

CREACIÓN DE
EMPRESAS II

PROYECTO DE YOGURT A BASE DE YUCA YUMIX S.A.S



INTEGRANTES:

JORGE ELIECER VILLAMIL SANCHEZ

Estudiante de Contaduría Pública

INES LEARIS ARRIETA SUAREZ

Estudiante de Contaduría Pública

HEINER CADENA

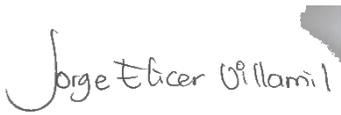
Estudiante de administración de empresas

Noviembre de 2020

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Jorge Eliecer Villamil Sánchez con cédula de identidad 1122237274 de El Retorno y alumno del programa académico Contaduría Pública, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:  _____

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Heiner Cadena con cédula de identidad 1064108143 de La Jagua De Ibirico y alumno del programa académico Administración de Empresa, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:  _____

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Ines Learis Arrieta Suarez con cédula de identidad 1098658052 de Bucaramanga y alumno del programa académico Contaduría Pública, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

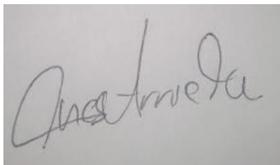
A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is cursive and appears to read 'Ines Arrieta'.

TABLA DE CONTENIDO

- Introducción
- Objetivos I.
 - Descripción de la idea de negocio
 - Cuál es el producto o servicio
 - Quién es el cliente potencial
 - Cuál es la necesidad
 - Como
 - Por qué lo preferirán II. Modelo de negocio III. Modelo de venta por Internet
 - Cuál es su modelo de venta por internet
 - Cómo captará sus clientes según el modelo de venta por internet cogido
 - Cómo y qué alternativas ofrecen a los clientes según el modelo de ventas por internet cogido
 - Cómo cerrarán la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados de acorde al modelo
 - IV. Innovación Sostenible
 - V. Estrategia del Océano Azul
 - INTRODUCCIÓN Mediante el presente trabajo

INTRODUCCIÓN

Mediante el presente trabajo daremos a conocer el yogurt de frutas a base de yuca, teniendo en cuenta que el yogurt se considera un producto muy importante debido a que aporta muchos beneficios para la salud de las personas, sin importar su edad, género o condición social. Nosotros decidimos llevar a cabo el estudio para el montaje de una fábrica de yogurt en la ciudad de Bogotá, por lo que es una oportunidad para crear nuestra propia empresa y de paso ofrecer empleo a otras personas.

El proyecto se estructura de la siguiente manera: presentamos el objetivo general y específico, la idea de negocio, el lienzo que es muy importante para el estudio que estamos realizando, el medio electrónico que usaremos para vender el producto, la estrategias del océano azul y las 5 fuerzas de Porter que es una herramienta estratégica, que nos van a permitir analizar nuestro modelo de negocio para poder aumentar las probabilidades de éxito al que deseo llegar con este proyecto.

OBJETIVOS

Generales.

Evaluar la factibilidad para el montaje de la empresa en la ciudad de Bogotá. Aprovechar que la base del yogurt (yuca), es un producto asequible en el mercado y además el costo de adquisición es bajo.

Específicos.

- Diversificar nuestro producto y ampliar el mercado objetivo.
- Identificar los aspectos principales del mercado del yogur.
- Equipar la empresa con tecnología sofisticada para un buen funcionamiento.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

YUMIX SAS, se dedicara a la elaboración del yogurt de frutas a base de yuca en la ciudad de Bogotá.

Esta idea nace de la necesidad y del constante cambio que se da en el mercado, como lo es adquirir nuevos productos. El yogurt a base de yuca es un producto enriquecido con vitamina C, vitamina B6, hidratos de carbono, proteínas, minerales tales como Potasio Y Magnesio.

¿Cuál es el producto o servicio?

El producto que trabajaremos en este proyecto es YUMIX, El yogurt de frutas a base de yuca, es un producto enriquecido con vitamina C, vitamina B6, hidratos de carbono, proteínas, minerales tales como Potasio Y Magnesio, es un delicioso yogurt que busca suplir las necesidades de nuestros clientes potenciales, y es un producto diferenciador de lo que actualmente se encuentra en el mercado.

¿Quién es el cliente potencial?

Este producto va dirigido a consumidores que buscan mantener hábitos de vida saludables y que desean otras alternativas en su alimentación, como lo son estudiantes, amas de casa, trabajadores, deportistas y personas activas entre un rango de edad 3 a 60 años. Los consumidores de yogurt están representados en todas aquellas personas que adquieren y tienen el gusto de disfrutar su exquisito sabor en diversos momentos del día, independiente del sitio donde se encuentre ya sea en el hogar, oficina, restaurante, cafetería etc., debido a que este producto se caracteriza principalmente por ser natural.

¿Cuál es la necesidad?

Brindar una nueva alternativa a la población de adquirir un producto innato, original con productos 100% naturales que busca satisfacer las necesidades de nuestros clientes potenciales, este producto llevará en su contenido todos los nutrientes extraídos de la yuca, obteniendo el beneficio y bienestar para todos los consumidores.



Ilustración 1, Envase del yogurt yumix en presentación personal de 200ml, no retornable.

¿Cómo?

La empresa estará ubicada en Colombia en la Ciudad de Bogotá, localidad de Engativá Barrio Álamos Norte; una vez localizada la maquinaria en la planta se determinará la capacidad instalada normalmente se hará producir la maquinaria por un periodo de 8 horas seguidas, de acuerdo a las normas establecidas en la secretaría de salud, trabajando con todos los protocolos de higiene, y los estándares de calidad para la producción y elaboración del yogurt.

¿Por qué lo preferirán?

El Yogurt es un producto que es muy rico en nutrientes, pero además es una explosión de sabores, texturas que despierta todos tus sentidos, lastimosamente no todas las personas podemos consumirlo debido a que no todos tenemos acceso a este rico alimento porque su precio es un poco elevado, pero además son muchas las personas que no toleramos el azúcar presente en la leche, por este motivo nace la idea de satisfacer la necesidad de una población que necesita un producto exquisito pero que además contribuya al organismo con todos los nutrientes presentes

en un yogur de leche. Adicionalmente le damos un plus innovador a la Yuca como suplemento, se ofrecerá a un precio asequible para las poblaciones en general beneficiando globalmente a estratos I, II y de manera importante la población infante.

Logotipo



Ilustración 2, logo orinal del producto Yumix, con eslogan único como tú!

Envases



Ilustración 3, Envase del yogurt yumix en presentación personal de 200ml, no retornable.



Ilustración 4, envase familiar del yogurt de frutas a base de yuca con un contenido de 1000ml

Modelo De Negocio

SEGMENTACION		
Variables Demográficas	Variables Geográficas	Variables Psicográficas
Para todos los hombres y mujeres entre los 3 y 60 años que tengan la necesidad de adquirir los beneficios de este producto ya que es un excelente energizante y un excelente suplemento en la alimentación de todas las familias ideal para los niños en etapa de crecimientos.	Por encontrarnos ubicados en la ciudad de Bogotá, este será el primer lugar donde daremos a conocer nuestro producto y por donde también empezaremos nuestra distribución, sin dejar de lado los municipios cercanos, próximamente en todo el país.	Este producto está dirigido a personas que necesitan un alimento con alta cantidad de nutrientes sin importar cual sea su clase social o sus gustos preferentes, hecho especialmente para niños en su plena etapa de crecimiento, personas con un estilo de vida activo, como deportistas.
Variables Socioeconómicas	Variables Comportamentales	
Debido a que este producto está elaborado con un alimento de menor costo que la leche, será adsequible para cualquier grupo de clase social, esto beneficiará a muchas familias de todos los estratos y sobre todo a los más bajos por su precio económico.	por sus características nutricionales este producto puede estar en la ingesta alimentaria de hombre y mujeres a diario, que además tengan un estilo de vida activo, personas que no toleren la proteína de la leche pero que les guste disfrutar de un alimento delicioso como el yogurt.	

COSTOS Y PRECIOS		
Costos Fijos		Costos Variables
Arrendamiento del local Transporte Maquinaria y equipo		Materia prima para la elaboración del producto, mano de obra, empaque y suministros Distribución Insumos.
ARQUITECTURA DE SERVICIO	RESOLVER NECESIDADES	CADENA DE DISTRIBUCIÓN
Debido a que nuestro producto estará en páginas web, supermercados y tiendas reconocidas, el proceso de la compra será muy simple y rápido ya que con tecnología en todos los sitios para efectuar el pago.	Obtener la mejor experiencia al momento de consumir el yogurt de frutas a base de yuca y por medio de su agradable sabor este se pueda incorporar en todo el mercado con la ayuda de nuestra clientela.	Su distribución se hará principalmente en los mismos comercios de aliados estratégicos, como lo son tiendas y supermercados.
FIDELIDAD		MECANISMO DE ENTREGA
por medio de campañas publicitarias, redes sociales, página web, ofertas, descuentos.		Directamente con los clientes. Puntos de ventas Por redes sociales. Facebook youtube centros de distribución manual. -supermercados de cadena -tiendas
GANANCIAS ESPERADAS		RECURSOS
Los ingresos se generarán por el precio de las ventas, patrocinios y alianzas estratégicas. La fuente de financiación será de recursos propios de la empresa.		Receta clave para elaboración del producto elaboración de los envases del producto. personal capacitado equipos y montaje servicio al cliente.

PROPUESTA DE VALOR
¡Único como tú!
Este es un producto autóctono, enriquecido con muchas vitaminas, proteínas y minerales, que debido a la ausencia de la lactosa podrá ser consumido por muchas más personas que deseen disfrutar de una deliciosa bebida saludable, que además por su práctico envase podrá llevarlo donde quiera y disfrutarlo a cualquier hora del día. Escogimos este eslogan por que representa a esta marca yumix es un producto genuino, que como el no hay dos, además en el mercado no encontramos un yogurt a base de yuca.

Tabla 1, explicación del modelo de negocio de Yumix, que busca mostrar la forma de su ejecución.

3. Modelo De Venta Por Internet

¿Cuál es su modelo de venta por internet?

El modelo de venta por internet será E-commerce branded, es un negocio basado en la explosión de la marca personal o puede ser de un producto el cual en este caso sería yumix, permite ejecutar acciones que consoliden la fidelización de los clientes, el cual pretendemos entretener, educar e informar.

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de venta por internet cogido?

Nuestros clientes potenciales que tenemos que convertir en clientes finales han de ser un trabajo constante, aunque podemos realizar campañas específicas en momentos puntuales o cuando las necesidades del negocio así lo requieran o en pocas palabras generar tráfico de venta. Un ejemplo claro sería promociones, exclusividad, demostraciones, ferias y sobre todo contenidos virtuales que entretenga e informen sobre el producto en las redes sociales como: Instagram, Facebook, YouTube, Twitter.

¿Cómo y qué alternativas ofrecen los clientes según el modelo de ventas por internet cogido?

Principalmente se optará por publicidad en redes sociales, de igual manera mediante página web y contratar un APP para solicitudes de pedidos y entrega de mercancías estas son algunas alternativas tecnológicas para resolver disyuntiva de nuestros clientes.

¿Cómo cerrarán la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados de acorde al modelo?

Las ventas se cerrarán mediante la aplicación que se contratara, el ingreso de dineros se realizara por medio de aplicaciones financieras: como Davi plata, Nequi entre otras, la empresa contara con métodos de pago mediante transacción por la APP.

4. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicio	Este recurso tan importante en el Yogurt, se aplicara de manera estricta en lo necesario como parte de los costos, dando un valor significativo a la hora de reciclarla	El consumo será indispensable, necesariamente para las maquinas que incurran en la producción del Yogurt	Las materias primas inicialmente se harán con proveedores y esencialmente serpan de primera calidad con empáque biodegradable la fruta que llegue a la planta	Las maquina que se utilizan teniendo en cuenta que serán electricas no se tendra inconveniente con la emisión de gases	Se reciclaran residuos organicos que queden de la fruta, adicional el plástico del envasado del Yogurt
Marketing		Los medios de transporte serán en inicio un camión tipo furgón bajo contrato donde se expendera, adicional marketing digital mediante redes sociales	Materiales tangibles en el Marketing no se utilizaran ya que inicialmente el fuerte serán las redes sociales		

Tabla 2, explicación de cómo se usaría un modelo de negocio sostenible, basándose en el proyecto del yogurt de fruta a base de yuca Yumix

5. Estrategia Del Océano Azul

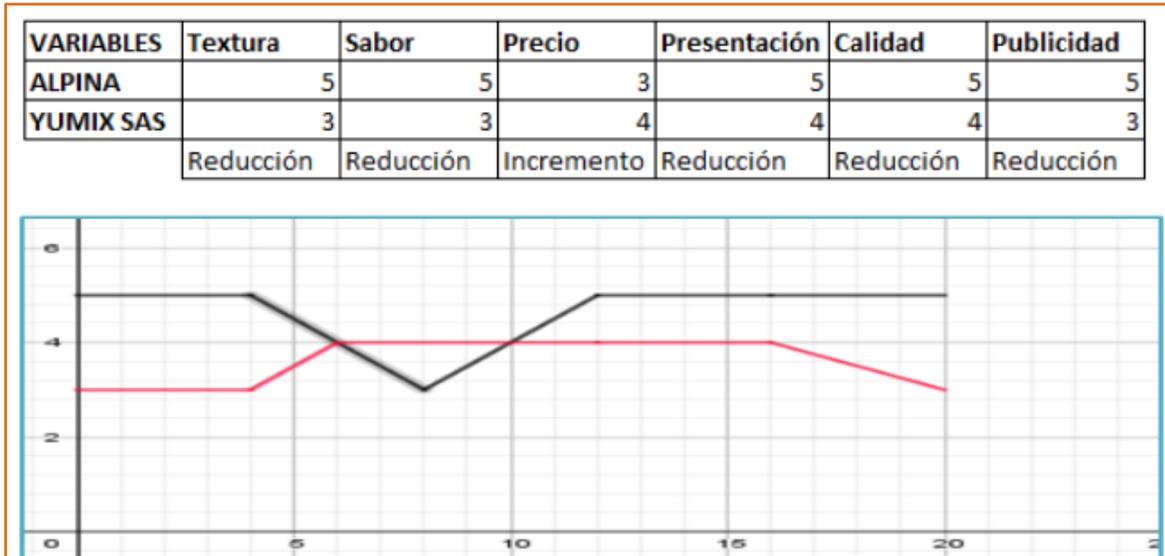


Tabla 3, muestra la manera en que se compara 2 productos con el objetivo de mirar cuáles son sus ventajas y desventajas

6-LAS 5 FUERZAS DE PORTER APLICADAS AL PROYECTO



Tabla 4, muestra como minimizar todos los riesgos posibles dentro de este mercado

Tipos de Marca, Personalización de la Marca

Pantallazos



Ilustración 5, pantallazo de la landing page de Yumix, <https://joisnevado.wixsite.com/yumix>



Ilustración 6, pantallazo de la landing page de Yumix, <https://joisnevado.wixsite.com/yumix>

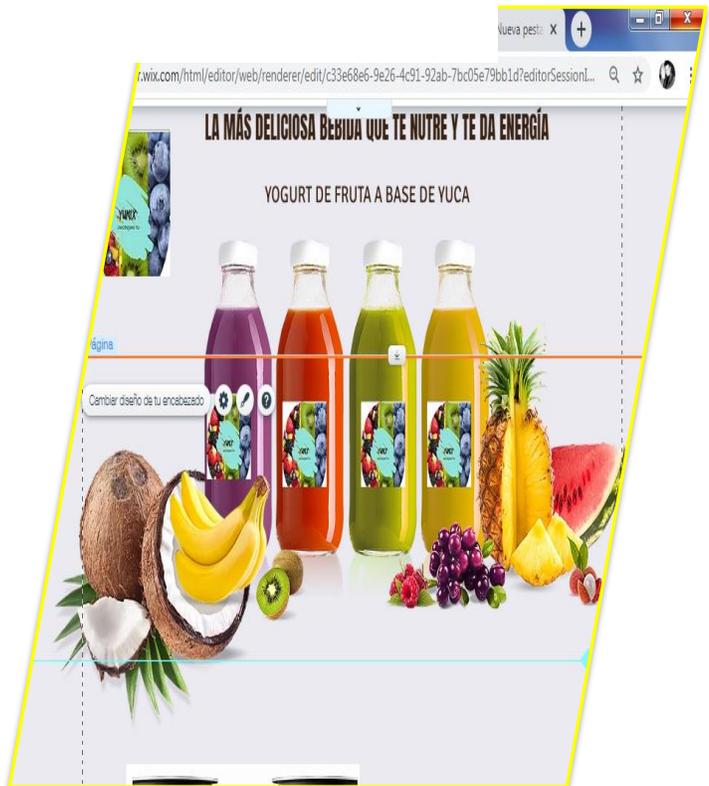


Ilustración 7, pantallazo de la landing page de Yumix, <https://joisnevado.wixsite.com/yumix>

Link Página.



<https://joisnevado.wixsite.com/yumix>

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
Nombre de la idea:	Yumix S.A.S " yogur de frutas a base de yuca	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer paso: Diagnostico del Mercado	A: Identificación del sector	Es un sector muy competitivo, el mercado de yogurt cuenta con cinco segmentos: básico, funcional, light, yogurt con cereal y kumis.
	B: Identificar marcas en competencias	Las 4 principales empresas industriales en el país (COLANTA, ALPINA, ALQUERÍA y NESTLÉ) se encuentra que estas firmas representan entre el 73% y el 79%, del volumen total del mercado.
	C: Tendencias del mercado	Valor= precio y calidad, empaque, etiqueta, beneficios y adaptación de ingredientes.
	E: Arquetipo de la marca	Explorador

Segundo paso: Realidad psicológica de la Marca	A: Recepción de las marcas de la competencia	Las marcas de la competencia se pueden identificar en cualquier lugar por los logos identificables que tienen.
	B: Identificar variables del neuromarketing	Captar clientes, lealtad, singularidad, anclaje o comparación.
Tercer paso: Posicionamiento	A: Identificar Top of mind	Logo y sabor en particular del producto
	B: Identificar Top of heart	Contenido e ingredientes del producto
Cuarto paso: Realidad Material de la Marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Un posicionamiento claro y conciso, diferencial en el mercado y relevante para el usuario.
Quinto paso: Estrategia de Comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Fácil de adquirir y rico sabor
		Empaque ecológico
		Consumido por cualquier tipo de personas
		Ahorro al comprar el producto

Tabla 5, muestra como esta efectuada el desarrollo de la marca.

Pueden seguir el proyecto a través de Instagram como:

Estoy en Instagram como @yumixs.a.s. Instala la app para seguir mis fotos y

videos. https://www.instagram.com/invites/contact/?i=38du0xaslenw&utm_content=

[k8six9y](#)

Costo De Adquisición Del Cliente

Pantallazos

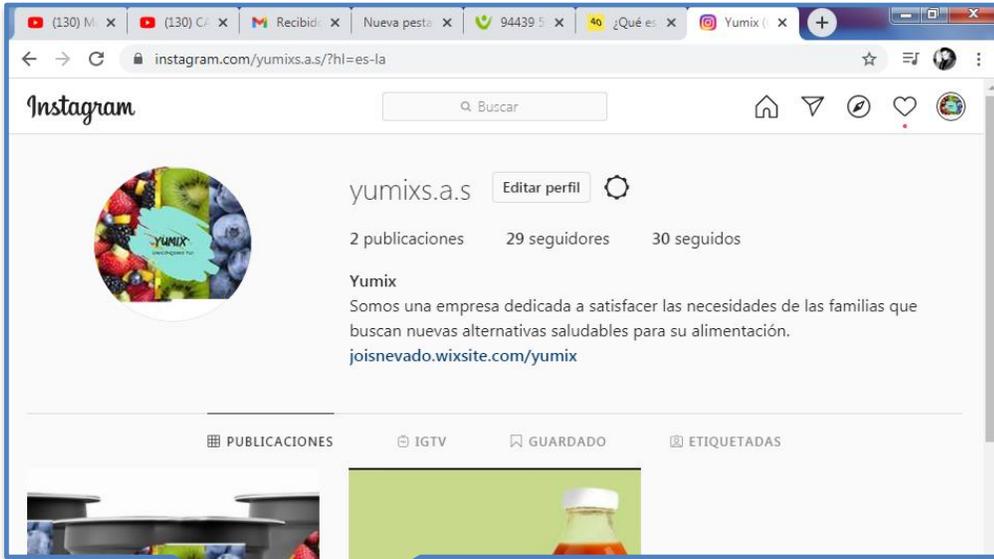


Ilustración 8, pantallazo de Instagram cuenta oficial de Yumix, se refleja los seguidores.

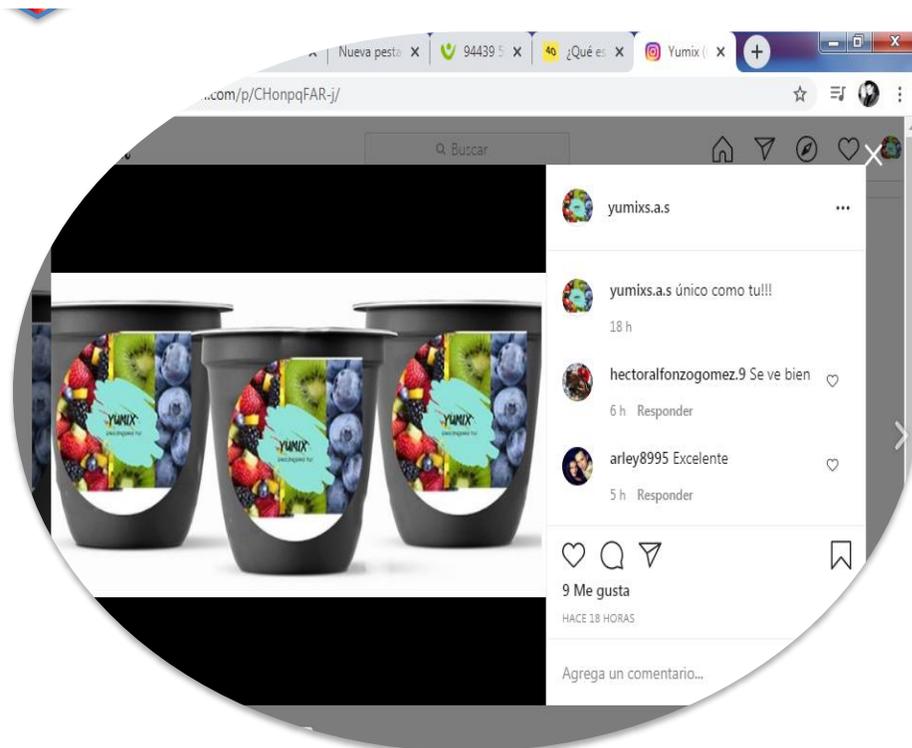


Ilustración 9, pantallazo tomado de la página de Instagram de Yumix. Se refleja los me gusta

COSTE DE ADQUISICIÓN DE CLIENE		
INVERSIÓN	NÚMERO DE CLIENTES	PRECIO DE SERVICIO
30000	29	1034

Tabla 6, muestra el coste de adquisición o el gasto para captar un cliente

VALOR DEL TIEMPO DE VIDA

PROMEDIO DEL VALOR CLIENTE		
TIKET MEDIO		1100
MARGEN	(%)	0
TIEMPO DE PARMANENCIA		5
NÚMERO DE VECES QUE REPITE		96
UNIDAD DE TIEMPO		AÑOS
	LTV	211200

Tabla 7, muestra la información cuanto dejaría un cliente un determinado tiempo

ANÁLISIS COMPARATIVO DE RESULTADO ENTRE ACA Y LTV

En el coste de adquisición del cliente vemos reflejado cuánto cuesta capturar un cliente por medio de social media, de este punto determinamos cuanto se gastará en este aspecto, por otro lado nos refleja que tan importante son las redes para proyectar un negocio y que tanta viabilidad tiene para la estabilidad del emprendimiento, por otro lado la LTV nos refleja el tiempo que tiene para consumir un producto, garantizando una entrada fija en un determinado tiempo ya que permite conocer de antemano las ganancias posibles, para que esto sea factible el LTV tiene que ser 3 veces mayor al ACA para así solidar el negocio.

Estudio técnico

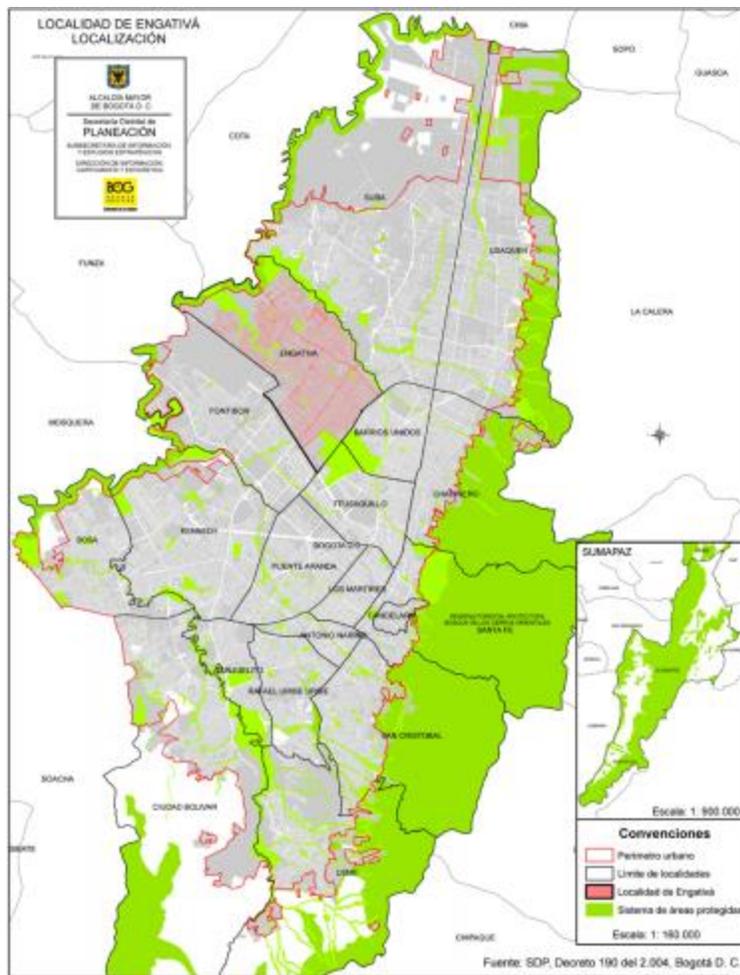
Ubicación

La empresa estará ubicada en Colombia en la Ciudad de Bogotá, localidad de Engativá Barrio Álamos Norte en calle 68 # 87 - 40 ; El área de la localidad de Engativá, tiene una extensión total de 3.588 ubicada en la zona occidental de la ciudad, limita, al norte, con el río Juan Amarillo que la separa de la localidad de Suba; al sur, con la avenida El dorado y el antiguo camino de Engativá que la separan de la localidad de Fontibón; al oriente, con la avenida calle 68 y las localidades de Barrios Unidos y Teusaquillo, y al occidente, con el río Bogotá y el municipio de Cota.

Caracterización geográfica

La localidad de Engativá presenta un territorio relativamente plano, con presencia de un sistema hidrológico de gran importancia por la presencia del río El Salitre ó Juan Amarillo y el río Bogotá en el costado occidental. Se destaca además el canal que va paralelo a la Calle 66 en el sector de Álamos.

En cuanto usos del suelo, la localidad presenta como uso predominante el residencial; no obstante, en la localidad se ubican zonas comerciales y de servicios, como la que se localiza en el sector aledaño al aeropuerto Eldorado, que fue constituida por el Plan de Ordenamiento Territorial –POT- como la centralidad “Fontibon – aeropuerto Eldorado – Engativa“, zona de relevancia comercial a nivel regional, nacional e internacional. Existen otras zonas comerciales importantes en la localidad que son los sectores de Las Ferias y Álamos, constituidos también como centralidades, a través del POT.



Fuente: Tomado de internet:

<http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/documentos/10%20Localidad%20de%20Engativ%C3%A1.pdf>

1. Tamaño

El tamaño de la empresa será en una bodega en un lote de 16m de frente x 40 de fondo. 2 pisos.

1 piso: 560m², 2 baños, 1 Vestier. Parqueo para 2 vehículos.

2 piso: 160m², 1 oficinas, 1 baños. Altura perimetral 7.50 metros. Altura central de 10 metros. Capacidad eléctrica instalada 36KV.donde se encontrarán todos los departamentos de la empresa.



Fuente: Tomado de internet: <https://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-arriendo/bogota/alamos-det-5361978.aspx#pnlMap>





Fuentes: Tomados de internet: <https://www.fincaraiz.com.co/bodega-en-arriendo/bogota/alamos-det-5361978.aspx#pnlMap>

2. Localización

Los permisos para la localización de la empresa en la ciudad de Bogotá

Decreto 676 de 2011

"Por el cual se reglamenta el Acuerdo 339 de 2008, se establecen las normas urbanísticas, arquitectónicas y técnicas para la ubicación e instalación de Estaciones de Telecomunicaciones Inalámbricas utilizadas en la prestación del servicio público de telecomunicaciones en Bogotá D.C., y se dictan otras disposiciones"

Ley 99 de 1993, consagra que: "La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.

Decreto Distrital 678 de 1994, establece que "No se podrán efectuar modificaciones, ni adiciones volumétricas en inmuebles de conservación arquitectónica

Decreto Distrital 190 de 2004, prevé que: La administración distrital reglamentará la localización, las alturas máximas, los aislamientos y la mimetización o camuflaje de las instalaciones técnicas especiales.

Decreto Distrital 332 de 2004 regulan lo concerniente al análisis de riesgos y de medidas de prevención y mitigación, así como sobre la responsabilidad especial de realizar o exigir análisis de riesgos, planes de contingencia y medidas de prevención y mitigación obligatorios.

Decreto Nacional 195 de 2005, en relación con los requisitos únicos para la instalación de estaciones radioeléctricas en telecomunicaciones, dispone que: "Cuando sea necesario adelantar obras de construcción, ampliación modificación o demolición de edificaciones, se deberá adjuntar la respectiva licencia de construcción.

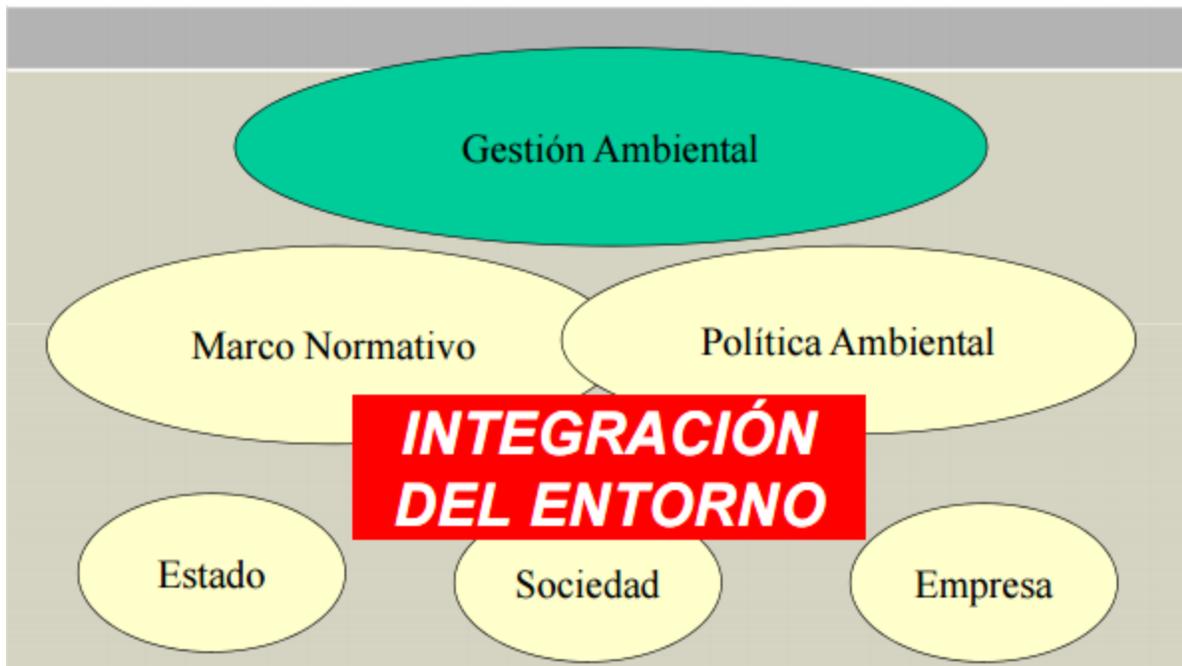
Circular conjunta No. 01 de 25 de julio de 2005 expedida por el entonces Ministerio de Comunicaciones, hoy Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, determinó las condiciones de aplicación del Decreto 195 de 2005, señalando que "(...) En relación con el Parágrafo 1° del artículo 16 del Decreto 195 de 2005, las entidades territoriales que exijan a los operadores de telecomunicaciones los requisitos anteriormente mencionados, deben entender para la aplicación de dicho parágrafo que los trámites y procedimientos contemplados para la instalación de estaciones radioeléctricas en los territorios donde ejercen sus competencias no exceptúan, a los prestadores de servicios y/o actividades de telecomunicaciones, a cumplir con los procedimientos que deban surtirse frente a otras entidades que manejan temas específicos.

La empresa será situada en la zona industrial de álamos, localidad de Engativá de la ciudad de Bogotá

1. Factores que influyen sobre la localización

La localización de la empresa queda en la zona industrial de Engativá y se tomó la decisión de poner la empresa ya que es un sitio propicio para la fabricación del producto con sus respectivos permisos.

2. Aspectos ambientales



3. Normatividad legal vigente

LEY 140 DE 1994

Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional

Ver la Sentencia de la Corte Constitucional 535 de 1996 y 064 de 1998; Ver el Decreto Distrital 959 de 2000

Se entiende por Publicidad Exterior Visual, el medio masivo de comunicación destinado a informar o llamar la atención del público a través de elementos visuales como leyendas, inscripciones, dibujos, fotografías, signos o similares, visibles desde las vías de uso o dominio público, bien sean peatonales o vehiculares, terrestres, fluviales, marítimas o aéreas.

No se considera Publicidad Exterior Visual para efectos de la presente Ley, la señalización vial, la nomenclatura urbana o rural, la información sobre sitios históricos, turísticos y culturales, y aquella información temporal de carácter educativo, cultural o deportivo que coloquen las autoridades públicas u otras personas por encargo de éstas, que podrá incluir mensajes comerciales o de otra naturaleza siempre y cuando éstos no ocupen más del 30% del tamaño del respectivo

mensaje o aviso. Tampoco se considera Publicidad Exterior Visual las expresiones artísticas como pinturas o murales, siempre que no contengan mensajes comerciales o de otra naturaleza. Ver Resolución Consejo Nacional Electoral 965 de 2001 decreto 1388 de 1976(diciembre 30) "por el cual se expiden disposiciones sobre prevención y seguridad en el distrito especial de Bogotá"

Artículo 3. Para las edificaciones industriales, almacenamientos de explosivos de combustible, de pintura, de curtiembres, la vanderías y similares, se debe presentar al cuerpo de bomberos junto con los planos, concepto favorable del departamento administrativo de planeación distrital, sobre ubicación.

Decreto 838 de 2005 por el cual se modifica el decreto 1713 de 2002 sobre disposición final de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones. en ejercicio de las facultades constitucionales y legales, en especial de las consagradas en el numeral 11 del artículo 189 de la constitución política, el numeral 14.24 del artículo 14 de ley 142 de 1994,

Artículo 1°. Definiciones. Para los efectos del presente decreto se adoptan las siguientes definiciones.

Área de aislamiento. Corresponde al área perimetral de un relleno sanitario, ubicada en su entorno, en donde se establecerán plantaciones que permitan la reducción de impactos sobre este. Es decir, corresponde al área de transición entre el área en donde se realizará la disposición final de residuos sólidos, mediante la tecnología de relleno sanitario, y su entorno.

Caracterización de los residuos. Determinación de las características cualitativas y cuantitativas de los residuos sólidos, identificando sus contenidos y propiedades.

Celda de seguridad. infraestructura que podrá ser ubicada en las áreas donde se realizará la disposición final de residuos sólidos, mediante la tecnología de relleno sanitario, donde se confinarán y aislarán del ambiente los residuos peligrosos previo cumplimiento de las normas ambientales y sanitarias en materia de residuos peligrosos.

Celda. Infraestructura ubicada en el relleno sanitario, donde se esparcen y compactan los residuos durante el día para cubrirlos totalmente al final del mismo.

Chimenea. Estructura de ventilación que permite la salida de los gases producidos por la biodegradación de los residuos sólidos.

Cobertura diaria. Capa de material natural y/o sintético con que se cubren los residuos depositados en el relleno sanitario durante un día de operación.

Cobertura final. Revestimiento de material natural y/o sintético que confina el total de las capas de que consta un relleno sanitario, para facilitar el drenaje superficial, interceptar las aguas filtrantes y soportar la vegetación superficial.

Compactación. Proceso mediante el cual en la celda se incrementa el peso específico de los residuos sólidos, con el cual se garantiza homogeneidad en la densidad del material y estabilidad de la celda.

INSTALACIONES

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VOR UNITARIO	REQUISITOS TECNICOS
Infraestructura - Adecuaciones	Instalacion de pisos, paredes y acondicionamientos locativos	1	20.000.000	Deben cumplir con las normas de higiene y tecnicas requeridas
Maquinaria y Equipo	Tanques de refrigeracion, permite mantener el producto a la temperatura indicada	2	11.000.000	Capacidad de produccion empresa
	Separador centrifugo, que permite la titulaci3n de la leche en funci3n de las necesidades.	2	5.600.000	
	Desgasificador, para eliminar eventuales aires y malos olores.	1	3.500.000	
	Dep3sitos de fermentaci3n, con circuito de calentamiento y p refrigeracion, agitadores de mezcla.	1	9.000.000	
	Envasadora para el yogurt en botella y en vasito.	2	12.400.000	
	Refrigerador industrial, para ,mantener a la temperatura indicada.	3	16.500.000	
Equipo de Comunicaci3n y Computacion	Computadores	3	6.600.000	N/A
	Telefonos inalambricos	2	460.000	N/A
	Telefono celular	1	250.000	N/A
Muebles y Enseres	Combos mesas mas sillas	2	500.000	N/A
	Escritorios	3	900.000	N/A
	Sillas giratorias	3	570.000	N/A
Gastos preoperativos	Tr3mites legales	1	3.600.000	N/A
	Gastos de marketing y promoci3n.	1	500.000	N/A
	Gastos por estudios de mercado.	1	1.000.000	N/A
	Gastos por servicios del espacio f3sico para el inicio de operaciones de la empresa.	1	1.600.000	N/A
		Total	93.980.000	

Fuente: Elaboraci3n propia.

FICHA TECNICA



YUMIX SAS

1

2020

16/11/2020

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)

YOGUR DE FRUTAS A BASE DE YUCA

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

ALMIDON DE YUCA
AZUCAR
BICARBONATO DE SODIO
FRUTAS
GLUCOSA

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

350 MILILITROS
50 MILILITROS
1LITRO

D. TIPO DE ENVASE

VASO
BOTELLA
GALON

E. MATERIAL DE ENVASE

PLASTICO

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

REFRIGERACION DE TEMPERATURA 0 A 4 GRADOS

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Tratamiento Térmico de la Mezcla básica:de 83° C / 30 minutos.

Inoculación, incubación:situarse entre los 42/45°C, con agitado constante hasta perfecta incorporación del fermento en la mezcla.

Corte del coagulo: la mezcla alcance los 35° C y posteriormente, será adicionado de aroma, sabores e pedazos de frutas.

Métodos, Tiempo y Temperatura de enfriado:A través de la circulación de agua por la pared doble del tanque 20° C y a través de circulación de aire refrigerado 10° C.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

DESPUES DE SU FECHA DE ELABORACION TIENE 1 AÑO PARA SU CONSUMO

I. PORCION RECOMENDADA

350 MILILITROS AL DIA

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

				NOMBRE DEL CARGO	Cargo: Operador en el tratamiento y elaboración de yogures. Funciones : Elaboración de yogures, procediendo a su envasado y acondicionamiento, de acuerdo a las condiciones de calidad y seguridad alimentaria.
Tiempo completo Inicialmente SMLV	DEDICACION Y REMUNERACION				
		REQUISITOS DE CONTRATACION			
Tiempo parcial Prestacion de Servicios	TIPO DE CONTRATACION			PERFIL REQUERIDO	Tecnico, tecnologo y profesional Experiencia mas de 2 años Experiencia en el sector de Industrias alimentarias, subsector lácteo, de producción de lácteos especialmente yogures.

K. GRUPO POBLACIONAL

Estudiantes, amas de casa, trabajadores, deportistas y personas activas entre un rango de edad 10 a 60 años.

Firma del responsable del producto:

REPRESENTANTE LEGAL

JORGE VILLAMAR

Nombre del Responsable del producto

INES ARRIETA

Firma:

Ines Arrieta Suarez

Fuente: Elaboración propia.