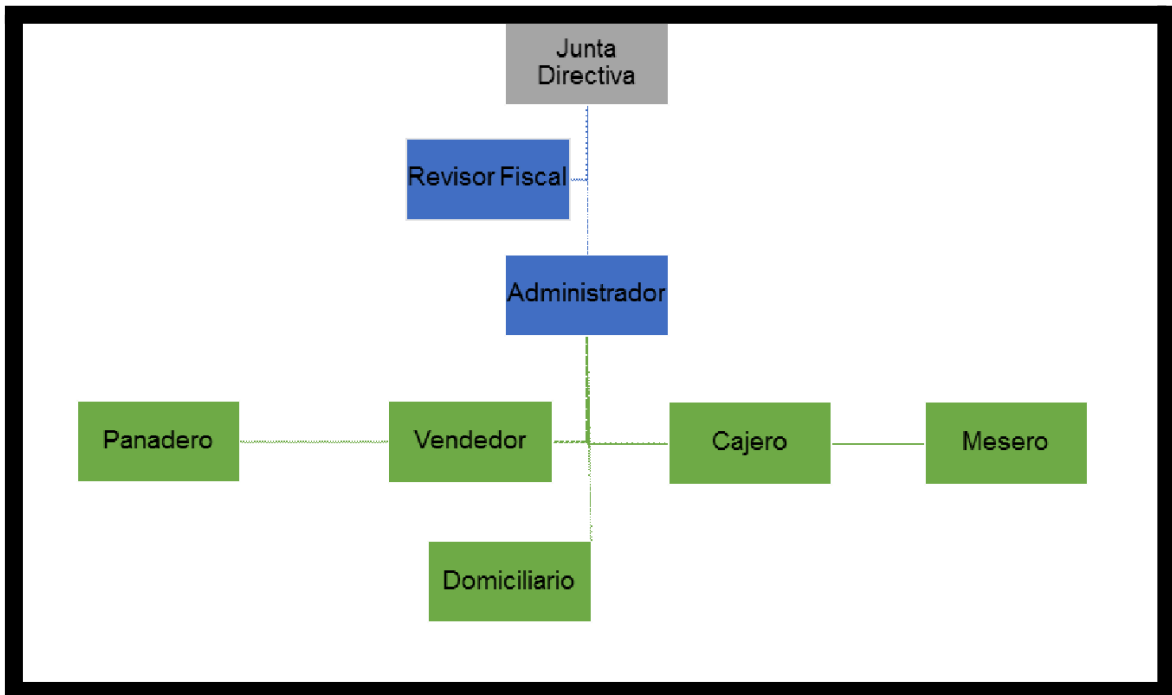
2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.1 Definición De La Estructura Organizacional

- a) **Misión:** Somos una empresa dedicada a la producción, comercialización y distribución de Productos de Repostería nos enfocamos en satisfacer y cumplir las necesidades y exigencias de nuestros clientes, brindando un

producto saludable, innovador y de excelente calidad, siendo reconocida por la excelente atención al cliente.

- b) **Visión:** Posicionarnos en (6) seis meses entre las cinco mejores empresas en la elaboración, distribución y venta de repostería para que en (1) año la empresa se encuentre bien posicionada y genere recordación de marca para crear una relación a largo plazo con nuestros clientes y así convertirnos en la opción número uno en las universidades, casas de eventos y en nuestro propio local para en el 2.017 ser la empresa líder en Colombia optimizando continuamente nuestros procesos, renovando los productos y la imagen.
- c) **Organigrama:** La estructura de la empresa Vital Life S.A.S. se diseñó teniendo en cuenta que se trata de una compañía productora y comercializadora de repostería saludable, con un punto de venta fijo; se establece como una sociedad por acciones simplificadas y su organigrama es de jerarquización vertical.



Funciones

Junta Directiva: Conformada por los socios de la empresa y su función es la de orientar las políticas específicas del negocio, además de evaluar y controlar el cumplimiento de los objetivos y programas de acción diseñados por ellos.

Administrador: es el responsable legal de la empresa y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de ésta. La duración del cargo es indefinida con opción de ser removido en cualquier momento por la junta directiva.

- Planificar las estrategias pertinentes para el adecuado funcionamiento de la empresa.
- Garantizar el cumplimiento de las obligaciones adquiridas por la empresa.

Revisor Fiscal: No es un empleado de la empresa. Colabora con la junta directiva de socios en la parte contable de la empresa, sus funciones principales son:

- Realizar los análisis financieros.
- Verificar la legalidad de las operaciones contables
- Realizar y certificar los estados financieros
- Elaborar las declaraciones de ventas, IVA y retenciones y en general los documentos contables exigidos por administración de impuestos.

Vendedores: La empresa tendrá un vendedor externo y entre sus funciones está en encaminar a dar a conocer el producto y sus funciones son:

- Planear la exhibición del producto en los diferentes almacenes de cadena
- Realizar las funciones de promoción y ventas
- Identificar y clasificar los posibles clientes
- Cumplir con los objetivos de ventas

Responder por todas sus acciones ante la Gerencia General

Panadero: Encargado de toda la producción, sus funciones son:

- Elaboración de los productos.
- Validación de las recetas
- Innovación en los productos y recetas (sujeto a verificación)

Mesero y Cajero: Encargados de atender a los clientes en el punto de venta, sus funciones son:

- Tomar, alistar y entregar los pedidos de los clientes
- Responsables de la caja registradora.
- Responsables del aseo del establecimiento.

Domiciliario: Encargado de la entrega a domicilio de los pedidos a los clientes.

1.1.1. Ficha técnica por cargo

	DESCRIPCIÓN DE CARGOS	Versión 1
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
<p>1. Nombre del Cargo: Administrador</p> <p>2. Área: Administrativa Código: 001</p> <p>3. Cargo al cual reporta: Junta Directiva</p> <p>4. Cargo de las personas que le reportan: Panadero, cajero, vendedor, mesero y domiciliario</p> <p>5. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1</p> <p>6. Salario: Básico + prestaciones sociales</p>		
II. REQUISITOS DEL CARGO		
1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS		

EDUCACIÓN	Profesional o estudiante de decimo semestre de Negocios Internacionales, Ingeniería Industrial, Administración Industrial, Administración de Empresas.
EXPERIENCIA	Como mínimo 1 año en empresas dedicadas a la producción de alimentos, manejo de personal, servicio al cliente.

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
1. Nombre del Cargo: Panadero	
2. Área: Producción	Código: 002
3. Cargo al cual reporta: Administrador	
4. Cargo de las personas que le reportan: N/A	
5. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1	
6. Salario: SMLV	
II. REQUISITOS DEL CARGO	
1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS	
EDUCACIÓN	Técnico o tecnólogo en repostería y panadería.

EXPERIENCIA	Como mínimo 3 años en empresas de elaboración de repostería.
--------------------	--------------------------------------------------------------

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<p>1. Nombre del Cargo: Vendedor</p> <p>2. Área: Comercial Código: 003</p> <p>3. Cargo al cual reporta: Administrador</p> <p>4. Cargo de las personas que le reportan: N/A</p> <p>5. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1</p> <p>6. Salario: SMLV</p>	
II. REQUISITOS DEL CARGO	
1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS	
EDUCACIÓN	Técnico o tecnólogo en áreas administrativas o comerciales.
EXPERIENCIA	Como mínimo 6 meses de experiencia en ventas presenciales punto a punto.

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **Nombre del Cargo:** Cajero

2. **Área:** Operativa

Código: 004

3. **Cargo al cual reporta:** Administrador

4. **Cargo de las personas que le reportan:** N/A

5. **Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad:** 1

6. **Salario:** SMLV

II. REQUISITOS DEL CARGO

1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS

EDUCACIÓN

Bachiller

EXPERIENCIA

Como mínimo 6 meses de experiencia en manejo de medios de pago (efectivo, tarjetas débito y crédito), excelente servicio al cliente.

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **Nombre del Cargo:** Mesero

2. **Área:** Operativa Código: 005

3. **Cargo al cual reporta:** Administrador

4. **Cargo de las personas que le reportan:** N/A

5. **Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad:** 1

6. **Salario:** SMLV

II. REQUISITOS DEL CARGO

1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS

EDUCACIÓN	Bachiller
EXPERIENCIA	Como mínimo 6 meses de experiencia en restaurantes, excelente servicio al cliente.

I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

1. **Nombre del Cargo:** Domiciliario

2. **Área:** Operativa Código: 006

3. **Cargo al cual reporta:** Administrador

<p>4. Cargo de las personas que le reportan: N/A</p> <p>5. Número de cargos con la misma denominación dentro de la unidad: 1</p> <p>6. Salario: SMLV</p>	
<p>II. REQUISITOS DEL CARGO</p>	
<p>1. CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS</p>	
<p>EDUCACIÓN</p>	<p>Bachiller</p>
<p>EXPERIENCIA</p>	<p>Como mínimo 6 meses de experiencia en entrega de domicilios, preferiblemente en el sector de alimentos, excelente servicio al cliente. Debe tener moto.</p>

d) Dofa:

<p style="text-align: center;">ANALISIS DOFA</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>
	<p>Gran demanda de productos de repostería en la actualidad especialmente que brinden un beneficio alimenticio y de la salud</p>	<p>Gran competencia contra marcas fuertes en el mercado colombiano</p>

<p>FORTALEZAS</p> <p>Todos los productos preparados por Vital Life se enfocan en ser saludables bajos en grasa y azúcar</p>	<p>Dar a conocer los beneficios que ofrece nuestro producto en el tema saludable sin perder una contextura y sabor tradicional</p>	<p>Enfocarnos en nuestro cliente principal con el fin de poder impulsar nuestra marca a lo largo del tiempo</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Tener una minoritaria participación en el mercado</p>	<p>Dar a conocer nuestros productos y sus beneficios para poder ir incrementando el porcentaje de participación en el mercado y poder generar crecimiento cada vez más la empresa</p>	<p>Estudiar detalladamente el comportamiento del mercado y de nuestros principales competidores</p>

2.2 Tamaño de La Empresa

Basándonos en la ley 590 del 10 de julio del 2000 conocida como la ley Mypime seremos una Microempresa conformados por 3 empleados y con activos menores a 501 SMLV, Nuestra actividad principal será la fabricación y distribución de productos de repostería en Bogotá..

2.3 Normatividad

VITAL LIFE será Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), estaremos regulados bajo entidades como El Ministerio de salud, el INVIMA la Alcaldía Local, entre otros.

La ley que rige para las empresas S.A.S., es la siguiente:

LEY 1258 DE 2008

(Diciembre 5) Diario Oficial No. 47.194 de 5 de diciembre de 2008

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.

2.4 Costos Administrativos

2.4.1 Gastos De Personal

PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE PRODUCCIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Administrador	\$ 10.800.000	\$ 11.156.400	\$ 11.524.561	\$ 11.904.872	\$ 12.297.732	\$ 57.683.565
Panadero	\$ 9.000.000	\$ 9.297.000	\$ 9.603.801	\$ 9.920.726	\$ 10.248.110	\$ 48.069.638
Cajero y Mesero	\$ 9.000.000	\$ 9.297.000	\$ 9.603.801	\$ 9.920.726	\$ 10.248.110	\$ 48.069.638
Total Sueldos	\$ 28.800.000	\$ 29.750.400	\$ 30.732.163	\$ 31.746.325	\$ 32.793.953	\$ 153.822.841
Arp	\$ 230.400	\$ 238.003	\$ 243.857	\$ 253.971	\$ 262.971	\$ 1.229.202
Total aportes Patronales	\$ 230.400	\$ 238.003	\$ 243.857	\$ 253.971	\$ 262.971	\$ 1.229.202
TOTAL	\$ 29.030.400	\$ 29.988.403	\$ 30.976.020	\$ 32.000.296	\$ 33.056.924	\$ 155.052.043

2.4.2 Gastos De Puesta En Marcha

Cámara de Comercio: 90.000

Registro Sanitario: 290.000

Registro Invima: 150.000

Curso Manipulación de Alimentos: 70.000

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Objetivos del mercado.

VITAL LIFE busca impactar en el mercado, gracias a su innovación y valor agregado, puesto que su enfoque inicial es suplir necesidades de primera necesidad que en el siglo XXI se requieren con fervor por diversas patologías que se sufren.

Si bien es cierto que para el estudio de mercado se deben analizar diversas variables, VITAL LIFE se encargará de analizar factores como:

- Segmentación del Mercado.
- Ventajas de tener un grupo segmento de mercado.
- La clientela.
- Tipos de clientes.
- Motivaciones para comprar.
- Tipos de competencia.

De tal forma que todo conduzca al posicionamiento de la marca y reconocimiento del negocio.

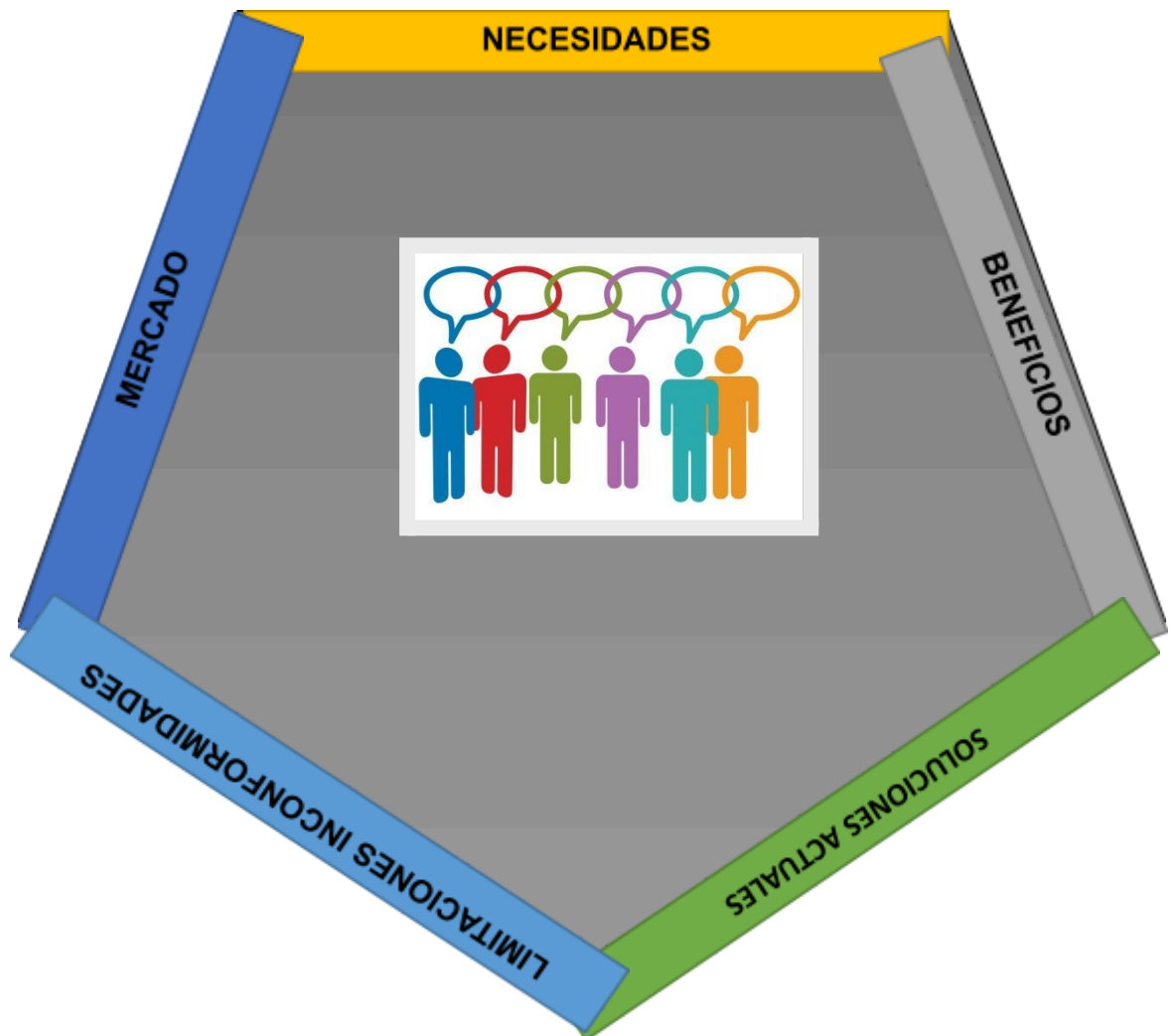
3.2 Segmentación

Nuestra posibilidad de reconocer y distinguir los diferentes segmentos del mercado no da distintas **ventajas** a nuestro negocio al ayudarnos en diversas tareas, como, por ejemplo, Nuestra segmentación se dirige a nuestras principales ciudades Bucaramanga, Barranquilla, Cali, Medellín y Bogotá. Y siendo nuestro target aquellas mujeres y hombres en una edad promedio de 15 y 45 años, nuestra empresa se distingue por ser una galleta saludable y que complace el paladar, llena dos necesidades principales, una que complace a tu apetito y dos que no tiene la preocupación de que hagan daño o que cause malestares al cuerpo al contrario ayuda a una buena digestión y una cómoda satisfacción.

GEOGRAFICA	DEMOGRAFIA	PSICOLOGICA	CONDUCTUAL
Colombia	Edad – 14 a 45 años	Según sus estilos de vida	Saludables
Bucaramanga, Barranquilla, Cali, Medellín y Bogotá.	Femenino Masculino	Según sus estilos de vida	No engordan ni hacen daño al sistema digestivo
Tamaño de las ciudades <ul style="list-style-type: none"> ● Bogotá 1.587 km² 	Estratos poblacionales De 1 a 6	Según sus estilos de vida	Ayudan a prevenir enfermedades del sistema digestivo, antes hace trabajar

<ul style="list-style-type: none"> • Bucaramanga 			el sistema en forma ordenada y segmentada
165 km ²	Ingresos		
• Barranquilla	nominales		
• 166 km ²	mínimos		
• Cali 564 km ²	Estudiantes		
• Medellín	Deportistas		
380,6 km ²	Culturista		
	Diabéticos etc.		

3.3 Pentágono



NECESIDADES

- El mercado de los postres no cuenta con endulzantes naturales para las personas con diabetes
- Los postres o comida natural no cuenta con etiquetas que expresen la confianza de ser un producto fabricado con ingredientes netamente naturales.
- Los postres que se hacen llamar Naturales, no cuentan con la exclusividad de ser para cuidados para enfermos y/o personas que simplemente desean cuidar su estado corporal o salud
- Los productos de repostería saludable al ser naturales, cambian en sabores y dejan de ser apetitosos a la vista del público
- La repostería se conoce como alternativa y a su vez puede considerarse como suplemento de un desayuno o una merienda.

BENEFICIOS

- Endulzantes netamente naturales, aquel que nos ofrece la tierra, tales como :
Miel Orgánica, Melaza de caña, Hierba Dulce
- Son postres, galletas y todo tipo de productos de repostería hechos sin gluten, sin lactosa, para personas diabéticas, hipoglucemias, con algún tipo de desorden alimenticio, intolerantes a la lactosa, entre otras.
 - Es una alternativa a un desayuno o una merienda
- Postres que son transportados en una comodidad refrigerante, garantizando su frescura

SOLUCIONES ACTUALES

- Las soluciones actuales son ineficientes porque no existen canales de distribución para hacer llegar el producto de manera eficiente y oportuna al consumidor
- La escasez de oferta hace que los precios sean altos y el mercado sea débil.
- Las soluciones actuales no cumplen con las necesidades de los clientes en la actualidad es por eso que debemos llegar al mercado con un producto competitivo en precio, calidad y llegando de forma más precisa a un consumidor específico.

LIMITACIONES

- Se considera que los clientes acuden a compañías que fabrican productos de repostería bajas en calorías, azúcar, pero son pocos las empresas que se centren en el cuidado y control específico para los clientes con problemas dietéticos
- Existen muy pocas empresas dedicadas a la elaboración de estos productos por esto los clientes deben adquirirlos a un alto costo.
- El cliente debe recorrer distancias extensas para obtener el producto ya que es de difícil asequibilidad.

MERCADO

- En Colombia las empresas líderes en venta de galletas y productos de repostería son Noel, Colombina, Nestlé y Kraft
- Es un mercado Molopolista donde pocas empresas están manejando gran parte de mercado.

3.4 Metodología de estudio e investigación de mercados.

3.4.1 Encuesta aplicada

Edad: _____ Sexo: _____ Ocupación: _____

1. ¿Qué tipo de galleta consume usted con frecuencia?

- a. Avena
- b. Trigo
- c. Otra ¿Cuál? _____

2. ¿Qué sabor de galleta prefiere?

- a. Fresa
- b. Chocolate
- c. Vainilla
- d. Otra ¿Cuál? _____

3. ¿Qué marca de galletas consume habitualmente?

- a. Noel
- b. Colombina
- c. Nestle
- d. Otra ¿Cuál? _____

4. ¿En qué lugar compra usted las galletas?

- a. Tiendas
 - b. Supermercados
 - c. Panadería
 - d. Puesto de la calle
 - e. Otra ¿Cuál? _____
5. ¿Qué empaque le agrada más que vengan las galletas?
- a. Bolsa
 - b. Caja
 - c. Tarro
 - f. Otra ¿Cuál?
6. ¿Con que medio de pago prefiere pagar?
- a. Efectivo
 - b. Tarjeta debito
 - c. Tarjeta crédito
7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete de 4 galletas saludables?
- a. Menos de \$1,000
 - b. Entre \$1.000 y \$2.000
 - c. Más de \$2.000

8. Consume productos saludables.

a. Frecuentemente

b. Siempre

c. Casi nunca

d. Nunca

9. Le gustaría consumir una galleta elaborada con endulzantes naturales.

a. Si

b. No

3.4.2 Tabulación y graficas

Muestra: 100 personas (hombres y mujeres)

Edades: Entre 15 y 45 años

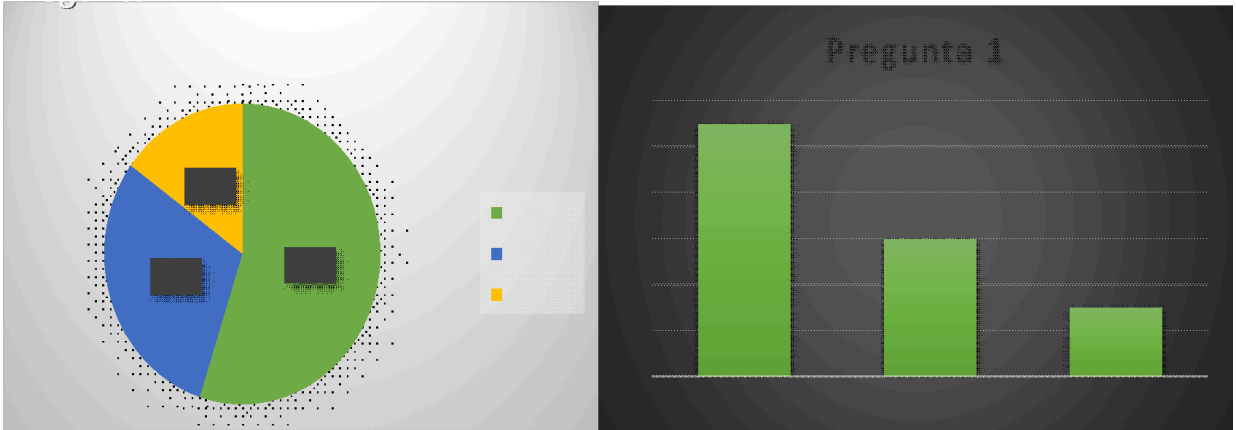
Ciudad: Bogotá

Ocupación: Deportistas, estudiantes, amas de casa y empleados.

Respuesta	A	b	c	d	e
Pregunta					
1	55	30	15	N/A	N/A
2	20	37	25	18	N/A
3	31	14	28	27	N/A
4	27	38	15	12	8
5	63	16	3	18	N/A
6	76	21	3	N/A	N/A
7	35	53	12	N/A	N/A
8	38	24	28	10	N/A
9	72	28	N/A	N/A	N/A

Pregunta 1

¿Qué tipo de galleta consume usted con frecuencia?

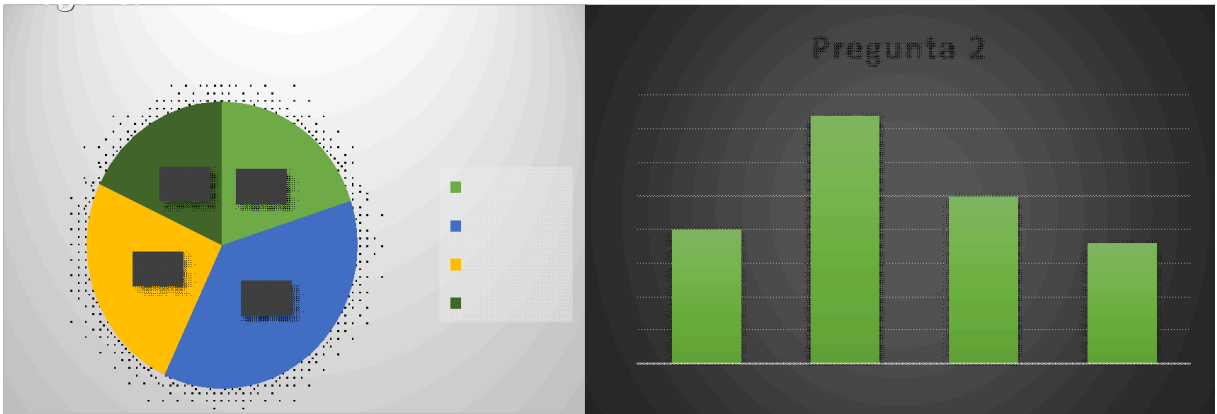


Conclusión

Con esta pregunta concluimos que más del 50% de la población prefiere consumir galletas elaboradas con avena esto ya que es una gran fuente de proteínas de origen vegetal que conserva micronutrientes indispensables en la dieta de cualquier persona que quiere tener una vida saludable.

Pregunta 2

¿Qué sabor de galleta prefiere?

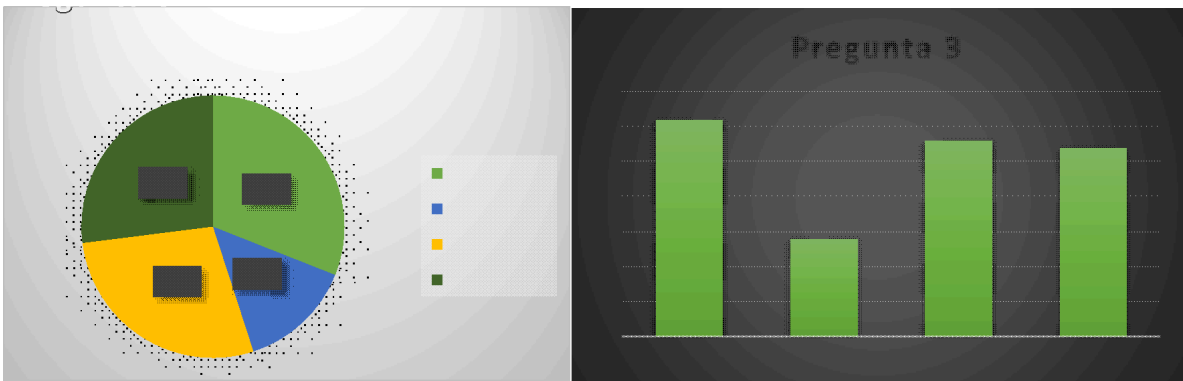


Conclusión:

Los sabores preferidos por la población encuestada son el chocolate, Seguido por la vainilla, Estos sabores son uno de los más comunes, pero de los más apetecidos a la hora de consumir productos de repostería.

Pregunta 3

¿Qué marca de galletas consume habitualmente?

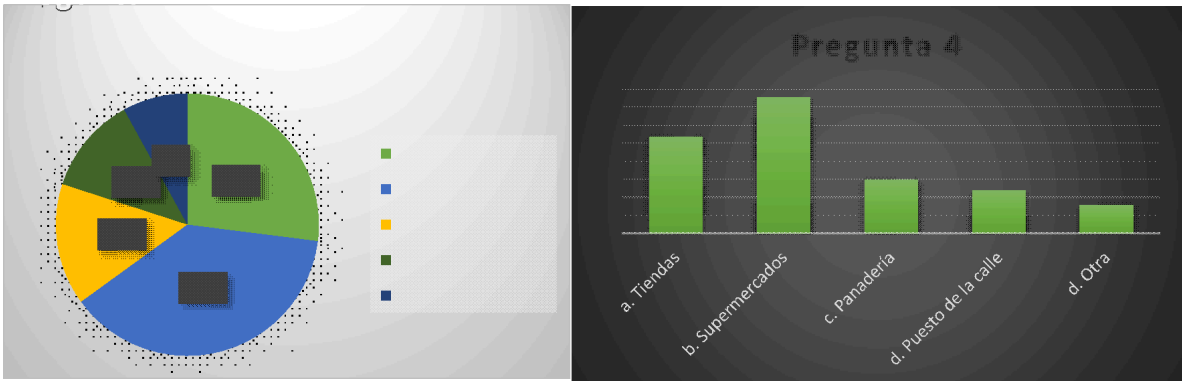


Conclusión:

Con los resultados de esta pregunta podemos analizar que nuestros principales competidores a nivel nacional son Noel Y Nestle y a partir de esto identificar cual será nuestro

Pregunta 4

¿En qué lugar compra usted las galletas?

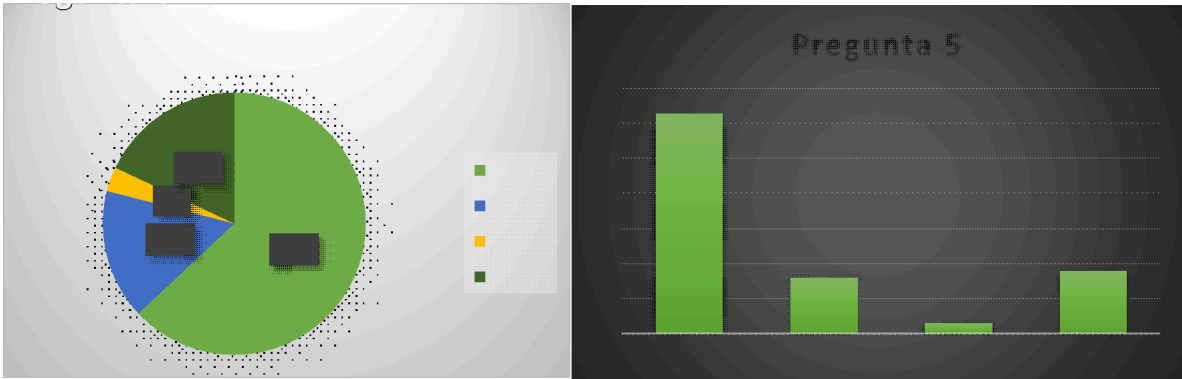


Conclusión:

Según esta pregunta se puede observar que la gran parte de la población entrevistada compra estos productos en Supermercados, esto es positivo ya que los supermercados y grandes almacenes de cadena son nuestro público objetivo

Pregunta 5

¿Qué empaque le agrada más que vengan las galletas?

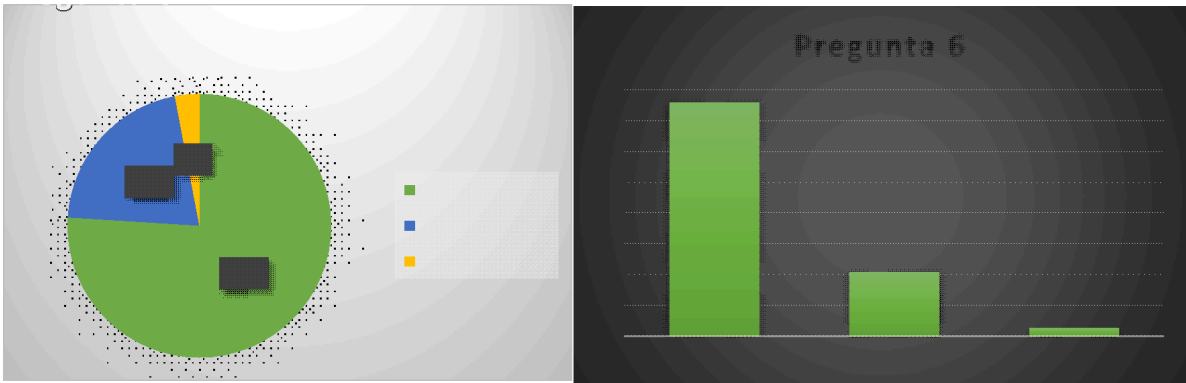


Conclusión

Más del 60% de las personas prefieren recibir el producto con empaque plásticos (Bolsa), esto es un tema que debemos analizar y buscar la forma de cumplir con los gustos de la población, pero también buscando generar conciencia con respecto al ambiente buscando la manera de generar empaques amigables y poco tóxicos para el planeta.

Pregunta 6

¿Con que medio de pago prefiere pagar?

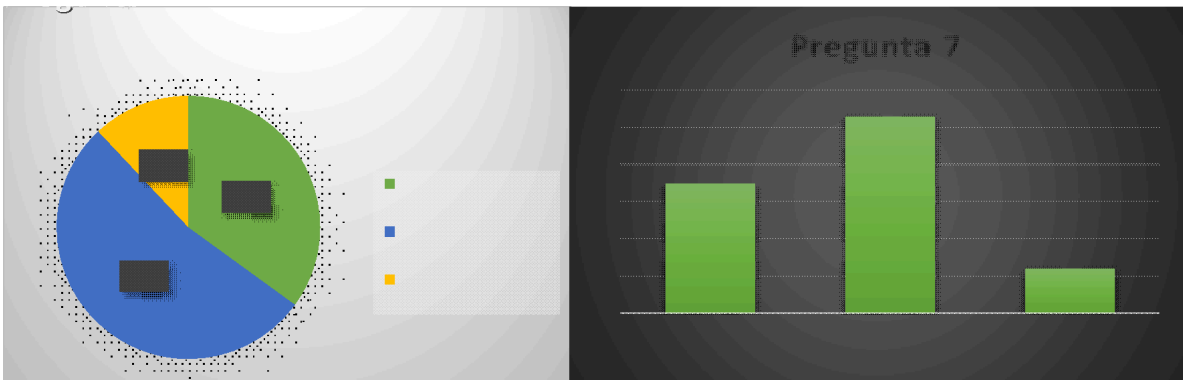


Conclusión:

En un gran porcentaje (76%) los consumidores prefieren pagar este producto en efectivo debido a que nuestro principales clientes (Supermercados minoristas de barrio) lo venden en paquetes o en unidad, El 24% restante son consumidores y clientes que compran en grandes cantidades y prefieren cancelar por medio de tarjetas débito o crédito.

Pregunta 7

¿Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete de 4 galletas saludables?

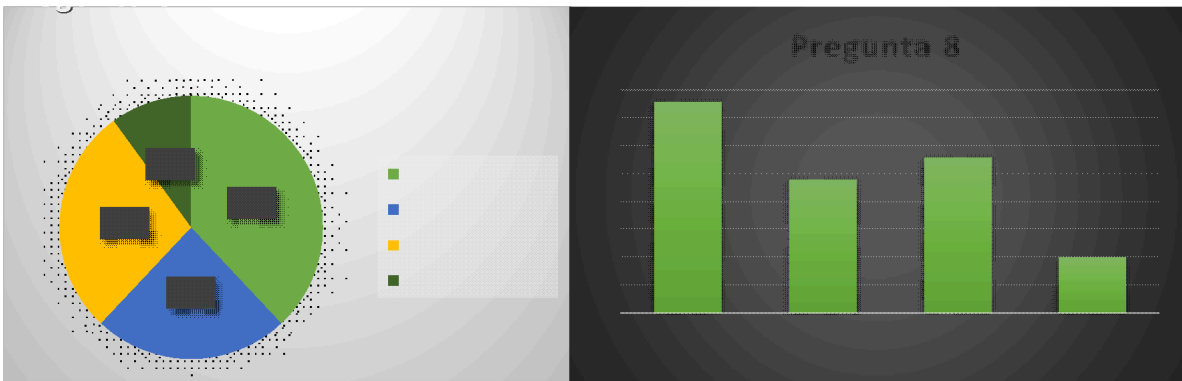


Conclusión:

Los clientes esperan cancelar un valor entre 1.000 y 2.000 debido a que este es el valor promedio por el cual se consigue hoy en día un paquete de 4 unidades.

Pregunta 8

¿Consume productos saludables?

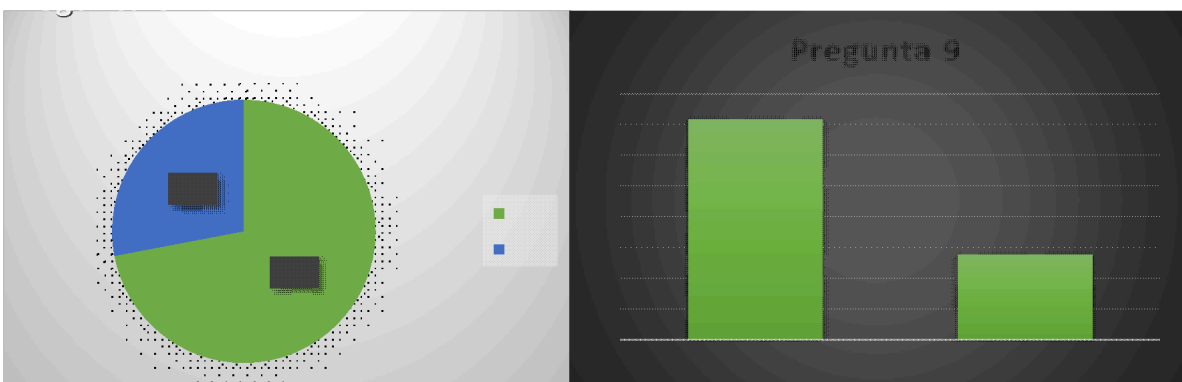


Conclusión:

En la actualidad el tema del autocuidado y la salud es muy importante, es por esto que se puede ver en la gráfica que las personas están cambiando sus hábitos alimenticios y vemos una gran oportunidad en la venta de galletas saludables.

Pregunta 9

¿Le gustaría consumir una galleta elaborada con endulzantes naturales?



Conclusión:

El 72% de las personas encuestadas desearían consumir una galleta elaborada con endulzantes naturales esto debido a buscar un cuidado en la salud para evitar enfermedades como la Diabetes.

Conclusión Final:

Como resultado final de la encuesta tomada en una muestra de 100 personas podemos observar que nuestro producto tiene una gran oportunidad de entrar en el mercado debido a que los consumidores prefieren un producto económico y saludable y los obtienen de nuestro principales clientes como lo son los supermercados minoristas y pequeñas tiendas, también tenemos grandes competidores como Nestle y Noel a los cuales debemos competirles con productos de excelente calidad y con precios asequibles para nuestro clientes.

3.5 Plan de Marketing:

PRODUCTO:

Finas galletas con ingredientes únicos, que permiten un aporte a la salud de las personas que sufren de alguna patología del siglo XXI o que simplemente desean llevar consigo un estilo de vida saludable. Existirá elaboración galletería por medio de sustitutos del azúcar y leche con muy baja cantidad de calorías, lo que genere beneficios para la salud de personas intolerantes a la grasa y a la lactosa, aquellos con problemas de azúcar y demás comunidad. Seremos la moda en nuestro siglo.

PLAZA (Punto de venta)

Estaremos principalmente ubicados en la capital de la ciudad lo cual nos permitirá atacar el mercado por el cual se ha venido realizando la propuesta de producto.

Iniciaremos principalmente en el centro de la ciudad donde encontramos la multi-categoría cultural razón por la cual queremos que nuestros productos generen reconocimiento de centro hacia la periferia de Bogotá y así sucesivamente. .

PROMOCION

Se hará principalmente un estudio en el cual evidenciaremos en que horario y lugar hay mayor cantidad de estudiantes y así dando a conocer nuestro producto con una pequeña degustación y una campaña de expectativa por nuestros ingredientes secretos. También existirán diversos sorteos y/o empaques premiados que motiven a nuestros clientes.

PRECIO

Uno de los grandes atributos de VITAL LIFE será el precio, puesto que los productos serán comercializados a bajo coste, lo cual generará acogida por parte del mercado ya que el producto será asequible para todo el mundo. En la actualidad solo existe una marca referencia, GULLÓN, pero es bastante costosa, razón que permitió que la idea de VITAL LIFE se generará puesto que poder producir y comercializar a menor coste será nuestro valor agregado, las exigencias y calidad serán las misma o quizá mejores.

3.6 MARCA, LOGO Y SLOGAN



3.7 CAMPAÑA PUBLICITARIA:

VITAL LIFE cuenta con un Fan Page en Facebook, en donde podrán estar enterados de nuevas noticias y promociones que la empresa realice:



Además de forma constante se están compartiendo videos informativos acerca del cuidado de salud y por supuesto de la elaboración de nuestros productos. Adicional, en nuestras instalaciones siempre se encontrarán con publicidad de mano para que nuestra marca vaya trascendiendo:



3.8 VENTAJA COMPARATIVA

Nos especializamos en lo que mejor sabemos hacer y así mismo lo comercializamos, competimos con nuestras competencias sana y lealmente, competimos con ventaja comparativa tomando como nuestro modelo a la marca Gullón que son una empresa de galletas sanas y nutritivas, para así mutuamente obtener ganar la satisfacción del cliente.

VITAL LIFE	GULLON
Endulzantes naturales	Sin azucares
Semillas de chía	Sin alérgenos

Azúcar tratada – ENDULZANTE SPLENDA.	Sin gluten
Refisal- con sal y dietéticas.	Sin sal – dietéticas
Fibra naturalizada	Fibra
Huevos	Sin alérgenos
Galletas seleccionadas	Variedad de galletas
Edad de 15 a 45 años	Galletas para niños

3.9 Ventaja competitiva

Para nuestra empresa es de vital importancia reconocer las oportunidades que nos ofrecen el mercado, las tendencias y sobre todo las oportunidades de mejora.

Para lograrlo es necesario tener claro quiénes son nuestra competencia directa, y cuáles son las semejanzas y diferencias que puedan llegar a marcar la diferencia.

Ventajas

- Nuestro producto se elaborado con endulzantes naturales, sin aditivos ni colorantes.

- Nuestro producto está dirigido a todo tipo de público, principalmente a personas diabéticas, hipoglucemias, cestión algún tipo de desorden alimenticio, intolerantes a la lactosa, etc.
- Contamos con un sistema de información eficiente que nos permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención.
- Tenemos una moderna infraestructura que permite que nuestros empleados trabajen y los clientes sean atendidos en un ambiente cómodo y acogedor.
- Contamos con una ubicación estratégica que permite que nuestros clientes puedan ubicarnos y visitarnos fácilmente, al igual que nuestros proveedores puedan abastecernos oportunamente.
- Contamos con un sistema de distribución eficiente que permite que nuestros productos lleguen a varios puntos de venta, en condiciones óptimas y en el momento oportuno.

3.10 Nuestra competencia:

- Galletas tosh.



- Galletas fitness.

-



- **Galletas Quaker.**



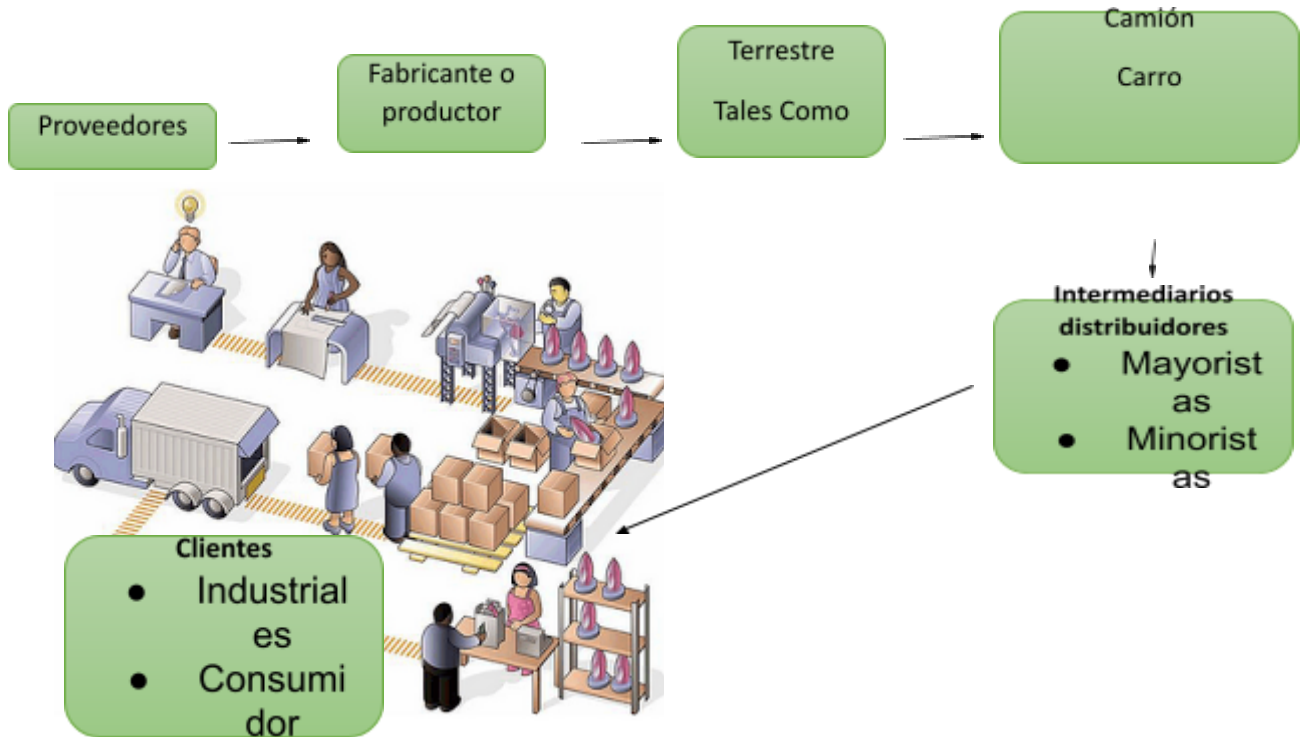
3.11 Estrategia de promoción.

Para promocionar nuestro producto nos enfocaremos en lugares donde exista alto flujo de personas, como por ejemplo cerca de zonas universitarias, centros comerciales, Grandes Supermercados, con el fin de dar a conocer a las personas a través de degustaciones, nuestro producto, sus beneficios y variedades.

La tecnología es un factor muy importante a la hora de promocionar nuestro producto, es por esto que también se dará a conocer nuestra fan page en redes sociales con el fin de que las personas puedan conocer las diferentes promociones o eventos que tengamos,

además de interactuar con nosotros y que nosotros conozcamos la percepción que tienen de nuestra marca y producto.

3.12 Estrategias de distribución



3.13 Logística en la distribución

- Colocar los bienes y servicios en el lugar adecuado
- Garantizar la calidad de servicio
- Garantizar una ventaja competitiva a través del menor costo
- Satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad

Canal Largo

Fabricante -----> Mayorista ----> Detallista ----> Consumidor

3.14 Promoción de venta.

- Nuestros principales clientes son los grandes supermercados y almacenes de cadena es por esto que se dará un precio especial a nuestros clientes en relación a la cantidad de productos que adquieran.
- Nuestros asesores comerciales son pieza fundamental para lograr las ventas presupuestadas es por esto que estimularemos a nuestros vendedores a través de bonos, concursos de ventas, incentivos económicos, que permitan que todos estén enfocados en generar mayores ventas para así mismo obtener mayor utilidad.
- A través de nuestros principales clientes (Almacenes de cadena) Esperamos de la misma manera llegar al consumidor a través de degustaciones y una publicidad llamativa que permitan impulsar nuestra marca.

3.15 Políticas de cartera.

La Cartera es el eje sobre el cual gira la liquidez de la empresa, es el componente principal del flujo del efectivo. Por tanto, VITAL LIFE seguirá los pasos a continuación descritos:

- A. Análisis de crédito a otorgar: Estudio de crédito al cliente para observar su data crédito su cupo máximo. Revisar la CIFIN y la lista CLINTON.

- B. Preparar mínimo mensualmente un estado de cartera clasificado por fechas de vencimiento: Se debe tener en constante análisis las facturas que se han ido venciendo con el fin de iniciar el cobro personalizado por parte de la empresa.
- C. Se debe revisar en las facturas el valor, fecha de vencimiento, nombre, descuentos, para verificar que coincidan con el crédito.
- D. Se debe tener en cuenta que productos se le vendió el cliente si se le hizo descuento a cuantos plazos se le dio para cancelar para evitar confusiones.
- E. Visitas periódicas a los clientes para control de la cartera.
- F. Llevar en debida forma la contabilidad de la empresa.
- G. Las funciones de facturación, cobro, contabilidad, deben ser por personas diferentes.

En cuanto a los clientes de contado, estos solo serán cuando su reputación crediticia sea bastante negativa, lo cual afecta el flujo monetario de la compañía.

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

4.1 Objetivo del Estudio Legal

Conocer e identificar en el ámbito legal cuales son los procesos y procedimientos que se deben seguir para conformar esta empresa de repostería saludable, es importante saber

que entidades del estado nos regulan y que controles son exigidos para la creación de la empresa.

Se debe conocer el tamaño de la empresa para clasificar la compañía, también conocer qué tipo de sociedad y en Colombia conocer ante quien y como solicitar el RUT y el NIT que son necesarios para la identificación de la compañía y conocer sobre en el tema tributario.

4.2 MARCO LEGAL

El proyecto estará soportado por las siguientes leyes y normas reglamentadas, sobre la administración y organización de la empresa:

- Según la Ley 100 de 1993 en los: Artículos 1º. Sistema de Seguridad Social Integral, Artículo 3º. Del Derecho a la Seguridad Social, Artículo 8º. Conformación del Sistema de Seguridad Social Integral, Artículo 9º. Destinación de los Recursos, Artículo 10º. Objeto del Sistema General de Pensiones, Artículo 11º. Campo de Aplicación.
- Según la Ley 1295 de 1994, el Artículo. 1º El sistema General de Riesgos Profesionales, el Artículo. 2º Objetivos del sistema general de riesgos profesionales.
- Según Artículo. 317. Solo los Municipios podrán gravar la propiedad inmueble, Artículo. 363. El sistema tributario se funda en los principios de equidad, eficiencia y progresividad, Artículo.53. Los contribuyentes pueden actuar ante la administración tributaria, personalmente o por medio de sus representantes o apoderados.

- Según Artículo. 555-1, Adicionado. Ley 49/90, Artículo. 56. Número de identificación tributaria, NIT.
- Según el artículo 72 de la ley 222 de 1995 trae los requisitos mínimos que debe contener el documento de constitución. Si alguno de estos requisitos faltare, la Cámara de Comercio de Bogotá se abstendrá de inscribir el documento.

Constitución Jurídica De La Empresa

La sociedad “VITAL LIFE” se constituirá mediante escritura pública, como una sociedad por acciones simplificadas integrada por 4 socios que se registran ante notaría pública y ante la cámara de comercio.

VITAL LIFE se constituirá así:

- Reunión de socios para constituir la empresa
- Elaborar una minuta de constitución de la empresa
- Obtener la escritura pública
- Matricular ante la cámara de comercio y establecer el registro mercantil
- Elaborar estatutos y aprobarlos

Trámites ante la Cámara de Comercio

- Registro Mercantil o Matricula de la Empresa
- Certificación de Constitución y Gerencia
- Registro de Libros y Papeles

Trámites ante impuestos Nacionales

- Número de identificación tributario NIT
- Inscripción en el Registro de Vendedores
- Registro con otras entidades: aplica el RIT o Registro de Información Tributaria por ser una actividad gravada con el Impuesto de Industria y Comercio.

Tesorería Distrital

- Registro para el pago de industria y comercio

Obtención de Licencia de Funcionamiento

- Solicitud de planeación (concepto de uso y ubicación)
- Solicitud de matrícula sanitaria
- Solicitud al alcalde zonal

Otros Trámites Legales

- Solicitud del número patronal ante el I.S.S o EPS
- Afiliación a la Caja de Compensación Familiar

4.3 DEFINICION DE LA EMPRESA

a) Tipo de empresa y persona jurídica:

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

Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

b) Actividad Económica:

1081 = Elaboración de productos de panadería.

4.3.1 CLASIFICACION DE LAS MYPIMES

Somos una microempresa que actualmente cuenta con 11 empleados y con activos no superiores a los 501 Salarios Mínimos Legales Vigentes (SMLV).

La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Específicamente:

- ✓ **LEY MIPYME:** La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley mipyme

La ley trata explícitamente la creación de empresas y autoriza al Fondo Nacional de Garantías (FNG) a destinar los recursos que el Artículo 51 de la Ley 550 de 1999, o ley de Intervención Económica y Reactivación Empresarial, debe destinar a las pequeñas y medianas empresas. También obliga a los municipios y departamentos a establecer regímenes impositivos especiales con el fin de estimular la creación y fortalecimiento de las mipymes, y la reducción de aportes parafiscales por la creación de mipymes.

4.3.2 CLASIFICACION INTERNACIONAL DE ACTIVIDADES ECONOMICAS (CIU)

Código – CIU #1081

Elaboración de productos de panadería

4.3.3 CLASIFICACION DE LAS SOCIEDADES

VITAL LIFE será Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), a continuación relacionamos los detalles más relevantes que agradaron a los integrantes para elegir la decisión:

Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), ofrece más flexibilidad para formar empresa.

Desde su entrada en vigencia, el 54% de las empresas que se han creado en Colombia, lo han hecho bajo esa figura. Esta modalidad de empresas permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto. Por ejemplo, las SAS no necesitan revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas.

¿Qué beneficios y ventajas ofrece la SAS?

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

- Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las SAS no pueden negociarse en bolsa.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.
- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.
- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera

del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

¿Quiénes pueden conformar una SAS?

Todas las personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles pueden constituirse formalmente mediante la figura de la SAS. No importa que sean nacionales o extranjeras; ni que sean micros, pequeños, medianos o grandes empresarios.

¿Cómo se constituye una SAS?

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Los tres pasos son:

1. Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las

acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

2. Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.

3. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

4.4 CONSTITUCION LEGAL

VER ANEXO N° 1

4.4.1 Registro Único Tributario (RUT)

Para solicitar el RUT ante la DIAN debemos:

1. El formulario impreso del RUT, diligenciado a través del portal de la Dian, opción Cámara de Comercio, que contenga la anotación “Para trámite en Cámara”.

2. Fotocopia del documento de identidad de quien efectúa el trámite, con exhibición del original.

3. Fotocopia de un recibo de servicio público domiciliario (agua, luz, teléfono, gas y los demás cuya prestación se encuentre sujeta a vigilancia de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios), con exhibición del original o del boletín de Nomenclatura Catastral correspondiente al año de la inscripción, última declaración de predial o recibo de pago de este impuesto, el cual debe corresponder a la dirección informada en el formulario de inscripción en el RUT.

4.4.2 Requisitos del registro mercantil:

Original del documento de identidad.

Formulario del Registro Único Tributario (RUT).

Formularios disponibles en las sedes de la CCB.

Formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES)

Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)

Formulario de Registro con otras entidades

4.4.3 Resolución de facturación DIAN:

Por medio de la resolución 55 del 2016 la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales ha dado a conocer el nuevo procedimiento para autorizar y habilitar la numeración de facturas de venta. De ahora en adelante no se requerirá de trámites presenciales, puesto que la DIAN habilitará un servicio electrónico mediante el cual se podrá realizar el mencionado procedimiento.

Los obligados a expedir factura o documento equivalente que posea más de un establecimiento de comercio, sede, oficina, o lugares donde desarrollen su objeto social, deberán indicar dentro de la solicitud de autorización cada uno de ellos, así como los prefijos y la numeración. En caso que la numeración autorizada no sea suficiente, podrá solicitarse una nueva autorización antes de culminar la vigencia de la inicial.

Sin importar si están obligados a facturar, no será necesaria la autorización de la numeración en:

- La expedición de documentos equivalente a la factura
- Las facturas expedidas por entidades de derecho público incluidas las empresas industriales y comerciales del Estado y sociedades de economía mixta donde el Estado posea más del cincuenta por ciento (50%) de capital, así como las que expidan las entidades que presten servicios públicos domiciliarios, las cámaras de comercio, las notarías y en general, los no contribuyentes del impuesto sobre la renta señalado en el Estatuto Tributario.

Es importante recordar que toda factura o documento equivalente deberá llevar una numeración consecutiva.

4.4.4 Obligaciones de registro:

El Decreto Ley 019 de enero del 2012, también conocida como la Ley Anti trámites, habla de que ya no hay obligación de llevar a registrar libros de contabilidad ante la Cámara de Comercio. El Decreto Ley 019 modificó el Código de Comercio, en el que determinó cuáles son los libros que deben registrarse. Así quedó claro que los libros de contabilidad ya no es necesario registrarlos; los únicos que sí deben continuar registrándose en la respectiva Cámara de Comercio de la jurisdicción es el libro de actas de registro de socios. Los que se acostumbraban registrar: libro diario, libro mayor, el de inventarios y balance, ya no es obligación hacerlo.

El artículo 28 del Código de Comercio fue modificado desde enero del 2012, exactamente en el numeral séptimo, y quedó así:

“Los libros de registro de socios o accionistas, y los de actas de asamblea y juntas de socios.”

Antes de la modificación indicaba también los libros de contabilidad:

“Los libros de contabilidad, los de registro de accionistas, los de actas de asambleas y juntas de socios, así como los de juntas directivas de sociedades mercantiles”

Si se perdieron los libros de contabilidad, deben reconstruirlos en libros que no tienen que estar registrados; y los otros libros, si también se perdieron como los libros de registro de socios o accionistas, si tendrían que volverse a registrar en la Cámara de Comercio para poder reconstruirlos; de hecho, el registro de estos libros de carácter obligatorio pueden hacerse de forma electrónica, virtualmente, Decreto 805 de abril del 2013, fue en el 2014 cuando las Cámaras de Comercio del país comenzaron a poseer mecanismos para poder recibir libros de actas y de junta de socios electrónicos. Circular 004 de enero del 2014 de la Superintendencia de Industria y Comercio, dio parámetros a las Cámaras de Comercio para recibir libros de forma electrónica.

4.4.5 Revisión técnica de seguridad (bomberos):

Dirigido a:	A todos los sectores	Tipo:	Concepto Técnico de SH y SPCI
Ítem	Trámite		
Liquidación:	<p>Para obtener su concepto técnico el usuario deberá acercarse a cualquiera de los puntos de atención, donde se le realizará la liquidación del pago respectivo.</p> <p>Acercándose a uno de los siguientes puntos de atención:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SuperCADE carrera 30: carrera 30 # 25 - 90 modulo A-27 ext 40110 - Horario de atención: Lunes a viernes 7:00 a.m. a 7:00 p.m. - SuperCADE Suba: calle 148 # 103B - 95 módulo A-1 ext 40111 		

	<ul style="list-style-type: none"> - Horario de atención: Lunes a viernes 7:00 a.m. a 7:00 p.m. - SuperCADE Américas: avenida carrera 86 # 43 - 55 Sur - Módulo 33 - Horario de atención: Lunes a viernes 7:00 a.m. a 4:30 p.m. - SuperCADE 20 De Julio: carrera 5A # 30D - 20 Sur - Módulo 24 - Horario de atención: Lunes a viernes 7:00 a.m. a 4:30 p.m. - Edificio Comando: calle 20 # 68A - 06 - Horario de atención: Lunes a viernes 7:00 a.m. a 4:30 p.m.
<p>Documentos</p>	<p>Régimen Común: Presentar en original o fotocopia legible las seis (6) declaraciones bimestrales del ICA del año gravable inmediatamente anterior a la solicitud y Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio con vigencia de 1 año.</p> <p>Régimen Simplificado: Presentar el original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año y original del impuesto ICA del año inmediatamente anterior a la solicitud.</p> <p>Establecimientos nuevos o no obligados a declarar: Original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la de Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año.</p> <p>Jardines Infantiles vinculados a la Secretaría Distrital de Integración Social: Presentar Personería Jurídica o Resolución expedida por la Secretaría Distrital de Integración Social.</p>

<p>Pago</p>	<p>El valor a cancelar será el establecido en el Acuerdo 11 de 1988, Capítulo IV, y el acuerdo 9 de 1992:</p> <p><u>Régimen común y régimen simplificado:</u> el valor a pagar es el equivalente al uno por ciento (1%) liquidado sobre el valor del impuesto de Industria y Comercio del año anterior más el equivalente a un (1) salario mínimo diario por cada establecimiento.</p> <p><u>Establecimientos nuevos (primer año agradable de existencia) o no obligados a declarar:</u> el valor a pagar es el equivalente a 2 salarios mínimos diarios, éste monto debe ser cancelado por cada sucursal que tenga el establecimiento.</p> <p>Este valor debe ser consignado únicamente en cualquier sucursal del Banco de Occidente en la Cuenta Corriente N° 25604582-4 a nombre de la Tesorería Distrital.</p>
<p>Radicación</p>	<p>Una vez realizado el pago acérquese con la consignación a cualquiera de los puntos de atención donde se le programará la respectiva capacitación para la auto-revisión o inspección dependiendo de la clasificación del tipo de riesgo del establecimiento (riesgo bajo, moderado y alto) y se le entregará un recibo de caja, el cual sirve para reclamar el concepto de revisión técnica.</p>

<p>Capacitación y auto revisión</p>	<p>Si el usuario es clasificado en riesgo bajo, el usuario participa en una capacitación donde se le hará entrega del formulario de auto-revisión. Una vez diligenciado el usuario se acercará a la Oficina de Servicio al Ciudadano donde se le pondrá el sello respectivo.</p>
<p>Inspección técnica.</p>	<p>Si la clasificación otorgada al establecimiento es de moderado o alto riesgo se le asignará una visita dentro del término de los 30 días hábiles posteriores a la radicación de la solicitud de inspección. El concepto final deberá reclamarlo en la Oficina de Servicio al Ciudadano 15 días hábiles posteriores a la inspección técnica realizada con el recibo de caja original.</p>

4.4.6 Normas sanitarias y de salud (secretaria de salud):

SECRETARIA DE SALUD

Licencia en Seguridad y Salud en el Trabajo

Es el trámite que se realiza ante la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá D.C., tanto para persona natural como persona jurídica, conforme a lo establecido en la nueva Resolución 4502 del 28 de diciembre de 2012 que regula el procedimiento y los requisitos para el otorgamiento y renovación de la licencia de salud ocupacional. Esta norma derogó expresamente la Resolución 2318 de 1996.

Las Secretarías Departamentales o Distritales de Salud, emitirán de manera gratuita con validez en todo el territorio nacional las licencias de salud ocupacional de persona natural o jurídica, según lo dispuesto en el Artículo 7° de la citada Resolución 4502 que establece que en ningún caso la expedición de la licencia de salud ocupacional podrá tener costo. Por lo anterior la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá continuará otorgando las licencias de salud ocupacional de manera gratuita.

Para persona natural y persona jurídica las licencias tendrán una vigencia de diez (10) años, y podrán ser renovadas en un término igual, siempre y cuando cumplan con los requisitos.

Tenga en cuenta que en la prestación de servicios de salud ocupacional, cuando se realizan evaluaciones médicas ocupacionales se debe implementar lo establecido en las Resoluciones 2346 de 2007 y 1918 de 2009 emanadas del Ministerio de la Protección Social, actualmente Ministerio de Salud y Protección Social, las cuales regulan la práctica de dichas evaluaciones y el manejo y contenido de las historias clínicas ocupacionales.

Ver anexo N°3

Registro sanitario para alimentos:

Es un documento legal, expedido por la autoridad sanitaria competente en labores de vigilancia y control, el cual permite la fabricación y comercialización de alimentos a nivel regional, nacional e internacional. Este documento es de obligatoria expedición por parte de cualquier fábrica que elabore alimentos bajo una marca. Tiene una vigencia de 10 años.

4.4.7 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (INVIMA):

INVIMA:

En Colombia todo alimento que se expenda directamente al consumidor deberá obtener, de acuerdo con el riesgo en salud pública, la correspondiente autorización de comercialización (Notificación Sanitaria - NSA, Permiso Sanitario - PSA o Registro Sanitario - RSA), expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima1.

Los pasos que debe seguir para solicitar dichos Registros, Permisos o Notificaciones sanitarias de Alimentos son:

Paso 1. Realice la inscripción de su fábrica según lo dispuesto en el Artículo 126 del Decreto – Ley 019 de 2012. Si ya se encuentra inscrita continúe con el siguiente paso.

Paso 2. Identifique la categoría del riesgo para su producto, según Anexo 1 de la Resolución 719 de 2015. Si tiene una duda sobre la clasificación consúltelo en ventanilla en la Oficina de Atención al ciudadano, Call Center 57-(1) 2948700 grupo de Registros Sanitarios de Alimentos de la Dirección de Alimentos y Bebidas o a través de conexión Chat todos los Lunes de 8:00 a.m. a 12 M.

Paso 3. Una vez identificada la clasificación del riesgo de su producto tenga en cuenta que si corresponde a riesgo alto requiere RSA, riesgo medio requiere PSA o riesgo bajo requiere NSA, según el Artículo 37 de la Resolución 2674 de 2013 y Resolución 3168 de 2015.

Paso 4. Tenga en cuenta que puede amparar alimentos bajo un mismo Registro, Permiso o Notificación Sanitaria en los casos establecidos en el artículo 42 de la Resolución 2674 de 2013.

Paso 5. Si se trata de un alimento de riesgo alto o medio verifique los requisitos para la obtención de RSA o PSA establecidos en el Artículo 38 de la Resolución 2674 de 2013. Si se trata de un alimento de bajo riesgo, verifique los requisitos establecidos en el Artículo 40 de la misma Resolución para solicitar una NSA.

Paso 6. Diligencie los formularios tanto de información básica, como de solicitud de Registro, Permiso o Notificación Sanitaria, según sea el caso, los cuales se encuentran en el archivo Excel “Formato único de Alimentos registros Sanitarios o Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria y tramites asociados (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)”

Paso 7. Verifique la tarifa que debe cancelar según el trámite requerido en nuestro manual tarifario y realice el pago en cualquier oficina de Davivienda en la cuenta No. 00286999868-8

Paso 8. Presentar o enviar dicha documentación en carpeta blanca foliada en la Oficina de Atención al Ciudadano ubicada en la sede central del Invima, dirección Carrera 10 N° 64–28, primer piso – Bogotá D.C. Si sus productos corresponden a alimentos dirigidos a poblaciones especiales (p.ej. deportistas, pacientes con alguna enfermedad), surta el trámite de consulta a la Sala Especializada de Alimentos y Bebidas – SEAB, antes de solicitar la Notificación Sanitaria — NSA, el Permiso Sanitario — PSA o el Registro Sanitario — RSA.

4.4.8 Impacto ambiental (secretaria de ambiente):

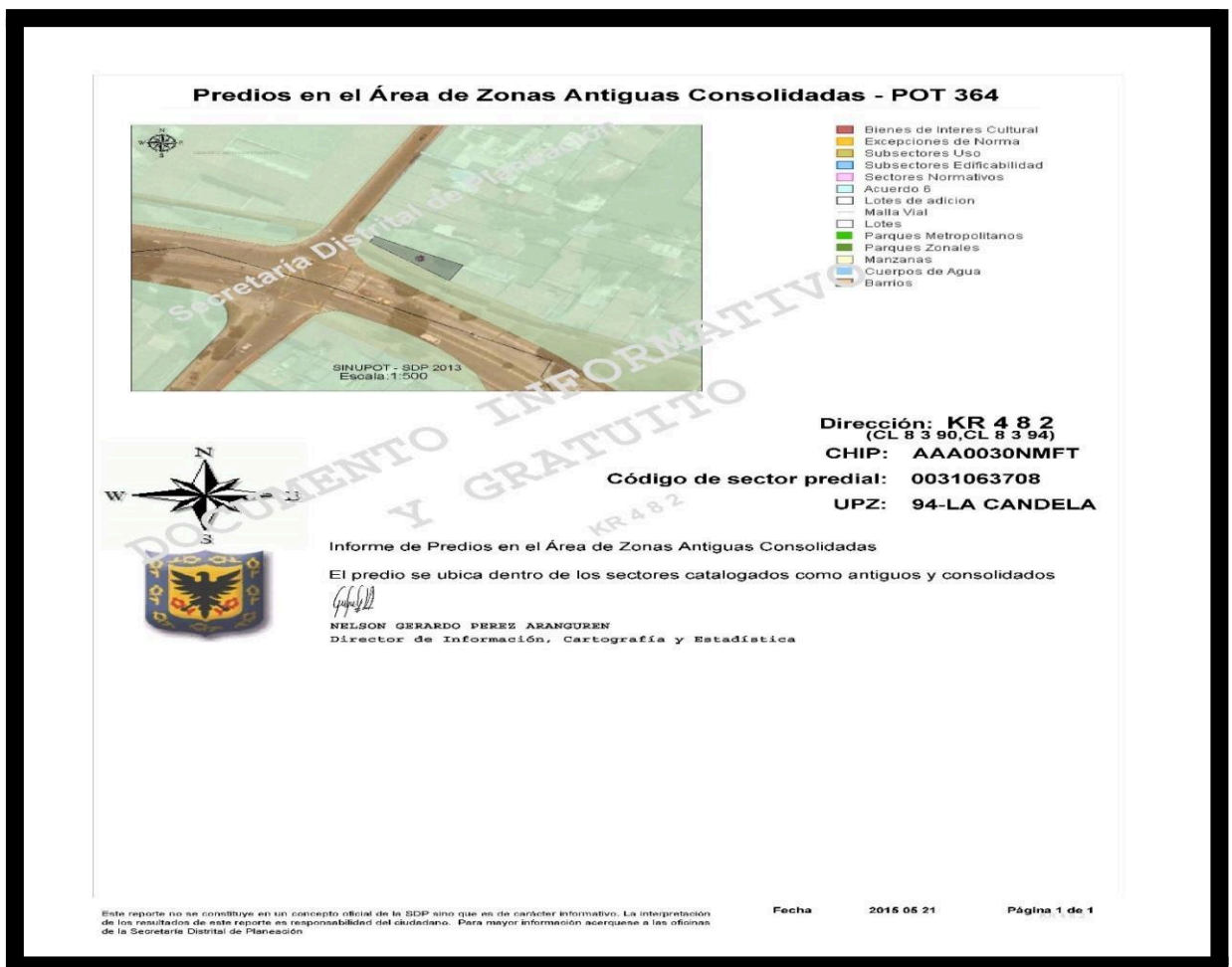
Tipo de empaque – medio ambiente

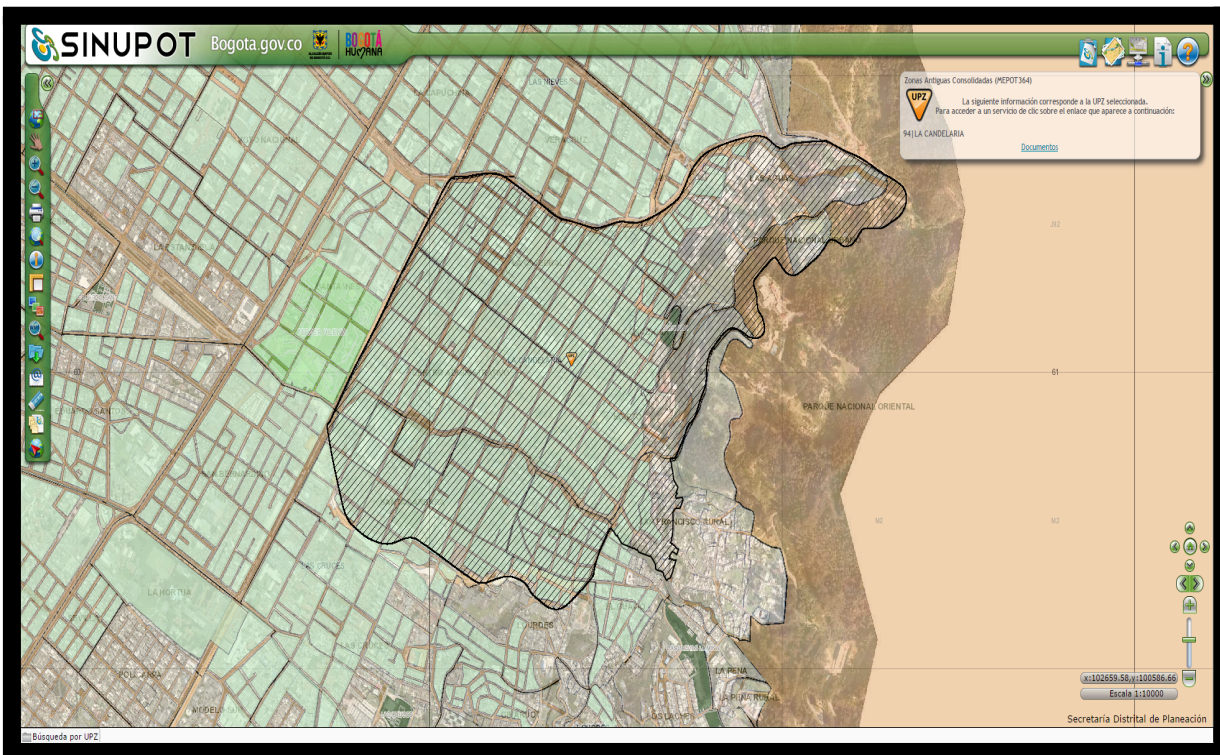
- Son cajas donde nos dan una estabilidad a las galletas y sobre todo donde las conserva en un estado agradable, son caja reutilizables y cajas reciclables



4.4.9 Uso del Suelo:

Nuestra ubicación será en la dirección **carrera 4 No 8 - 02** en el centro de la capital, como se ha venido mencionando, queremos impactar de centro a periferia de Bogotá D.C.





5 ESTUDIO TECNICO

5.1 Objetivos del Estudio Técnico

En vista de las innumerables patologías existentes en el siglo XXI, surge la idea de constituir una sociedad encaminada en la elaboración y comercialización de diversos tipos de galletas con diferentes componentes que suplan las necesidades dietarias que ocasionan cada una de las enfermedades encontradas como lo son la diabetes, la hipoglucemia, el sobre peso, la extrema delgadez, entre otras.

Algunas de las materias primas serán: El saborizante splenda en lugar del azúcar, la leche de coco en lugar de la leche de vaca, las harinas serán a base de frutas y vegetales (zanahoria, yuca, papá, manzana, pera etc.), los rellenos serán frutas autóctonas de Colombia, como la uchuva, el mamey etc.

El recurso humano, principalmente habrán cuatro (4) chefs (los fundadores de la idea) quienes se distribuirán las tareas generando especialidades individuales para una mayor eficiencia y eficacia de la producción. Dichas personas cuentan con diversos aportes para poder tener un amplio y exquisito portafolio de productos.

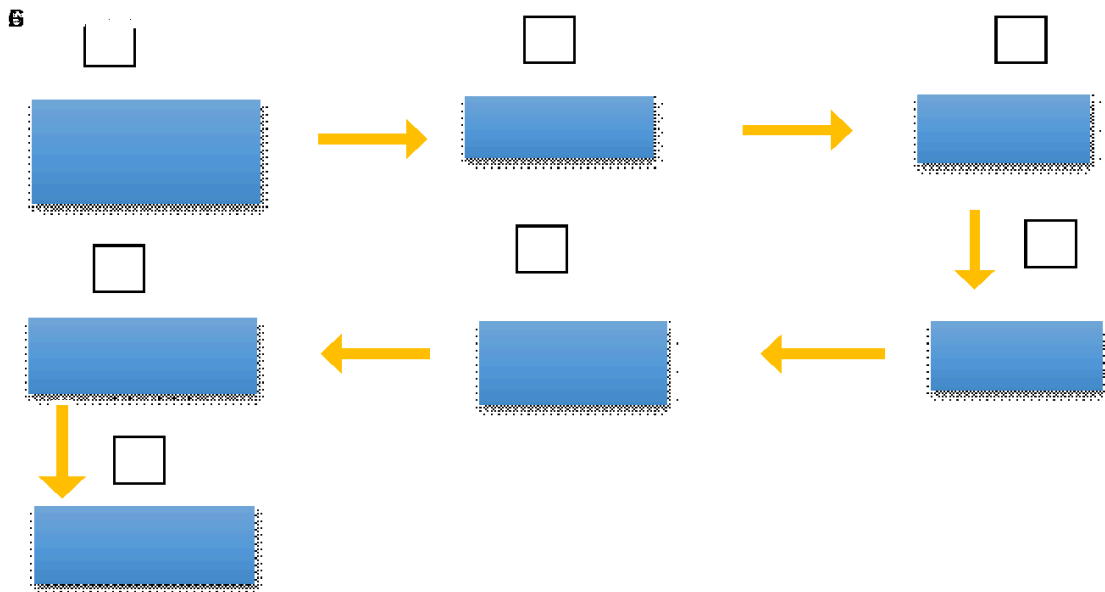
5.2 Ficha técnica del Producto (B/S)






- La ficha técnica del producto es la hoja de vida del producto en el cual se consiga la siguiente información:
 1. **Nombre del producto**
 2. **Composición del producto / nomenclatura internacional**
 3. **Presentación comercial:** Se debe especificar cuáles son los tamaños por porción.
 4. **Tipo de envase y material de envase:** Debe especificar tanto el material de empaque del producto como la forma física (bolsa, pote, película entre otros)
 5. **Condiciones de conservación del producto**
 6. **Vida útil estimada:** Es recomendable que esta información esté respaldada por pruebas de estabilidad y vida útil.
 7. **Porción recomendada:** Esta información debe estar sustentada con la tabla nutricional del producto

5.3 Descripción del Proceso

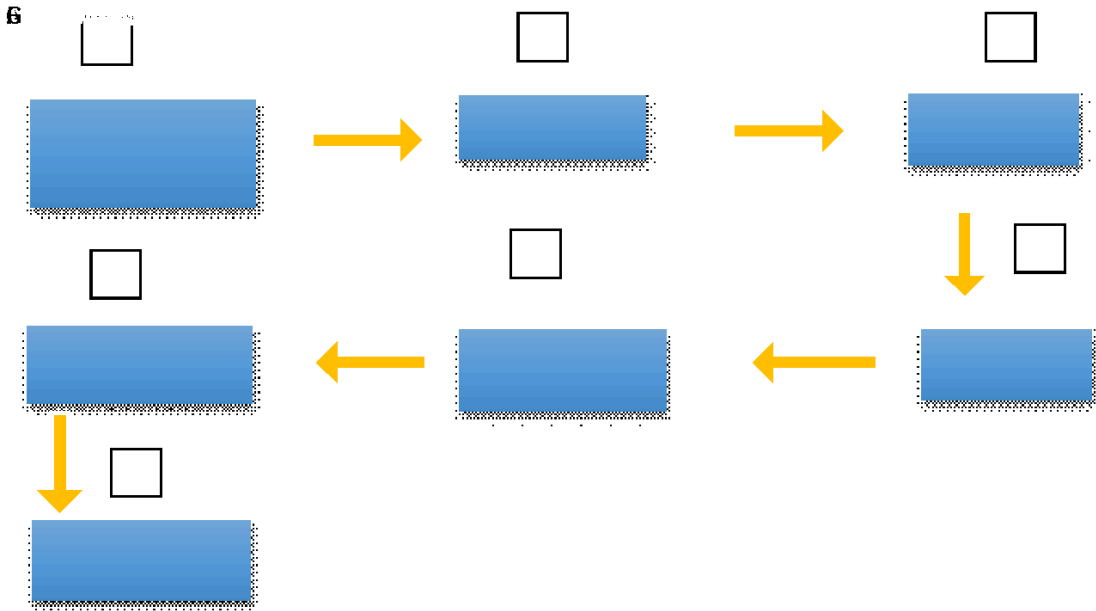
Secuencia de producción del producto diagrama de flujo del proceso.






Galletas Chocolate Con Maní



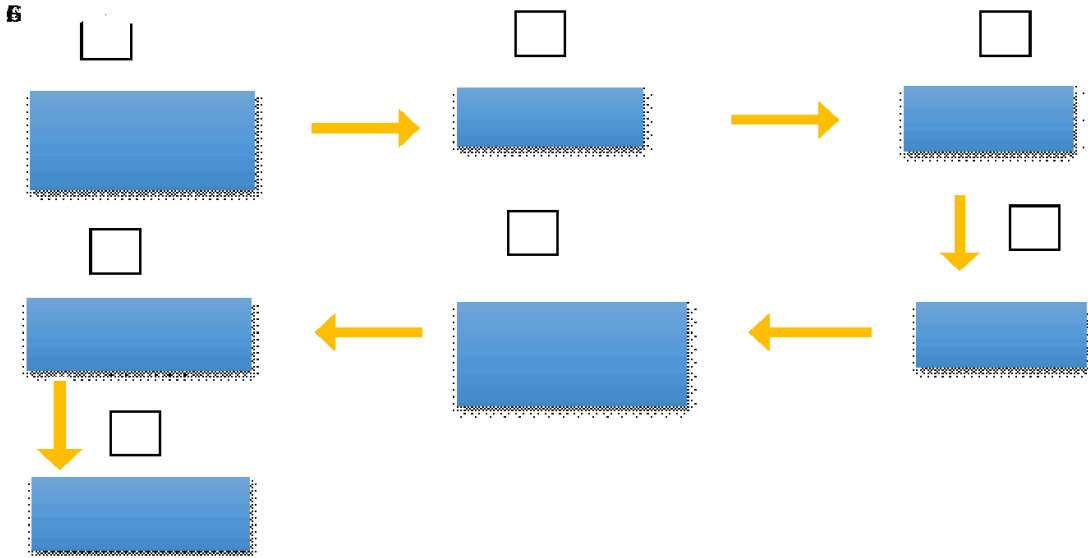
ACTIVIDAD	DESCRIPCION					
A	Mesclar por 8 min los ingredientes principales: Harina, Huevos, Endulzante, Leche Descremada, Cocoa	X				
B	Depositar la masa en los moldes de la maquina rotativa	X				
C	Llevar la masa al horno por 4 min y medio		X	X		
D	Controlar para no exceder el tiempo				X	
E	Rellenar con mani y decorar	X				
F	Llevar las galletas al area de empaque final	X				
G	Almacenar en el deposito po numero de referencia					X

Galletas de Avena



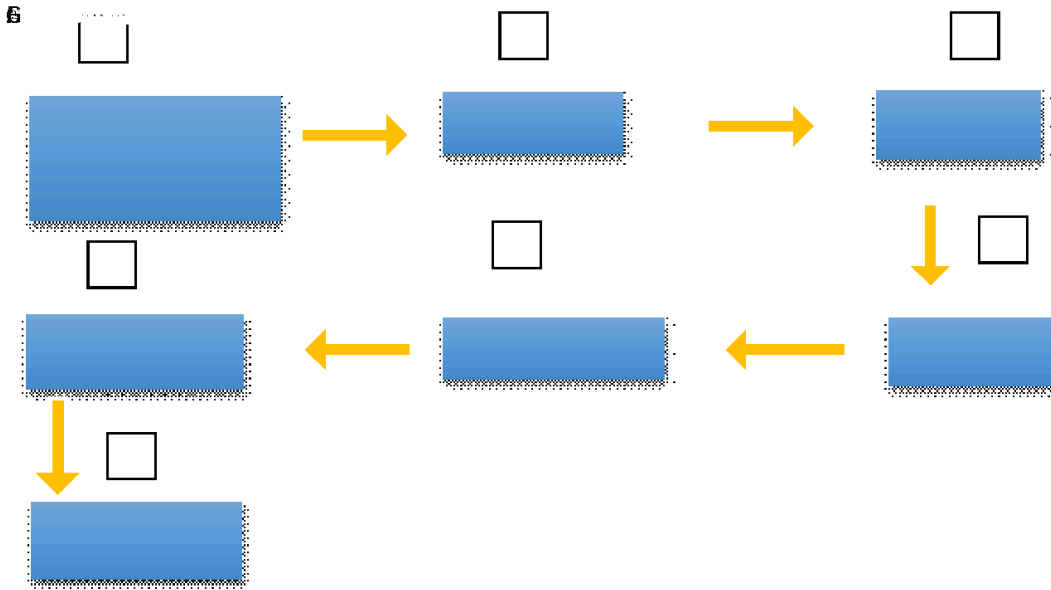
ACTIVIDAD	DESCRIPCION					
A	Mesclar por 8 min los ingredientes principales: Harina, Huevos, Endulzante, Leche Descremada,	X				
B	Depositar la masa en los moldes de la maquina rotativa	X				
C	Llevar la masa al horno por 4 min y medio		X	X		
D	Controlar para no exceder el tiempo				X	
E	Decorar	X				
F	Llevar las galletas al area de empaque final	X				
G	Almacenar en el deposito po numero de referencia					X

Galletas de Chips de Chocolate



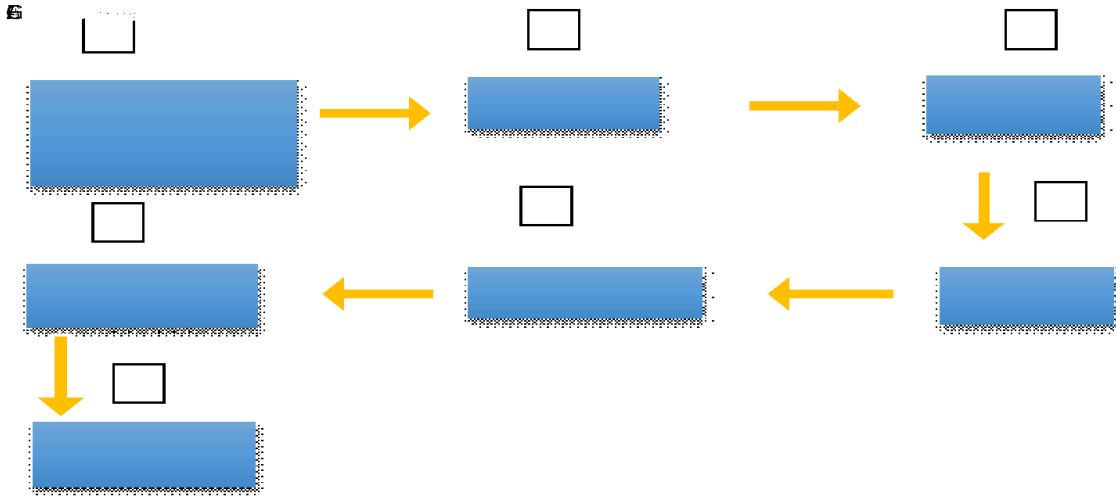
ACTIVIDAD	DESCRIPCION					
A	Mesclar por 8 min los ingredientes principales: Harina, Huevos, Endulzante, Leche Descremada,	X				
B	Depositar la masa en los moldes de la maquina rotativa	X				
C	Llevar la masa al horno por 4 min y medio		X	X		
D	Controlar para no exceder el tiempo				X	
E	Rellenar y decorar con chips de chocolate	X				
F	Llevar las galletas al area de empaque final	X				
G	Almacenar en el deposito po numero de referencia					X






Galletas de Vainilla



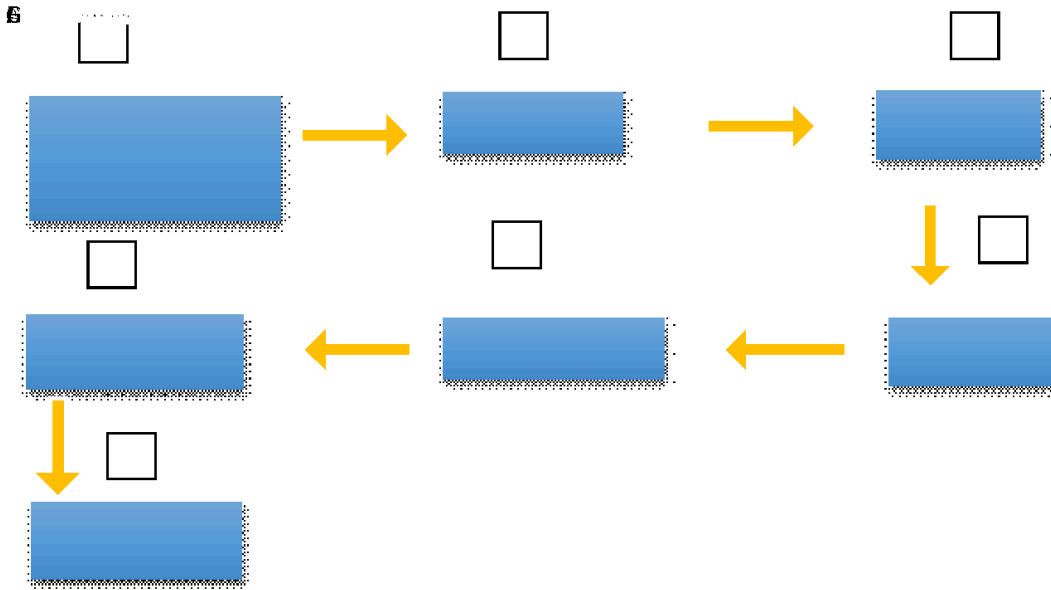
ACTIVIDAD	DESCRIPCION					
A	Mesclar por 8 min los ingredientes principales: Harina, Huevos, Endulzante, Leche Descremada, Saborizante de vainilla	X				
B	Depositar la masa en los moldes de la maquina rotativa	X				
C	Llevar la masa al horno por 4 min y medio		X	X		
D	Controlar para no exceder el tiempo				X	
E	Decorar	X				
F	Llevar las galletas al area de empaque final	X				
G	Almacenar en el deposito po numero de referencia					X






Galletas de Maíz



ACTIVIDAD	DESCRIPCION					
A	Mesclar por 8 min los ingredientes principales: Harina, Huevos, Endulzante, Leche Descremada, Fecula de maiz	X				
B	Depositar la masa en los moldes de la maquina rotativa	X				
C	Llevar la masa al horno por 4 min y medio		X	X		
D	Controlar para no exceder el tiempo				X	
E	Decorar	X				
F	Llevar las galletas al area de empaque final	X				
G	Almacenar en el deposito po numero de referencia					X

Galletas De Café



ACTIVIDAD	DESCRIPCION					
A	Mesclar por 8 min los ingredientes principales: Harina, Huevos, Endulzante, Leche Descremada, Saborizante de Café	X				
B	Depositar la masa en los moldes de la maquina rotativa	X				
C	Llevar la masa al horno por 4 min y medio		X	X		
D	Controlar para no exceder el tiempo				X	
E	Decorar	X				
F	Llevar las galletas al area de empaque final	X				
G	Almacenar en el deposito po numero de referencia					X

5.4 Requerimientos y Necesidades:

5.4.1 Infraestructura

Cableado.

Refrigeración.

Infraestructura eléctrica.

Sistema de supresión de incendios.

Sistemas de seguridad.

Suministro eléctrico.

Formación de local primer piso

Mantenimiento.

Reparaciones.

5.4.2 Maquinaria y equipo

2. MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
REGISTRADORA CASIO	1	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000
COMPUTADOR MACBOOK	1	\$ 2.799.900	\$ 2.799.900
MAQUINA PARA EMPACAR AL VACIO	2	\$ 650.000	\$ 1.300.000
HORNO GIRATORIO	1	\$ 600.000	\$ 600.000
BATIDOR INDUSTRIAL	1	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000
BALANZA GRAMERA DE ALIMENTOS	2	\$ 40.900	\$ 81.800
LICUADORA DE MANO IMUSA	3	\$ 119.900	\$ 359.700
LICUADORA OSTER	1	\$ 145.000	\$ 145.000
JUEGO DE 8 CAMARAS	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
TOTAL			\$ 12.086.400

5.4.3 Muebles y enseres

3. MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VITRINA	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000
CARTAS EN MADERA	6	\$ 15.000	\$ 90.000
MESAS	3	\$ 130.000	\$ 390.000
SILLAS	12	\$ 40.000	\$ 480.000
TOTAL			\$ 3.560.000

5.4.4 Herramientas

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
AMASADORA	1	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
ROLLER	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
CORTADORA	1	\$ 800.000	\$ 800.000
CUARTO DE REFRIGERADO	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
HORNO	1	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
MAQUINA DE REPOSTERIA	1	\$ 209.000	\$ 209.000
DISPENSADOR	2	\$ 289.000	\$ 578.000
REFLECTARIAS DE VIDRIO	5	\$ 44.900	\$ 224.500
RODILLOS	2	\$ 55.000	\$ 110.000
BROCHAS DE SILICONA	4	\$ 7.800	\$ 31.200
ESPETULAS DE SILICONA	4	\$ 9.200	\$ 36.800
RALLADOR	4	\$ 19.900	\$ 79.600
CUCHARAS MEDIDORAS 8 PIEZAS POR JUEGO	2	\$ 30.000	\$ 60.000
TAZAS MEDIDORAS 5 PIEZAS POR JUEGO	2	\$ 14.900	\$ 29.800
CUCHILLOS	4	\$ 24.900	\$ 99.600
MEZON	1	\$ 400.000	\$ 400.000
TOTAL			\$ 14.258.500

5.4.5 Materias primas e insumos

LISTADO DE REQUERIMIENTOS

GALLETAS CHOCOLATE CON MANÍ

TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCTO X	
		UND	
MP	Harina de trigo	40	Gr
MP	Leche descremada	15	MI
MP	Maní	10	Gr
MP	Cocoa	10	Gr
MP	Endulzante	10	Gr
MP	Polvo de hornear	4	Gr
MP	Huevos	0,2	unidad
MP	Empaque plástico	1	unidad

LISTADO DE REQUERIMIENTOS

GALLETAS DE AVENA

TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCTO X UND	
MP	Avena	40	Gr
MP	Leche descremada	15	MI
MP	Endulzante	10	Gr
MP	Polvo de hornear	4	Gr
MP	Huevos	0,2	unidad
MP	Empaque plástico	1	unidad

LISTADO DE REQUERIMIENTOS

GALLETAS DE CHIP DE CHOCOLATE

TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCTO X UND	
MP	Harina de trigo	40	Gr
MP	Chip de chocolates	20	Gr
MP	Leche descremada	15	MI
MP	Endulzante	10	Gr
MP	Polvo de hornear	4	Gr
MP	Huevos	0,2	unidad
MP	Empaque plástico	1	unidad

LISTADO DE REQUERIMIENTOS

GALLETAS VAINILLA

TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCTO X UND	
MP	Harina de trigo	40	Gr
MP	Vainilla	20	MI
MP	Leche descremada	15	MI
MP	Endulzante	10	Gr
MP	Polvo de hornear	4	Gr
MP	Huevos	0,2	unidad
MP	Empaque plástico	1	unidad

LISTADO DE REQUERIMIENTOS

GALLETAS DE MAÍZ

TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCTO X UND	
MP	Harina de trigo	20	Gr
MP	Fécula de maíz	20	MI
MP	Leche descremada	15	MI

MP	Endulzante	10	Gr
MP	Polvo de hornear	4	Gr
MP	Huevos	0,2	unidad
MP	Empaque plástico	1	unidad

LISTADO DE REQUERIMIENTOS

GALLETAS DE CAFÉ

TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCTO X UND	
MP	Harina de trigo	30	Gr
MP	Café	20	MI
MP	Leche descremada	15	MI
MP	Endulzante	10	Gr
MP	Polvo de hornear	4	Gr
MP	Huevos	0,2	unidad
MP	Empaque plástico	1	unidad

5.4.6 Tecnología

DEFINICION	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador Macbook	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Impresora Ricoh oficio mp	1	\$350.000	\$350.000
Licencia Office Hogar Y Empresas 2016	1	\$520.000	\$520.000

Mantenimiento	1	\$300.000	\$300.000
		TOTAL	\$2.370.000

5.5 Plan de Producción

Durante el primer año mensualmente se producirán 6.666 unidades por cada tipo de galleta, es decir 40.000 por mes. Para los siguientes años tenemos proyectado un aumento de las ventas de un 5% anual., por lo que la producción aumentara en el mismo porcentaje.

PRODUCCIÓN					
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chocolate con maní	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Avena	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Café	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Maíz	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Chip de chocolate	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Vainilla	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
TOTAL	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
	\$ 144.000.000	\$ 151.200.000	\$ 158.760.000	\$ 166.698.000	\$ 175.032.900

5.5.1 Plan de compras

Vital Life tiene contrato con 2 (dos) proveedores para la compra de la materia prima, la cual, será entregada por los distribuidores en nuestro lugar de producción los días 5, 15 y 25 de cada mes-

Para el primer año la compra de materia prima será de \$74.068.000, divididos en compras mensuales de \$6.172.000, los cuales se distribuirán de la siguiente manera:

PLAN DE COMPRAS MENSUAL			
ELEMENTO	CANTIDAD DE COMPRA		PRECIO DE COMPRA
Harina de trigo	285.200	Gr	\$895.000
Leche descremada y de coco	300.000	MI	\$1.455.000
Chip de chocolates	50.680	Gr	\$397.000
Café en polvo	35.680	Gr	\$297.000
Vainilla	25.000	Gr	\$97.000
Maní	40.340	Gr	\$169.000
Cocoa	30.340	Gr	\$99.000
Avena	85.360	Gr	\$499.000
Fécula de Maíz	46.680	Gr	\$503.000
Endulzante	44.000	Gr	\$965.000
Polvo de hornear	17.000	Gr	\$98.000
Huevos	8.800	unidad	\$588.000
Empaque	40.000	unidad	\$110.000
TOTAL			\$6.172.000

COMPRA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS						
Por Compras	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
GALLETAS DE AVENA	\$ 12.276.000	\$ 12.705.660	\$ 13.150.358	\$ 13.610.621	\$ 14.086.992	\$ 65.829.631
GALLETAS CHIP DE CHOCOLATE	\$ 10.840.000	\$ 11.219.400	\$ 11.612.079	\$ 12.018.502	\$ 12.439.149	\$ 58.129.130
GALLETAS DE MAÍZ	\$ 14.296.000	\$ 14.796.360	\$ 15.314.233	\$ 15.850.231	\$ 16.404.989	\$ 76.661.812
GALLETAS CHOCOLATE CON MANÍ	\$ 11.576.000	\$ 11.981.160	\$ 12.400.501	\$ 12.834.518	\$ 13.283.726	\$ 62.075.905
GALLETAS DE VAINILLA	\$ 12.968.000	\$ 13.421.880	\$ 13.891.646	\$ 14.377.853	\$ 14.881.078	\$ 69.540.457
GALLETAS DE CAFÉ	\$ 12.112.000	\$ 12.535.920	\$ 12.974.677	\$ 13.428.791	\$ 13.898.799	\$ 64.950.187
Total Egreso Mat P / Inventario	\$ 74.068.000	\$ 76.660.380	\$ 79.343.493	\$ 82.120.516	\$ 84.994.734	\$ 397.187.122

Tabla de insumos:

- Basado para la producción de una galleta:

Insumos	Cantidad	Descripción	Justificación
Leche de coco	¼ de pocillo.	La leche de coco es un ingrediente que se obtiene mezclando agua con carne o endospermo de coco maduro triturado.	Muchas personas consideran la leche de coco un alimento milagroso, ya que ayuda a proteger el organismo y a curarlo de múltiples afecciones internas y externas. Este producto fortalece el sistema inmunológico y las defensas del cuerpo.
Splenda	Media cucharadita	La sucralosa es un organoclorado utilizado como edulcorante común de los alimentos. Actúa en los receptores del tracto gastrointestinal produciendo el sabor dulce y estimulando la secreción hormonal.	Dentro de los beneficios que reciben los pacientes diabéticos insulino dependientes o que estén en manejo con otros medicamentos, es que pueden endulzar sus alimentos continuando con la mayor normalidad posible sus vidas y al mismo tiempo favorecen la adherencia a la dietoterapia instaurada por el nutricionista y la aceptación inicial de la enfermedad en un proceso.

Clara de huevo	$\frac{1}{4}$	La clara de huevo es el nombre común que hace referencia al líquido semitransparente que contienen los huevos. Se caracteriza por su alto contenido en proteínas del huevo, por lo que científicamente se le conoce con el nombre de albumen.	La clara contiene importantes cantidades de vitamina B además de tener riboflavina, selenio, potasio, magnesio, calcio, fósforo, cobre, zinc, hierro y ácido fólico. Es un coctel de vitaminas y minerales que van directo a nuestros músculos.
Saborizantes naturales	$\frac{1}{2}$ cucharadita.	Los saborizantes son preparados de sustancias que contienen los principios sávido-aromáticos, extraídos de la naturaleza (vegetal) o sustancias artificiales, de uso permitido en términos legales, capaces de actuar sobre los sentidos del gusto y del olfato	Las características nutricionales de estos productos suelen ser mejores y sus propiedades de textura, olor e incluso aspecto se mantienen estables. Además, los ingredientes cumplen con su misión y en muchos casos estos alimentos pueden tener, por ejemplo, sabores tan definidos como los que se logran con aditivos artificiales.

Ralladura de limón	¼ de cucharadita	Su fruto es el limón una fruta comestible de sabor ácido y extremadamente fragante que se usa principalmente en la alimentación.	Refuerza el sistema inmunológico: Además del hecho de que la vitamina C ayude a crear el material existente entre los glóbulos blancos, esenciales para el correcto desarrollo del sistema inmunitario.
Polvo para hornear	Una pizca	Una levadura química, polvo de hornear o impulsor es un producto químico que permite dar esponjosidad a una masa debido a la capacidad de liberar dióxido de carbono al igual que las levaduras en los procesos de fermentación alcohólica.	Polvo para hornear contiene un ácido y una base por lo que tiene un efecto neutral en términos de sabor. Recetas que utilizan polvo para hornear frecuentemente incluyen ingredientes neutrales o alcalinos como leche, chocolate y plátanos. Polvo para hornear es un ingrediente común en pasteles y panecillos.
Sal	Una pizca		El consumo de la sal modifica el comportamiento frente a los alimentos, ya que es

			un generador del apetito y estimula su ingesta.
Aceite de oliva	½ cucharadita	Sustancia grasa de origen mineral, vegetal o animal, líquida, insoluble en agua, combustible y generalmente menos densa que el agua, que está constituida por ésteres de ácidos grasos o por hidrocarburos derivados del petróleo.	Previene las enfermedades cardiovasculares: los ácidos grasos presentes en el aceite de oliva virgen, especialmente el ácido oleico, contribuyen a reducir los niveles de colesterol LDL (colesterol malo)

5.5.2 Costos de Producción

Los costos de producción incluyen la materia prima, los gastos de personal (nómina, dotación), servicios públicos, arriendo, financiación (crédito bancario), publicidad y gastos de papelería.

Para el primer año los gastos mensuales estimados serán de \$11.066.160, los cuales podrán aumentar o disminuir de acuerdo a la producción (materia prima, servicios públicos).

Adicionalmente para iniciar el proyecto tendremos 2 personas en el área operativa (panadero y cajero) los cuales tendrán un salario de \$30.000 el día laborado y un administrador con un salario básico de \$900.000. Se realizara únicamente el pago de

ARL durante el primer año y desde el segundo año se contemplara el pago de prestaciones sociales, de acuerdo al análisis del estado de resultados inmediatamente anterior. A continuación se detallan los costos proyectados:

5.5.2.1 Costos Fijos

PROYECCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de personal	\$18.144.000	\$18.742.752	\$19.361.263	\$20.000.184	\$20.660.191
Nómina Administrativa	\$10.800.000	\$11.156.400	\$11.524.561	\$11.904.872	\$12.297.732
Arriendos	\$14.400.000	\$14.904.000	\$15.425.640	\$15.965.537	\$16.524.331
Dotación	\$180.000	\$186.300	\$192.821	\$199.569	\$206.554
Depreciación Operativa	\$5.268.980	\$5.268.980	\$5.268.980	\$5.268.980	\$5.268.980
Crédito bancario	\$4.952.947	\$4.904.106	\$142.947	\$0	\$0
Total Costos	\$53.745.927	\$55.162.538	\$51.916.212	\$53.339.143	\$54.957.788

5.5.2.2 Costos Variables

PROYECCIÓN DE COSTOS VARIABLES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	\$74.068.000	\$76.660.380	\$79.343.493	\$82.120.516	\$84.994.734
Servicios Públicos	\$4.380.000	\$4.524.540	\$4.673.850	\$4.828.087	\$4.987.414
Gastos papelería y otros	\$180.000	\$185.940	\$192.076	\$198.415	\$204.962
Publicidad	\$420.000	\$433.860	\$448.177	\$462.967	\$478.245
TOTAL	\$79.048.000	\$81.804.720	\$84.657.597	\$87.609.984	\$90.665.355

5.5.2.3 Costos Unitarios

GALLETAS VAINILLA				
TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCT		COSTO X UND
MP	Harina de trigo	40	Gr	\$45,20
MP	Vainilla	20	MI	\$16,00
MP	Leche descremada	15	MI	\$45,00
MP	Endulzante	10	Gr	\$19,20
MP	Polvo de hornear	4	Gr	\$2,80
MP	Huevos	0,2	unidad	\$14,00
MP	Empaque plástico	1	unidad	\$2,50
TOTAL				\$144,70

GALLETAS DE MAÍZ				
TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCT		COSTO X UND
MP	Harina de trigo	20	Gr	\$22,60
MP	Fécula de maíz	20	MI	\$56,00
MP	Leche descremada	15	MI	\$45,00
MP	Endulzante	10	Gr	\$19,20
MP	Polvo de hornear	4	Gr	\$2,80
MP	Huevos	0,2	unidad	\$14,00
MP	Empaque plástico	1	unidad	\$2,50
TOTAL				\$162,10

GALLETAS DE CAFÉ				
TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCT		COSTO X UND
MP	Harina de trigo	30	Gr	\$33,90
MP	Café	20	MI	\$34,00
MP	Leche descremada	15	MI	\$45,00
MP	Endulzante	10	Gr	\$19,20
MP	Polvo de hornear	4	Gr	\$2,80
MP	Huevos	0,2	unidad	\$14,00
MP	Empaque plástico	1	unidad	\$2,50
TOTAL				\$151,40

GALLETAS DE CHIP DE CHOCOLATE				
TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCT		COSTO X UND
MP	Harina de trigo	40	Gr	\$0,00
MP	Chip de chocolates	20	Gr	\$50,00
MP	Leche descremada	15	MI	\$45,00
MP	Endulzante	10	Gr	\$19,20
MP	Polvo de hornear	4	Gr	\$2,80
MP	Huevos	0,2	unidad	\$14,00
MP	Empaque plástico	1	unidad	\$2,50
TOTAL				\$133,50

GALLETAS DE AVENA				
TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCT		COSTO X UND
MP	Avena	40	Gr	\$52,00
MP	Leche descremada	15	MI	\$45,00
MP	Endulzante	10	Gr	\$19,20
MP	Polvo de hornear	4	Gr	\$2,80
MP	Huevos	0,2	unidad	\$14,00
MP	Empaque plástico	1	unidad	\$2,50
TOTAL				\$135,50

GALLETAS CHOCOLATE CON MANÍ				
TIPO	ELEMENTO	CANT. DE PRODUCT		COSTO X UND
MP	Leche descremada	15	MI	\$45,00
MP	Maní	10	Gr	\$17,00
MP	Cocoa	10	Gr	\$10,00
MP	Endulzante	10	Gr	\$19,20
MP	Polvo de hornear	4	Gr	\$2,80
MP	Huevos	0,2	unidad	\$14,00
MP	Empaque plástico	1	unidad	\$0,25
TOTAL				\$108,25

5.5.2.4 Punto de Equilibrio

Para que la empresa pueda cumplir con sus costos y gastos, las ventas deben ser mínimo de 36.145 unidades por mes. Al alcanzar las ventas mencionadas la empresa no tiene ni pérdidas ni utilidades.

Es importante mencionar que el valor promedio de elaboración de una galleta es de \$139 y se venderán en \$300.

Punto de Equilibrio Mensual			
Q UNIDADES	INGRESO	EGRESO	UTILIDAD
36.204,09	\$ 10.861.226,69	\$ 10.861.226,69	\$ -

Punto de Equilibrio					
Periodo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor	\$130.189.308	\$85.965.107	\$105.771.588	\$124.164.355	\$141.341.571
Unidades	433.743	286.143	352.703	414.908	472.137

6 ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Ingresos

Los ingresos de la empresa están dados por las ventas de galletas saludables, la inversión de los 4 socios por un total de \$40.000.000 para el primer año y en el 3er año por \$12.000.000 y un crédito bancario por \$10.000.000.

Se proyectó la venta de 40.000 unidades mensuales por un valor de \$12.000.000 para un total en el primer año de 480.000 unidades por \$144.000.000.

INGRESOS MENSUALES AÑO 1						
PERIODO	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
VENTAS	\$0	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000
CRÉDITO	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL	\$10.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000

INGRESOS MENSUALES AÑO 1							
PERIODO	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000
CRÉDITO	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
INVERSIÓN	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000

INGRESOS ANUALES						
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	\$144.000.000	\$151.200.000	\$158.760.000	\$166.698.000	\$175.032.900	\$795.690.900
CRÉDITO	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
INVERSIÓN	\$40.000.000	\$0	\$12.000.000	\$0	\$0	\$0
TOTAL	\$194.000.000	\$151.200.000	\$170.760.000	\$166.698.000	\$175.032.900	\$795.690.900

6.2 Egresos

A continuación se detallan los egresos mensuales de la empresa entre los que se destacan la compra de la materia prima y el pago de nómina.

EGRESOS MENSUALES AÑO 1						
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Compras Materia Prima	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000
Nomina Operativa	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000
Arriendos	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Dotación	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000
Servicios Publicos	\$365.000	\$365.000	\$365.000	\$365.000	\$365.000	\$365.000
Gastos papeleria y otros	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000
Publicidad	\$35.000	\$35.000	\$35.000	\$35.000	\$35.000	\$35.000
Depreciación Operativa	\$439.082	\$439.082	\$439.082	\$439.082	\$439.082	\$439.082
Intereses Crédito	\$157.120	\$157.120	\$157.120	\$157.120	\$157.120	\$157.120
Capital Crédito	\$368.601	\$368.601	\$368.601	\$368.601	\$368.601	\$368.601
Nómina Administrativa	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000
Total	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803

EGRESOS MENSUALES AÑO 1						
	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Compras Materia Prima	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000	\$6.172.000
Nomina	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000
Arriendos	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Dotación	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000
Servicios Publicos	\$365.000	\$365.000	\$365.000	\$365.000	\$365.000	\$365.000
Gastos papeleria y otros	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000
Publicidad	\$35.000	\$35.000	\$35.000	\$35.000	\$35.000	\$35.000
Depreciación Operativa	\$439.082	\$439.082	\$439.082	\$439.082	\$439.082	\$439.082
Intereses Crédito	\$157.120	\$157.120	\$157.120	\$157.120	\$157.120	\$157.120
Capital Crédito	\$368.601	\$368.601	\$368.601	\$368.601	\$368.601	\$368.601
Nómina Administrativa	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000
Total	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803	\$11.178.803

EGRESOS ANUALES						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Compras Materia Prima	\$74.068.000	\$76.660.380	\$79.343.493	\$82.120.516	\$84.994.734	\$397.187.122
Nomina operativa	\$18.144.000	\$18.742.752	\$19.361.263	\$20.000.184	\$20.660.191	\$96.908.390
Arriendos	\$14.400.000	\$14.904.000	\$15.425.640	\$15.965.537	\$16.524.331	\$77.219.509
Dotación	\$180.000	\$186.300	\$192.821	\$199.569	\$206.554	\$965.244
Servicios Publicos	\$4.380.000	\$4.524.540	\$4.673.850	\$4.828.087	\$4.987.414	\$23.393.890
Gastos papeleria y otros	\$180.000	\$185.940	\$192.076	\$198.415	\$204.962	\$961.393
Publicidad	\$420.000	\$433.860	\$448.177	\$462.967	\$478.245	\$2.243.250
Depreciación Operativa	\$5.268.980	\$5.268.980	\$5.268.980	\$5.268.980	\$5.268.980	\$26.344.900
Intereses Crédito	\$1.885.443	\$731.863	\$0	\$0	\$0	\$2.617.305
Capital Crédito	\$4.423.210	\$5.576.790	\$0	\$0	\$0	\$10.000.000
Nómina Administrativa	\$10.800.000	\$11.156.400	\$11.524.561	\$11.904.872	\$12.297.732	\$57.683.565
Total	\$134.149.633	\$138.371.805	\$136.430.861	\$140.949.127	\$145.623.143	\$695.524.569

6.3 Flujo de Caja

La empresa tendrá desde el primer mes un buen flujo de caja, ya que las ventas proyectadas cubren la totalidad de los costos y gastos y quedara un saldo, el cual, soportara los meses en los que por alguna razón no se logren las ventas estimadas y por ende cubrir la totalidad de los egresos.

FLUJO DE CAJA MENSUAL AÑO 1						
	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760
Nómina Operativa		\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000
Costos Indirectos de Fabricación		\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000
Gastos Admon y Ventas		\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367
Pago de Impuesto de Renta		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de Dividendos		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de deuda		\$525.721	\$525.721	\$525.721	\$525.721	\$525.721
Total egresos de Efectivo		\$9.828.848	\$9.828.848	\$9.828.848	\$9.828.848	\$9.828.848
Flujo Neto de efectivo Operativo		\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152
Inversiones	-\$50.000.000					
Flujo Neto Total	-\$50.000.000	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152
Saldo Inicial de Caja			\$2.171.152	\$4.342.305	\$6.513.457	\$8.684.609
Saldo Caja (Superavit o Deficit)		\$2.171.152	\$4.342.305	\$6.513.457	\$8.684.609	\$10.855.761

FLUJO DE CAJA MENSUAL AÑO 1							
	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS DE EFECTIVO							
Ingreso por ventas	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000
EGRESOS DE EFECTIVO							
Compras Mp / Inventarios	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760	\$5.184.760
Nómina Operativa	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000	\$1.512.000
Costos Indirectos de Fabricación	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000	\$1.215.000
Gastos Admon y Ventas	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367	\$1.391.367
Pago de Impuesto de Renta	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de Dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de deuda	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total egresos de Efectivo	\$9.303.127	\$9.303.127	\$9.303.127	\$9.303.127	\$9.303.127	\$9.303.127	\$9.303.127
Flujo Neto de efectivo Operativo	\$2.696.873	\$2.696.873	\$2.696.873	\$2.696.873	\$2.696.873	\$2.696.873	\$2.696.873
Inversiones							
Flujo Neto Total	\$2.696.873	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152	\$2.171.152
Saldo Inicial de Caja	\$10.855.761	\$13.552.635	\$15.723.787	\$17.894.939	\$20.066.092	\$22.237.244	\$24.408.396
Saldo Caja (Superavit o Deficit)	\$13.552.635	\$15.723.787	\$17.894.939	\$20.066.092	\$22.237.244	\$24.408.396	\$26.579.548

FLUJO DE CAJA ANUAL						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		\$144.000.000	\$151.200.000	\$158.760.000	\$166.698.000	\$175.032.900
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		\$62.217.120	\$64.394.719	\$66.648.534	\$68.981.233	\$71.395.576
Nómina Operativa		\$18.144.000	\$18.742.752	\$19.361.263	\$20.000.184	\$20.660.191
Costos Indirectos de Fabricación		\$14.580.000	\$15.090.300	\$15.618.461	\$16.165.107	\$16.730.885
Gastos Admon y Ventas		\$16.696.400	\$17.219.991	\$17.760.861	\$18.319.579	\$18.896.735
Pago de Impuesto de Renta		\$0	\$0	\$2.227.433	\$3.115.977	\$2.846.484
Pago de Dividendos		\$0	-\$438.496	\$2.362.988	\$1.336.460	\$623.195
Pago de deuda		\$6.308.653	\$6.308.653	\$0	\$0	\$0
Total egresos de Efectivo		\$117.946.173	\$121.317.919	\$123.979.539	\$127.918.540	\$131.153.067
Flujo Neto de efectivo Operativo		\$26.053.827	\$29.882.081	\$34.780.461	\$38.779.460	\$43.879.833
Inversiones	-\$50.000.000					
Flujo Neto Total	-\$50.000.000	\$26.053.827	\$29.882.081	\$34.780.461	\$38.779.460	\$43.879.833
Saldo Inicial de Caja			\$26.053.827	\$55.935.908	\$90.716.369	\$129.495.829
Saldo Caja (Superavit o Deficit)		\$26.053.827	\$55.935.908	\$90.716.369	\$129.495.829	\$173.375.662

6.4 Capital de Trabajo

El capital de trabajo está dado por el aporte de 4 socios, los cuales pagaran de a \$10.000.000 en efectivo, para iniciar el proyecto. Asimismo, se solicitara un préstamo bancario por \$10.000.000 para completar \$50.000.000 de inversión inicial.

FINANCIACIÓN	
Crédito	\$10.000.000
Inversión	\$40.000.000
Total	\$50.000.000

6.5 Fuentes de Financiación

La principal fuente de financiación de nuestro proyecto serán los aportes de los 4 socios distribuidos de la siguiente manera:

APORTES SOCIOS		
Socio 1	Laura Santana	\$10.000.000
Socio 2	Jessica Bohórquez	\$10.000.000
Socio 3	Carlos Garcés	\$10.000.000
Socio 4	Alejandra García	\$10.000.000

Los aportes se realizarán en efectivo al inicio del proyecto, para la implementación del proyecto.

De igual forma se solicitará un préstamo al Banco Caja Social, bajo la línea de consumo con las siguientes características:

- Plazo de 12 a 48 meses
- Libre destinación de los recursos

Beneficios

- Tasas competitivas
- Amortización de capital e intereses flexibles
- No hay sanción por prepagos

6.6 Monto del Préstamo

El préstamo bancario requerido será de \$10.000.000

6.6.1 El Plazo

El crédito se amortizará a 24 meses.

6.6.2 La Amortización

Cuota	CAPITAL	INTERES	CUOTA	ABONO A CAPITAL
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.000.000,0
1	\$ 330.721,1	\$ 195.000,0	\$ 525.721	\$ 9.669.278,9
2	\$ 337.170,1	\$ 188.550,9	\$ 525.721	\$ 9.332.108,8
3	\$ 343.744,9	\$ 181.976,1	\$ 525.721	\$ 8.988.363,9
4	\$ 350.448,0	\$ 175.273,1	\$ 525.721	\$ 8.637.915,9
5	\$ 357.281,7	\$ 168.439,4	\$ 525.721	\$ 8.280.634,2
6	\$ 364.248,7	\$ 161.472,4	\$ 525.721	\$ 7.916.385,5
7	\$ 371.351,5	\$ 154.369,5	\$ 525.721	\$ 7.545.034,0
8	\$ 378.592,9	\$ 147.128,2	\$ 525.721	\$ 7.166.441,1
9	\$ 385.975,5	\$ 139.745,6	\$ 525.721	\$ 6.780.465,6
10	\$ 393.502,0	\$ 132.219,1	\$ 525.721	\$ 6.386.963,6
11	\$ 401.175,3	\$ 124.545,8	\$ 525.721	\$ 5.985.788,4
12	\$ 408.998,2	\$ 116.722,9	\$ 525.721	\$ 5.576.790,2
13	\$ 416.973,7	\$ 108.747,4	\$ 525.721	\$ 5.159.816,5
14	\$ 425.104,6	\$ 100.616,4	\$ 525.721	\$ 4.734.711,9
15	\$ 433.394,2	\$ 92.326,9	\$ 525.721	\$ 4.301.317,7
16	\$ 441.845,4	\$ 83.875,7	\$ 525.721	\$ 3.859.472,3
17	\$ 450.461,4	\$ 75.259,7	\$ 525.721	\$ 3.409.011,0
18	\$ 459.245,3	\$ 66.475,7	\$ 525.721	\$ 2.949.765,6
19	\$ 468.200,6	\$ 57.520,4	\$ 525.721	\$ 2.481.565,0
20	\$ 477.330,5	\$ 48.390,5	\$ 525.721	\$ 2.004.234,4
21	\$ 486.638,5	\$ 39.082,6	\$ 525.721	\$ 1.517.596,0
22	\$ 496.127,9	\$ 29.593,1	\$ 525.721	\$ 1.021.468,0
23	\$ 505.802,4	\$ 19.918,6	\$ 525.721	\$ 515.665,6
24	\$ 515.665,6	\$ 10.055,5	\$ 525.721	\$ 0,0

6.6.3 El Interés

El crédito se pactara a una tasa del 1.91% nominal vencida equivalente al 25.90% efectiva anual.

6.7 Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
VITAL LIFE S.A.S.						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	17.125.100	17.439.739	38.093.806	56.581.600	78.274.594	104.234.470
Cuentas Por Cobrar		7.200.000	7.560.000	7.938.000	8.334.900	8.751.645
Inventarios						
Total Activos Corrientes		24.639.739	45.653.806	64.519.600	86.609.494	112.986.115
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	26.344.900	26.344.900	26.344.900	26.344.900	26.344.900	26.344.900
Equipos Computo y comunic	2.370.000	2.370.000	2.370.000	2.370.000	2.370.000	2.370.000
Muebles y Enseres	3.560.000	3.560.000	3.560.000	3.560.000	3.560.000	3.560.000
Vehículos		0	0	0	0	0
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	32.274.900	32.274.900	32.274.900	32.274.900	32.274.900	32.274.900
(-) Depreciación Acumulada		6.098.980	12.197.960	18.296.940	24.395.920	30.494.900
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	32.274.900	26.175.920	20.076.940	13.977.960	7.878.980	1.780.000
Activos Diferidos	600.000	480.000	360.000	240.000	120.000	0
TOTAL ACTIVOS	50.000.000	51.295.659	66.090.746	78.737.560	94.608.474	114.766.115
PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivos Corrientes						
Proveedores		11.850.880	12.265.661	12.694.959	13.139.282	13.599.157
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	2.227.433	3.115.977	2.846.484
Total pasivos Corrientes	0	11.850.880	12.265.661	14.922.392	16.255.259	16.445.641
Pasivos No Corrientes						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290
Total pasivos No Corrientes		14.400.000	15.120.000	15.876.000	16.669.800	17.503.290
TOTAL PASIVOS	0	26.250.880	27.385.661	30.798.392	32.925.059	33.948.931
PATRIMONIO						
Capital	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Utilidades Retenidas		0	438.496	9.890.447	15.236.286	17.729.067
Utilidades del Ejercicio		0	11.814.939	6.682.298	3.115.977	948.828
TOTAL PATRIMONIO		25.044.779	38.705.085	47.939.169	61.683.414	80.817.185
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		51.295.659	66.090.746	78.737.560	94.608.474	114.766.115

6.8 Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
VITAL LIFE S.A.S.						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	144.000.000	151.200.000	158.760.000	166.698.000	175.032.900	795.690.900
Menos:						
Costo de Venta	112.060.980	115.762.412	119.592.197	123.554.787	127.654.790	598.625.165
Compras Mp / Inventarios	74.068.000	76.660.380	79.343.493	82.120.516	84.994.734	397.187.122
Nomina Operativa	18.144.000	18.742.752	19.361.263	20.000.184	20.660.191	96.908.390
Costos indirectos de fabricacion	14.580.000	15.090.300	15.618.461	16.165.107	16.730.885	78.184.752
Depreciación Operativa	5.268.980	5.268.980	5.268.980	5.268.980	5.268.980	26.344.900
Utilidad Bruta en Ventas	31.939.020	35.437.588	39.167.803	43.143.213	47.378.110	197.065.735
Menos:						
Gastos de Administración	16.696.400	23.318.971	29.958.821	36.616.519	43.292.655	119.388.467
Amortización de Diferidos	17.245.100	120.000	120.000	120.000	120.000	17.725.100
Utilidad Operacional	-2.002.480	11.998.617	9.088.982	6.406.694	3.965.455	29.457.268
Menos: Gastos Financieros	190.000	183.678	179.251	174.740	170.144	897.813
Util Antes de Impuestos	-2.192.480	11.814.939	8.909.731	6.231.954	3.795.311	28.559.455
Menos Provisión de Impuestos	0	0	2.227.433	3.115.977	2.846.484	8.189.893
Utilidad Neta	-2.192.480	11.814.939	6.682.298	3.115.977	948.828	20.369.562

6.9 Valor Presente Neto (VPN)

Valor Presente Neto (VPN)	4.028.127
Valor Presente Neto (Ingresos)	471.248.327
Valor Presente Neto (Egresos)	403.713.167

6.10 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno de nuestro proyecto es del 28.7%, y la inversión se recuperara en 2.6 años.

7 ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1 Impacto Ambiental

VITAL LIFE S.A.S siempre estará muy pendiente del entorno ambiental generando el menor porcentaje de desperdicio, se utilizarán materias primas orgánicas de excelente calidad para el consumo Humano, El empaque de los productos será basado en material reciclable que permita un mejor uso y disminuya el impacto negativo en el medio ambiente.

7.2 Impacto Social

Vital Life S.A.S. tendrá un impacto social en diversos aspectos, como lo son la generación de empleo, cobertura de población objetivo, clientes y consumidores. Tendrá un aporte bastante significativo a la salud y dietas alimenticias que ayuden a sobre llevar la vida de forma más sencilla, nuestra empresa será una gran contribuyente a la mejora en salud para personas enfermas o en su defecto para personas que deseen llevar una vida saludable.

7.3 Impacto Económico

Impulsar la industria de las galletas saludables para aquella gente que desea cuidar quizás una rutina de ejercicio, una dieta adecuada, o su salud en general, proteger la diversidad del consumidor, reducir las enfermedades y el sobrepeso, crear empleos dignos y durables, mejorar los estándares de vida o incrementar la dignidad de las personas de bajos recursos, son algunos de los beneficios sociales que puede llegar a generar un desarrollo económico correctamente implementado.

8 CONCLUSIÓN

Con la elaboración del proyecto aprendimos las pautas para la creación de una empresa las cuales nos servirán en nuestra vida profesional. Así mismo nos incentivan a ser emprendedores con el fin de en un futuro poner en marcha este proyecto.

Entendimos que la creación de una empresa es un proceso complejo en el cual la planificación de los aspectos de todas las áreas es fundamental, ya que todas se interrelacionan, y necesitan estar articuladas para un funcionamiento óptimo de la empresa.

Por otra parte, concluimos que la implementación de un proyecto no solo genera ganancias monetarias sino que ayuda a muchos sectores de la sociedad empezando por crear nuevos empleos.

De otra parte, de las pequeñas ideas se pueden sacar grandes cosas, siempre y cuando enfoquemos nuestro esfuerzo y establezcamos objetivos alcanzables.