



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

PROYECTO SHERBET DE FEIJOA CON MENTA

ASIGNATURA

OPCIÓN DE GRADO II - Grupo 10113

ESTUDIANTES:

LAURA VANESA BUSTOS PUERTO

MÓNICA ANDREA HURTADO HURTADO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR (CUN)  
BOGOTÁ  
2017



*El arte de refrescarte...*

## SHERBET DE FEIJOA CON MENTA

ESTUDIANTES:

LAURA VANESA BUSTOS PUERTO  
MÓNICA ANDREA HURTADO HURTADO

PROFESOR

GIOANNY HERNANDEZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR (CUN)  
REGIONAL DISTRITO CAPITAL  
10113  
BOGOTÁ  
2017



*El arte de refrescarte...*

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

Firma presidente jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá 24 de Mayo de 2017



## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
1. DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO	7
1.1 LOGO	7
1.2 SLOGAN	7
2. IDENTIDAD ESTRATEGICA	8
2.1 FUTURO PREFERIDO	8
2.2 OBJETIVO GENERAL	8
2.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS	8
2.4 POLITICAS	9
2.5 VALORES CORPORATIVOS	9
3. PENTAGONO	10
3.1.1 Cliente	10
3.1.2 Necesidades	10
3.1.3 Expectativas	10
3.1.4 Soluciones alternativas	11
3.1.5 Frustración	11
4. ESTUDIO LEGAL	12
5 ORGANIGRAMA SHERJOA S.A.S	15
6 ENCUESTA SHERJOA S.A.S	19
7 RESULTADOS Y ANALISIS	22
8 ANALISIS DE MERCADO	29
8.1 HISTORIA, SITUACION Y EVOLUCION DEL SHERBET	29
9 MERCADO OBJETIVO	30
9.1.1 Competencia	31
9.1.2 Capacidad de crecimiento en el mercado	31
9.1.3 Ventaja competitiva	32
9.1.4 Estrategia de venta	32
10 RESUMEN EJECUTIVO	33
10.1 Clientes particulares	33
11 CARACTERISTICAS	34
12 DATOS BASICOS DEL PROYECTO	35
13 PLAN DE COSTOS INICIAL	36
14 PROYECCION DE VENTAS	39
15 CONCLUSION	41
16 RECOMENDACIÓN	41
17 REFERENCIAS	41

## CONTENIDO DE GRAFICOS Y FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Organigrama	15
Figura 2. ¿Frecuenta usted restaurantes?	22
Figura 3. ¿Alguna vez le han ofrecido en algún restaurante algún aperitivo para limpiar sus papilas gustativas platos?	22
Figura 4. ¿Ha probado alguna vez un Sherbet?	23
Figura 5. ¿En que lugares ha probado un Sherbet?	24
Figura 6. ¿Si ha probado alguna vez un Sherbet, cual ha sido su sabor preferido?	24
Figura 7. ¿Le gusta la feijoa?	25
Figura 8. ¿Le gusta la menta?	26
Figura 9. ¿Considera atractivo el hecho de que existiera un Sherbet de feijoa y menta?	26
Figura 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Sherbet?	27
Figura 11. ¿Consumiría un Sherbet en otro lugar adicional a un restaurante?	28
Figura 12. Ubicación del Sherbet de feijoa con sabor a menta	30



*El arte de refrescarte...*

## CONTENIDO DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1. Ficha Técnica</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 2. Cargograma</b>	<b>15</b>
<b>Tabla 3. Datos del Sherbet</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 4. Plan de Costo Inicial</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 5. Tabla de Amortización</b>	<b>38</b>

## **1 DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO**

En la idea de negocio se busca dar conocer a los restaurantes un nuevo sabor de SHERBET para deleitar a sus comensales ofreciéndoles una nueva experiencia de feijoa con un toque de menta. Esta idea se planteó con finalidad de tomar como base las frutas que están en el mercado colombiano con la perspectiva de llegar al consumidor objetivo, creando con el sherbet una percepción diferente que no solo refrescará, sino que preparará el paladar para apreciar mejor los sabores presentes en el plato principal.

Este producto es poco conocido en restaurantes Colombianos, se busca que el impacto causado al cliente sea agradable tanto por su sabor como por la sensación que genera en el paladar.

### **1.1 LOGO**



### **1.2 SLOGAN**

*El arte de refrescarte...*



### **3 IDENTIDAD ESTRATEGICA**

Ser una empresa del sector productivo que ofrece al consumidor productos de excelente calidad, llevando sus procesos controlados y en pro al medio ambiente, ofreciendo un sherbet de sabor agradable, buscando innovar con nuevas combinaciones de frutas e innovación en ingredientes, brindando un buen servicio y buscando satisfacer las necesidades de los clientes.

#### **2.1 FUTURO PREFERIDO**

Ser una empresa líder en fabricación y distribución de sherbet de frutas, consolidando una compañía rentable y competitiva, fortaleciendo y enriqueciendo en pro a la mejora continua, brindando un producto natural, y de muy buen deleite para nuestro cliente objetivo.

#### **2.2 OBJETIVO GENERAL**

- Innovar en el sector culinario con un sherbet a base de feijoa y menta ideal para refrescar el paladar y poder degustar de una mejor forma los platos ofrecidos por distintos restaurantes, brindando un producto de calidad, sabor y textura agradable.

#### **2.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes con un sherbet a base de feijoa y menta de excelente sabor.
- Establecer una producción artesanal limpia de sherbet implementándolas BPM durante el proceso
- Brindar un servicio al cliente de calidad.



## **2.4 POLITICAS**

- Brindar a nuestros clientes un Sherbet el cual cumpla con el pleno de requisitos de salubridad y estándares de calidad.
- Tratar con confidencialidad cada uno de los datos personales de nuestros clientes.
- Brindar un trato digno a nuestros clientes externos e internos.
- Ofrecer una post venta a todos los clientes de la compañía.
- Se maneja a clientes frecuentes una línea de crédito máxima a 30 días.

## **2.5 VALORES CORPORATIVOS**

- **RESPONSABILIDAD:** Trabajamos con ética y llevando los parámetros del servicio.
- **RESPECTO:** Empleamos el comportamiento humano con amabilidad y trabajo.
- **CUMPLIMIENTO:** De metas y seguimiento de instrucciones validando que el cliente este satisfecho con el Sherbet.
- **SOLIDARIDAD:** Buscamos comodidad en los clientes se maneja buenos precios para consumir el Sherbet de feijoa, y servicio.
- **ORIGINALIDAD:** Hacemos diferentes texturas en el producto buscamos innovación.  
La estrategia que utilizaremos es un brochure que será entregado a restaurantes de la zona norte con el fin de que el cliente vea más allá el producto del Sherbet de feijoa brindando

## **3 PENTAGONO**

### **3.1.1 Cliente**

- Género: No aplica
- Estrato: 3-4-5-6
- Geográfica: Bogotá
- Postre Helado
- Restaurantes Gourmet, del medio oriente.

### **3.1.2 Necesidades**

- Consideramos que nuestros clientes necesitan en sus cocinas un sherbet con sabor peculiar para ofrecer a sus comensales.
- Se estima que para nuestros clientes es más eficiente contar con un sherbet ya listo para servir en lugar de elaborarlo directamente en la cocina.
- Se considera que nuestros clientes deben contar con un Sherbet de calidad y buen sabor para servir a sus comensales, esto dará un valor agregado a su servicio.
- Se estima que nuestros clientes desean brindar a sus comensales un Sherbet el cual no solo funcione como postre, sino que también limpie su paladar entre dos platos.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren un Sherbet que puedan adquirir de forma directa e inmediata.

### **3.1.3 Expectativas**

- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren un Sherbet de calidad y buen sabor.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren más tiempo para preparar sus platos especiales, por ende es necesario contar con un Sherbet ya elaborado.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren un Sherbet con un sabor peculiar para generar nuevas sensaciones en sus comensales.
- Nosotros consideramos que nuestros clientes requieren un proveedor directo de Sherbet, esto sería de gran ayuda para ellos en el tema de tiempos en la cocina.



### **3.1.4 Soluciones alternativas**

- Brindar a nuestros clientes un sherbet de feijoa el cual no solo servirá como postre si no también limpiara el paladar de sus comensales entre dos platos.
- Comprar materia prima de calidad, en condiciones adecuadas para que la elaboración del sherbet sea plena.
- Hacer Sherbets basados en las BPM dando con ello lugar a un producto con estándares de calidad para nuestros clientes
- Brindar un Sherbet listo para que nuestros clientes sirvan a sus comensales.
- Ofrecer a los clientes una fácil adquisición de nuestro Sherbet, brindándoles un acompañamiento permanente en la pos venta del mismo.

### **3.1.5 Frustración**

- Consideramos que los Sherbet los hacen dentro del establecimiento (restaurante).
- Se estima que los restaurantes del medio oriente tienen poca confianza para servir a sus comensales un Sherbet elaborado por un tercero.
- Se Considera que nuestro mercado objetivo (restaurantes del medio oriente), poca voluntad tienen con un Sherbet de una marca que no es reconocida.

#### 4 ESTUDIO LEGAL

En la fabricación de los helados. Sorbetes y/o Sherbets se permite el uso adecuado de la autoridad sanitaria que se refleja en los artículos CAC/RCP 1-1969, Rev. 3-1997 con la estrategia de cumplir ciertas reglas para la protección y salud del público competente o por Codex Alimentarius

Colorantes Se permite la adición de colorantes naturales, autorizados por el Ministerio de Salud, “Resolución No. 10593 de 1985. Adicionados en la cantidad mínima indispensable para lograr el efecto deseado Se permite la adición de colorantes artificiales autorizados por el Ministerio de Salud, Resolución No 10593 de 1985. En cantidad máxima.

PARAGRAFO. El empleo de aditivos no contemplados en el presente Artículo debe someterse previamente a estudio y aprobación del Comité de Aditivos del Ministerio de Salud, según lo contemplado en el Decreto 2106 de 1983 Ministerio de salud,  
[https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion\\_02310\\_1986.pdf](https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_02310_1986.pdf)

Partiendo de la explicación actual que se refleja su normatividad se explica por el ministerio de protección social , registro sanitario de invima decreto 3075 de 1997 RTCR 413:2008 Helados y Mezclas para Helados Artículo 1º—Aprobar el siguiente Reglamento Técnico: 1. Objeto y ámbito de aplicación. El presente Reglamento Técnico tiene por objeto establecer la designación y definir los requisitos y especificaciones que deben cumplir los helados y las mezclas para helados. Se aplica también, al helado que forma parte de otros alimentos. 2. Referencias. Este Reglamento Técnico se complementa con los siguientes reglamentos vigentes: 2.1 Al Decreto Ejecutivo N° 26012-MEIC del 15 de abril de 1997, RTCR 100:1997, Etiquetado de los Alimentos Preenvasados y sus reformas, publicado en La Gaceta N° 91 del 14 de mayo de 1997. 2.2 Al Decreto Ejecutivo N° 30256-MEIC-S del 15 de enero del 2002, RTCR 135:2002. Etiquetado Nutricional de los Alimentos Preenvasados y sus reformas, publicado en La Gaceta N° 71 del 15 de abril de 2002. 2.3 Al Decreto Ejecutivo N° 31595-S del 02 de diciembre del 2003, Reglamento de Notificación de Materias Primas, Registro Sanitario, Importación, Desalmacenaje y Vigilancia de Alimentos y sus reformas, publicado en La Gaceta N° 16 del 23 de enero de 2004. 2.4 Al Decreto Ejecutivo N° 33288-MEIC-MAG-S del 16 de mayo del 2006, RTCR 395:2006. Para el Uso de Términos Lecheros y sus reformas, publicado en La Gaceta N° 164 del 28 de agosto de 2006. 2.5 Al Decreto Ejecutivo N° 33371-COMEX-MEIC del 10 de agosto del 2006. Resolución 168-2006 (COMIECO XLIX): Reglamento Técnico Centroamericano N° RTCA 01.01.11:06 Cantidad de Producto en Preempacados y sus reformas, publicado en La Gaceta N° 194 del 10 de octubre de 2006. 2.6 Al Decreto Ejecutivo N° 33812 MEIC-MAG-S del 06 de febrero del 2007, RTCR 401-2006. Leche cruda y leche higienizada y

sus reformas, publicado en La Gaceta N° 112 del 12 de junio de 2007. Aprueba Reglamento Técnico: RTCR 413:2008 Helados y Mezclas para Helados ntc norma técnica Colombia NTC 1239 2002-09-18 marvel extraída de <http://www.proleche.com/recursos/documentos/rtpl/RTCR%20Helados%20y%20Mezclas.pdf>

INTECO. INTE 02-03-05-06. Norma para helados y mezclas para helados - Requisitos. 12.2 Codex Alimentarius. Codex Stan 234-1999 (Parte A). Norma para Métodos de Análisis y Muestreo Recomendados. 2007.

Resolución número 01804 de 1989 3 de febrero de 1989, Artículo 82. Delas condiciones especiales del Helado. El Helado debe tener las siguientes características: a. Cuando sea adición en frutas o derivados de fruta, la cantidad añadida debe ser tal que el contenido neto de fruta en el producto final sea mínima del 5% m/m

Artículo 8: (O articulo126delaResolución2310de1986, quedará así

Del Artículo 126: contenido de los rótulos. Los rótulos delos envases o empaques delos derivados lácteos fabricados en el país o importados, deben llevar la siguiente información en idioma español: a. Nombre del producto y marca comercial. b. Denominación del producto. c. Nombre y dirección del fabricante, envasador o importador d. Contenido neto, expresado en unidades del sistema internacional: en volumen para líquidos y en peso para sólidos. e. Lista de ingredientes en orden decreciente de proporciones. f. La leyenda: Industria Colombiana o la indicación del país de origen. g. Número de registro sanitario. h. Fecha de vencimiento, con excepción de helados. Esquivel, Luis Manjarres, Manuel ministerio de salud extraída de [https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion\\_01804\\_1989.pdf](https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_01804_1989.pdf) 1989 (2017)

**Tabla 1. Ficha Técnica**

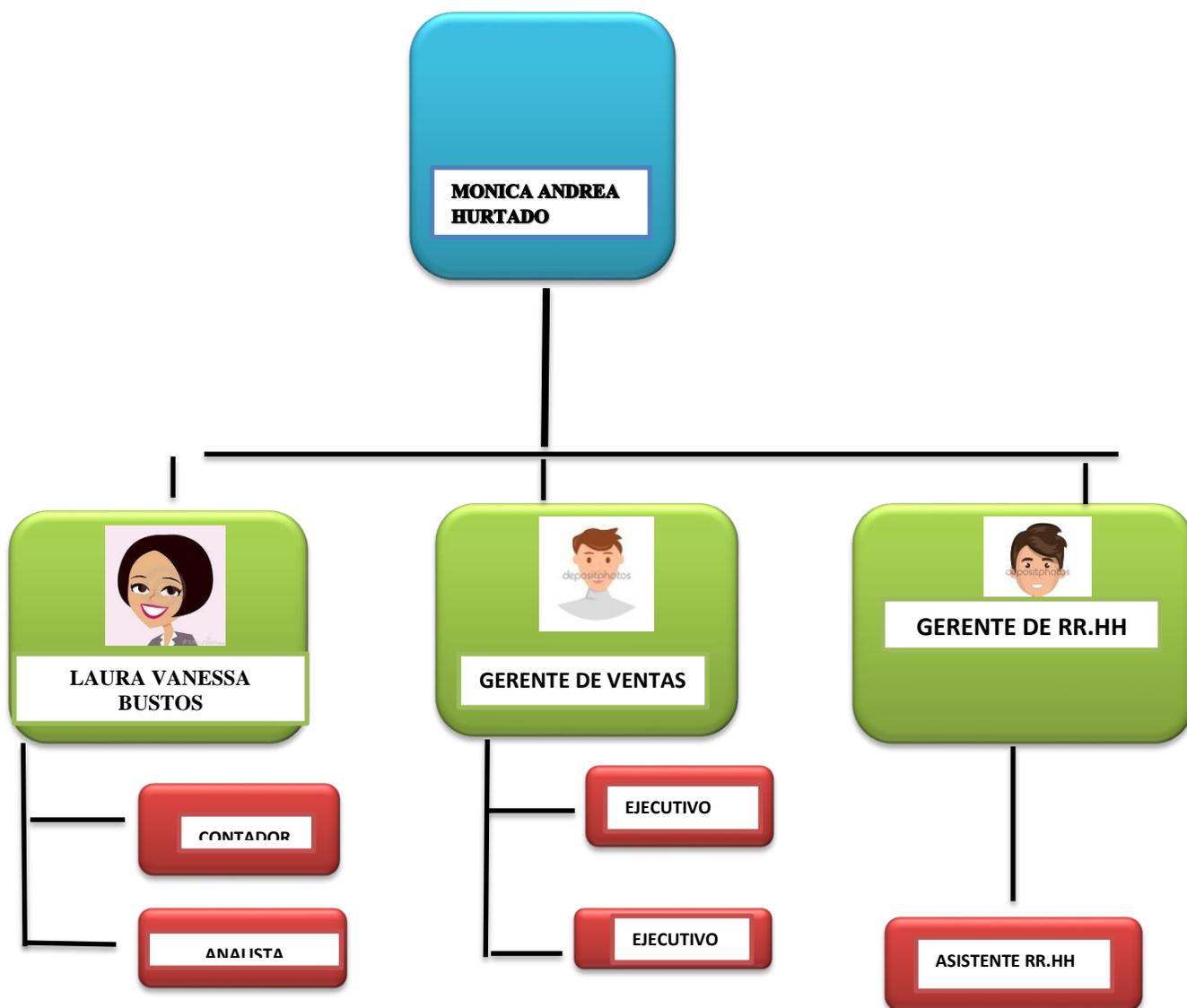
**FICHA TECNICA SHERJOA**

<b>SHERJOA S.A.S</b>
<b>Dirección: CALLE 63 A SUR N 72 39</b>
<b>Ciudad: BOGOTA D.C</b>
<b>Contacto: LAURA VANESSA BUSTOS, ANDREA HURTADO.</b>
<b>Teléfonos: 3196527794</b>
<b>Fax: 1 7808508</b>

<b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:</b>	SHERBET DE FEIJOA Y MENTA										
<b>FOTOGRAFIA</b>	<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>										
	<p>Mezcla congelada a base de feijoa y menta, por no contener grasas lo diferencia de los helados, esto hace que el sherbet sea más fresco, a la vez que menos firme y más ligero.</p>										
	<table border="1"> <tr> <td><b>Insumos</b></td> <td>Feijoa, menta, Azucar 200 gr, sal, nata liquida.</td> </tr> <tr> <td><b>Color</b></td> <td>Blanco</td> </tr> <tr> <td><b>Peso</b></td> <td>110 gramos, aprox.</td> </tr> <tr> <td><b>Textura</b></td> <td>Suave, helada</td> </tr> <tr> <td><b>Sabor</b></td> <td>Feioja y menta</td> </tr> </table>	<b>Insumos</b>	Feijoa, menta, Azucar 200 gr, sal, nata liquida.	<b>Color</b>	Blanco	<b>Peso</b>	110 gramos, aprox.	<b>Textura</b>	Suave, helada	<b>Sabor</b>	Feioja y menta
	<b>Insumos</b>	Feijoa, menta, Azucar 200 gr, sal, nata liquida.									
	<b>Color</b>	Blanco									
	<b>Peso</b>	110 gramos, aprox.									
	<b>Textura</b>	Suave, helada									
<b>Sabor</b>	Feioja y menta										
<b>PRESENTACION</b>	Presentación individual por 110 gramos										
<b>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</b>	Con una textura suave y una buena plasticidad, producto congelado en estado sólido.										
<b>COMPOCISION NUTRICIONAL</b>	<p>CARBOHIDRATOS: 27-34 %          PROTEINA : 3 – 3.5 %          AGUA : 74 %          MINERALES : 0.1%          CALORIAS APORTADAS POR 100 GR : 93.7          CLRIAS</p>										

Figura 1. Organigrama

5 ORGANIGRAMA SHERJOA S.A.S



<b>CARGOGRAMA SHERJOA S.A.S</b>			
<b>CARGO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>PERFIL DEL CARGO</b>	<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>
<b>GERENTE GENERAL</b>	<b>\$2.100.000</b>	Edad entre 25 y 40 años, Graduado(a) en Ingeniería Industrial o Administración de Empresas, Preferentemente con Maestría en Finanzas o afines, De 4 a 8 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares (Gerente General 5 años u 8 años.	Supervisar la planificación y ejecución de las estrategias y acciones de comercialización de la empresa. • Efectuar el análisis y evaluación de los resultados de los planes de mercadeo y ventas de la empresa. • Supervisar la rotación de los productos de la empresa. • Controlar los niveles de cartera. • Realizar visitas a clientes claves o clientes.
<b>GERENTE FINANCIERO</b>	<b>\$1.700.000</b>	Edad entre 25 y 40 años, Graduado en Contabilidad, Finanzas, o carrera afín. Deseable contar con maestría o postgrado en área económica administrativa, finanzas y/o Recursos Humanos, de 3 a 8 años de experiencia en el cargo o posiciones similares	Conducir las labores de Tesorería de la Organización • Monitorear el estatus financiero de la Organización para asegurar el cumplimiento de las metas presupuestales. • Realizar el análisis de la situación financiera de la Organización. • Dirigir las auditorías y gestionar las relaciones con los auditores. • Revisar, autorizar y presentar los diversos reportes financieros ante las diferentes instancias de la Organización.
<b>CONTADOR</b>	<b>1.500.000</b>	Edad entre 25 y 40 años. Graduado en Contaduría pública, preferiblemente con especializaciones en tributaria y finanzas, de 3 a 8 años de experiencia en el cargo.	Responsable de la planificación, organización y coordinación de todas relacionadas con el área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización. Establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados, las NIIF, SRI y con las políticas específicas de la empresa. Adicionalmente elabora y controla la labor presupuestaria y de costos.
<b>ANALISTA CONTABLE</b>	<b>\$1.100.000</b>	Edad entre 21 y 35 años, estudiante o graduado de Contaduría pública, de 1 a 5 años de experiencia en el cargo o afines.	Gestionar y analizar cuentas contables, propiciando la generación de informes de gestión del área de su desempeño, lo anterior con el fin de relevar, analizar, sistematizar y presentar la información de carácter financiera.  Colaborar con la Jefatura Superior, en el cumplimiento de sus objetivos en materia presupuestaria, financiera y

			<p>contable, realizando control de gestión y evaluación de control interno.</p> <p>Diseñar o rediseñar los procedimientos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la unidad.</p> <p>Analizar y gestionar las cuentas y balances entre empresas relacionadas, sosteniendo reuniones de trabajo y estableciendo procedimientos con las respectivas administraciones de las compañías.</p> <p>Organizar y mantener el archivo de los documentos que respaldan los registros contables.</p> <p>Preparar las notas explicativas a los estados financieros.</p>
--	--	--	---

<b>GERENTE DE VENTAS</b>	<b>\$1.300.00 + COMISIONES</b>	Edad entre 24 y 40 años, estudiante de administración de empresas o mercadeo, de 3 a 6 años de experiencia en el cargo o afines.	<p>} Diseño de la estrategia propuesta de valor y ventajas competitivas de todos los productos de la compañía. } Diseño de la política comercial. } Elaboración de plan de metas e incentivos. } Elaboración de presupuesto de egresos de su área. } Análisis estadístico y de mercado. } Revisión de los precios de los productos y/o servicios que ofrecen. } Gestión y control de indicadores del área. } Desarrollo de la cartera de clientes. } Manejo de indicadores del área. } Establecer la estructura de comunicación y servicio internamente al cliente. } Atención de cuentas clave, proyectos especiales y desarrollo constante de la cartera de clientes.</p>
<b>EJECUTIVO COMERCIAL</b>	<b>\$900.000 + COMISIONES</b>	Edad entre 20 y 35 años, bachiller académico preferiblemente estudiante de carrera universitaria, de 1 a 6 años de experiencia en el cargo o afines,	<p>• Estudiar permanentemente la situación del mercado objetivo de la Sucursal para identificar negocios potenciales. • Contactar y visitar constantemente a los socios, potenciales socios e instituciones, en la búsqueda de oportunidades de negocios y su realización, de acuerdo con las directrices, metas y planes de la sucursal. •generar nuevos negocios y hacer conocer nuestro producto en el mercado potencial.</p>
<b>GERENTE DE RR.HH</b>	<b>\$1.400.00</b>	Edad entre 25 y 35 años, profesional en contaduría pública, administración de empresas o ingeniería industrial, de 3 a 8 años de experiencia en el cargo o afines	<p>Identificar las necesidades que tiene la empresa al tiempo que define las prestaciones retributivas. Una vez identificadas las necesidades de la empresa, debe realizar la búsqueda y selección del personal necesario, dar soluciones a los problemas que se presenten entre el personal y la empresa o entre el personal. Esto puede darse a través de la búsqueda e incorporación del personal, el mantenimiento y capacitación del mismo y finalmente el término de la relación laboral.</p>

<p><b>ASISTENTE DE RR.HH</b></p>	<p><b>\$900.000</b></p>	<p>Edad entre 21 y 30 años, estudiante de contaduría pública, administración de empresas o ingeniería industrial, de 1 a 5 años de experiencia en el cargo o afines,</p>	<p>Aplica instrumentos de registro de información de cargo, para el análisis de cargos</p> <p>Verifica las referencias de los aspirantes a los cargos.</p> <p>Mantiene actualizados los archivos del personal que ha recibido adiestramiento.</p> <p>Recibe solicitudes de pagos de beneficios contemplados en los convenios colectivos.</p> <p>Chequea el cumplimiento de los requisitos exigidos para el otorgamiento de los beneficios tales como: primas, bonificaciones, becas, pensiones, jubilaciones y otros contenidos en los convenios colectivos.</p> <p>Realiza cálculos sobre las cláusulas de protección socio-económicas: Bono nocturno, horas extras, vacaciones, reposos pre y post natal y otros de conformidad con la Ley de Carrera Administrativa, Convenios Colectivos y la Ley Orgánica del Trabajo.</p> <p>Determina a través del estudio de los expedientes y otros documentos del personal, antigüedad o tiempo de servicio del trabajador en la Universidad y/o en otras Instituciones públicas o privadas.</p> <p>Actualiza y registra en los expedientes del personal, reposos, permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la institución.</p> <p>Registra la asistencia del personal de la dependencia.</p> <p>Realiza cálculos sencillos de datos para el boletín estadístico del área.</p> <p>Chequea diariamente el control de asistencia y detecta fallas.</p> <p>Participa con el analista en la elaboración, organización y ejecución de programas y/o actividades de previsión social, higiene y seguridad en el trabajo, recreación y bienestar social para el trabajador.</p> <p>Diseña y elabora cartelera de información general y de adiestramiento.</p>
----------------------------------	-------------------------	--	--



## 6 ENCUESTA SHERJOA S.A.S

**SEXO:** \_\_\_\_\_

**EDAD:** \_\_\_\_\_

### INTRODUCCIÓN

El Sherbet está a medio camino entre el helado y el granizado. Se realiza generalmente con frutas, zumos, verduras, bebidas alcohólicas o infusiones, aunque en los últimos años se han hecho populares también los Sherbets de otros productos como el chocolate, el café, etc. Se diferencia del helado por no contener materias grasas ni huevos en su composición, lo que hace que resulte más fresco, a la vez que menos firme y más ligero.

**1. ¿Frecuenta usted restaurantes?**

a) SI

b) NO

Cuantas veces \_\_\_\_\_

**2. ¿Alguna vez le han ofrecido en algún restaurante algún aperitivo para limpiar sus papilas gustativas entre platos?**

a)SI

b)NO

**3. ¿Ha probado alguna vez un Sherbet?**

a) SI

b) NO

**4. ¿En qué lugares ha probado un sherbet ?**

a) Reposterías

b) Restaurantes



*El arte de refrescarte...*

- c) **Otros (por favor menciónelo)** \_\_\_\_\_
- d) **Nunca lo he probado**

**5. ¿Si ha probado alguna vez un Sherbet, cual ha sido su sabor preferido?**

- a) **Fresa**
- b) **Mora**
- c) **Maracuyá**
- d) **Lulo**
- e) **Otro (por favor menciónelo )** \_\_\_\_\_
- f) **Nunca lo ha probado**

**6. ¿Le gusta la Feijoa?**

- a) **SI**
- b) **NO**
- C) **Nunca la ha probado**

**7. ¿Le gusta la menta?**

- a) **SI**
- b) **NO**
- C) **Nunca la he probado**

**8. ¿Considera atractivo el hecho de que existiera un sherbet de feijoa y menta?**

- a) **SI**
- b) **NO**

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sherbet ?**



*El arte de refrescarte...*

- a) **Entre \$1.000 y \$5.000**
- b) **Entre \$5.000 y \$10.000**
- c) **Entre \$10.000 y \$15.000**
- d) **Entre \$15.000 y \$20.000**

**10. ¿Consumiría un Sherbet en otro lugar adicional a un restaurante?**

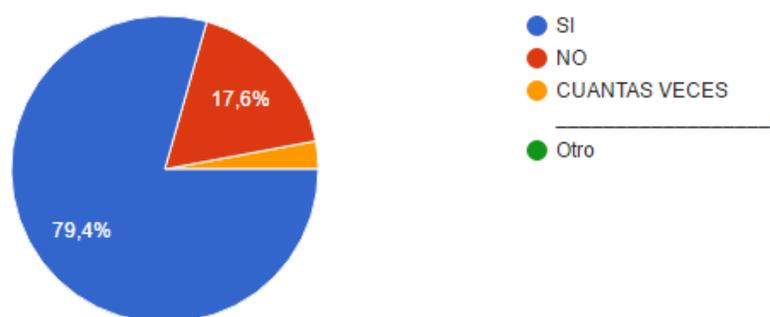
- a) **SI**
- b) **NO**
- c) **Que lugares** \_\_\_\_\_

## 7 RESULTADOS Y ANALISIS

### 1. Figura 2. ¿Frecuenta usted restaurantes?

¿Frecuenta usted restaurantes?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

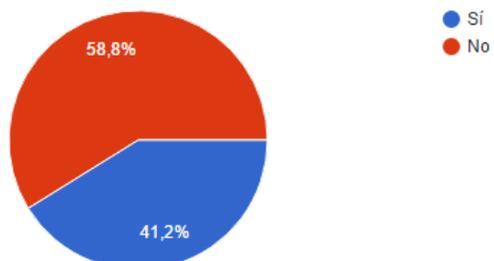
Análisis:

La primera pregunta da una introducción a la encuesta como tal, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos se da a conocer que un 79,4% de las 30 personas encuestadas frecuenta restaurantes, frente a un 17,6% que no.

**2. Figura 3. ¿Alguna vez le han ofrecido en algún restaurante algún aperitivo para limpiar sus papilas gustativas platos?**

¿Alguna vez le han ofrecido en algún restaurante algún aperitivo para limpiar sus papilas gustativas entre platos?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

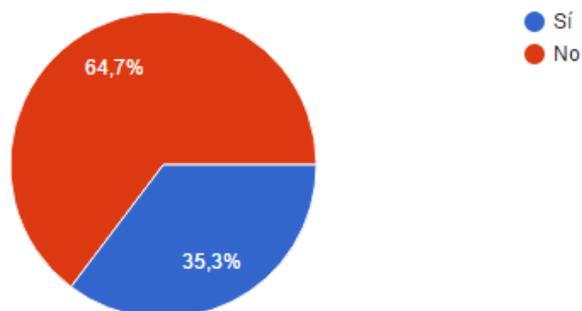
Análisis:

La segunda pregunta da un abrebocas al Sherbet, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos se dan a conocer que a un 58,8% no le han ofrecido un aperitivo para limpiar las papilas gustativas, frente a un 41,2% que sí.

### 3. Figura 4. ¿Ha probado alguna vez un Sherbet?

¿Ha probado alguna vez un Sherbet?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos

Mónica Hurtado

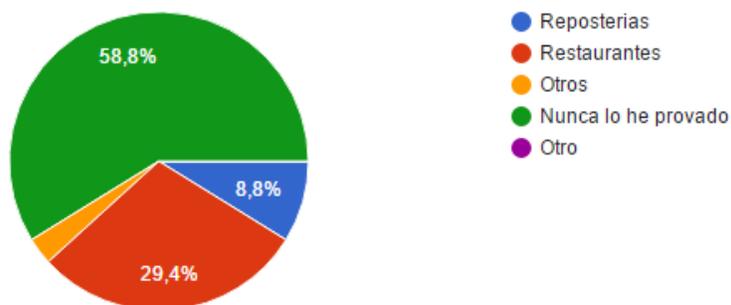
Análisis:

La tercera pregunta encara a nuestro sherbet con las personas entrevistadas, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos se dan a conocer que a un 64,7% no ha probado nunca un Sherbet, frente a un 35,3% que sí.

#### 4. Figura 5. ¿En que lugares ha probado un Sherbet?

¿En qué lugares ha probado un sherbet?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

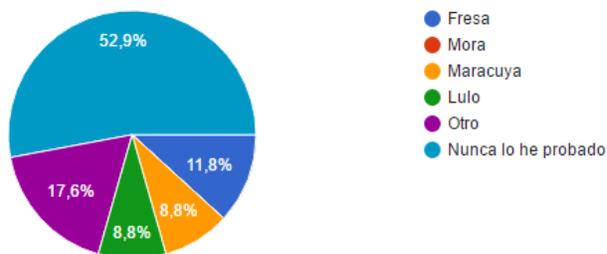
Análisis:

La cuarta pregunta, tiene como objetivo indagar donde ha probado un sherbet el encuestado que respondió que si en la pregunta anterior, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que un 29,4 % que lo ha probado lo ha hecho en restaurantes, un 8,8% en reposterías, contra un 58,8% que nunca lo ha probado.

#### 5. Figura 6. ¿Si ha probado alguna vez un Sherbet, cual ha sido su sabor preferido?

¿Si ha probado alguna vez un Sherbet, cual ha sido su sabor preferido?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

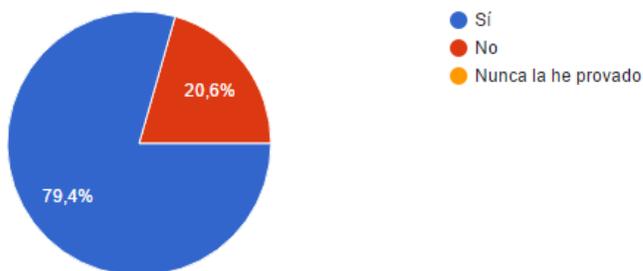
Análisis:

La quinta pregunta nos ayuda a conocer cuál ha sido el sabor preferido del encuestado que ha probado un Sherbet, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que a un 11,8% que lo ha probado le gusta el de fresa, un 8,8% de maracuyá, un 8,8 % de lulo, un 17,6% de otra fruta, frente a un 52,9% que nunca lo ha probado.

## 6. Figura 7. ¿Le gusta la feijoa?

¿Le gusta la Feijoa?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

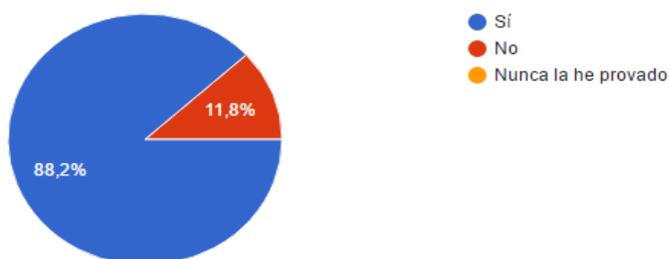
Análisis:

La sexta pregunta tiene como objetivo cuantificar el impacto de gusto que tiene la Feijoa frente a nuestros encuestados, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que aun 79,4% le gusta la Feijoa, frente a un 20,6 % que dice que no.

### 7. Figura 8. ¿Le gusta la menta?

¿Le gusta la menta?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

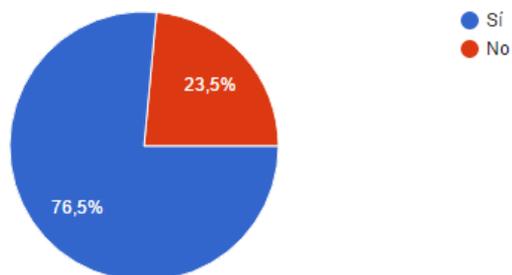
Análisis:

La séptima pregunta tiene como objetivo cuantificar el impacto de gusto que tiene la menta frente a nuestros encuestados, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que aun 88,2% le gusta la menta, frente a un 11,8% que dice que no.

### 8. Figura 9. ¿Considera atractivo el hecho de que existiera un Sherbet de feijoa y menta?

¿Considera atractivo el hecho de que existiera un sherbet de feijoa y menta?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

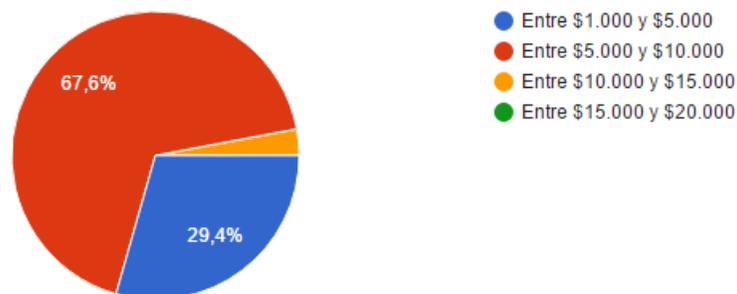
Análisis:

La octava pregunta tiene como objetivo determinar la reacción de nuestros encuestados al pensar en la posibilidad de que exista un Sherbet de Feijoa y menta, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que a un 76,5% le parece atractivo el hecho de que exista un Sherbet de feijoa y menta, frente a un 23,5% que no.

### 9. Figura 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Sherbet?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sherbet ?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos

Mónica Hurtado

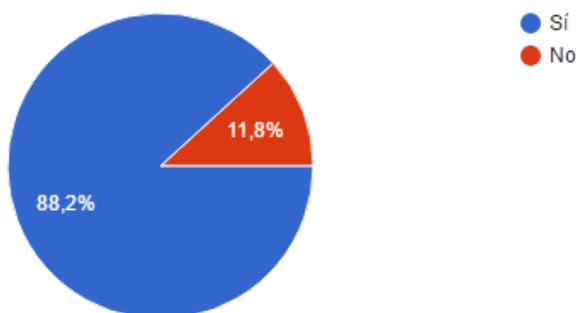
Análisis:

La novena pregunta pretende identificar la cuantía que pagarían nuestros encuestados por un Sherbet de feijoa y menta, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que un 67,6 % pagaría entre \$5.000 y \$10.000 pesos, frente a un 29,4% que pagaría entre \$1.000 y \$5.000 pesos.

#### 10. Figura 11. ¿Consumiría un Sherbet en otro lugar adicional a un restaurante?

¿Consumiría un Sherbet en otro lugar adicional a un restaurante?

34 respuestas



**Autores:** Laura Bustos  
Mónica Hurtado

Análisis:

La décima pregunta tiene como objetivo conocer que consideran nuestros encuestados de la posibilidad de que nuestra empresa abra nuevos mercados, al ver los resultados y las cifras porcentuales de los mismos, se da a conocer que un 88,2% si consumiría el Sherbet en un lugar diferente a un restaurante, frente a un 11,8% que no lo haría.

Al analizar los resultados de nuestra encuesta frente a la posibilidad de que un SHERBET DE FEIJOA Y MENTA entre al mercado de los sorbetes, concluimos que el producto es atractivo para el público y entraría con grandes capacidades para competir en el mercado.

## 8 ANALISIS DE MERCADO

### 8.1 HISTORIA, SITUACION Y EVOLUCION DEL SHERBET.

La palabra procede del turco *şherbet*, y este del árabe clásico *şarbah* "trago," quizá por influencia del verbo italiano *sorbire*. Se sabe que los sorbetes fueron los primeros postres helados. Los helados tal y como son conocidos hoy en día, preparados con leche o nata, no hicieron su aparición hasta el siglo XVII después de que se fuera transmitiendo la receta tradicional desde China hasta Italia a través de la Ruta de la Seda. Los sorbetes en su origen estaban compuestos de hielo raspado, miel y zumos de frutas heladas.

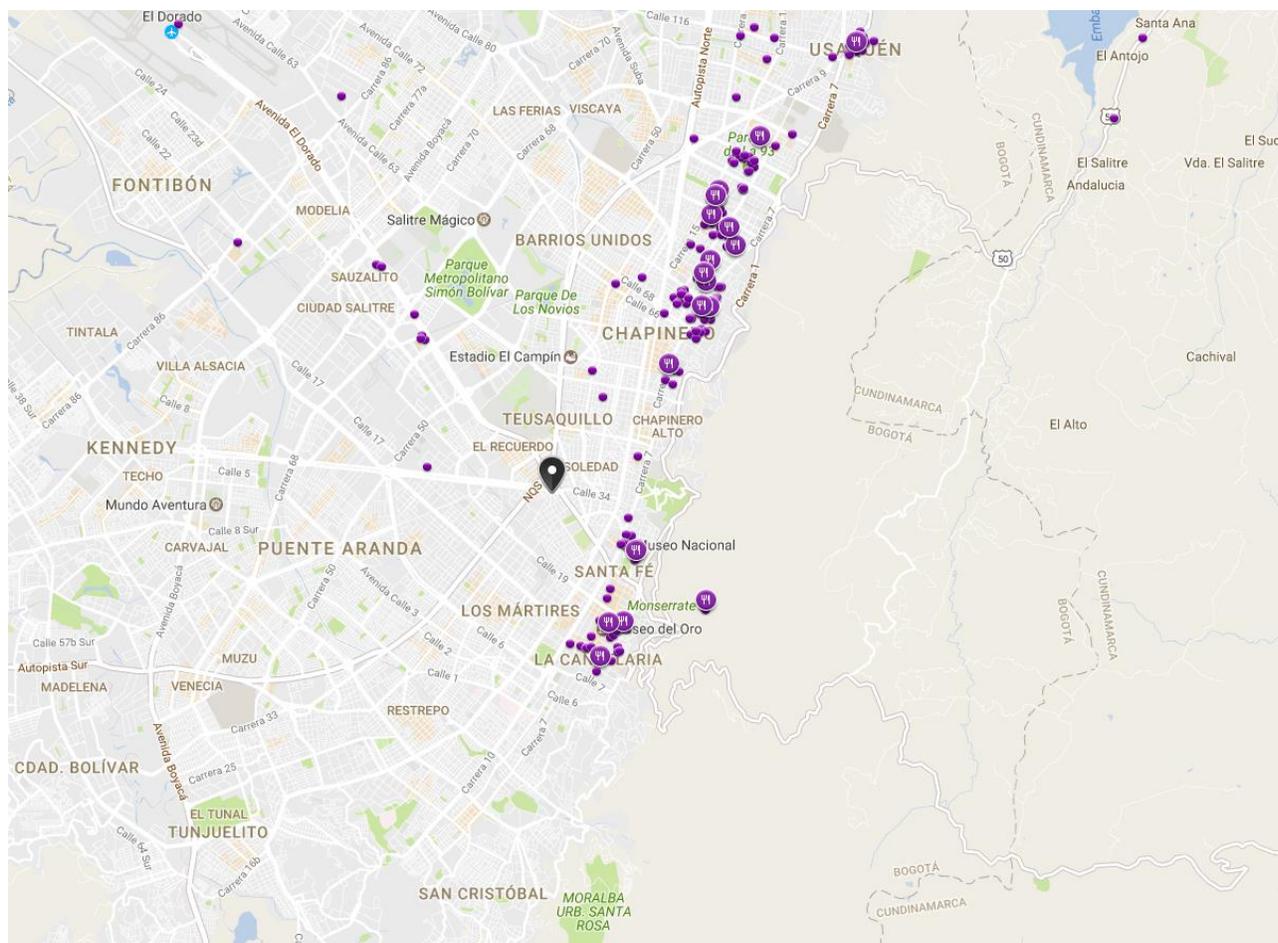
El *şherbet*, (a veces denominado también como **sorbetto**, **sorbeto**) es un postre helado, que se diferencia del helado por no contener ingredientes grasos, además de no incluir yema de huevo. Por esta razón su textura resulta menos firme, más líquida y menos cremosa que el helado.

El ingrediente principal de un *şherbet* es el zumo de frutas, a veces un vino (sirve también el cava), algún aguardiente o licor (para proporcionar aroma) e incluso a veces una infusión de hierbas, a todo ello se le añade sirope o miel para lograr el gusto del comensal.

## 9 MERCADO OBJETIVO

Los sherbet se sirven y se comercializan en diferentes lugares, sin embargo nuestro mercado objetivo son los restaurantes gourmet del medio oriente ubicados en la zona norte de la ciudad de Bogotá, para ser exactos entre la calle 2 y calle 127 con carreras 1 y 30.

**Figura 12. Ubicación del Sherbet de feijoa con sabor a menta**



Algunos de nuestros clientes objetivos son:

- EL ARABE

Calle 69A No. 6-41 | Zona G, Bogotá, Colombia  
+57 1 2484899



*El arte de refrescarte...*

- ZATAR

Carrera 5 # 69 - 15, Bogotá, Colombia  
+57 1 3179874

- BEIRUT

Calle 117 No. 6-30 | Usaquén, Bogotá 110111, Colombia

- BAITA

Cr. 5 # 69-26, Bogotá, Colombia  
+57 1 6753699

Nuestra empresa, inicialmente brindara a nuestros clientes un Sherbet a base de Feijoa y Menta, el cual tiene como función principal hacer que el comensal que lo deleite experimente el sabor original de un plato principal, debido a que el Sherbet de feijoa y menta tiene como funcionalidad limpiar las pupilas gustativas del comensal entre dos platos. Es decir, que nuestro Sherbet se servirá al finalizar una entrada e iniciar su plato fuerte.

Nuestra principal oportunidad en el mercado es la de ofrecer un Sherbet listo para servir; dando así más tiempo a nuestros clientes de preparar sus comidas y platos principales en sus restaurantes. Se tiene en cuenta que nuestro mercado objetivo necesita un elemento el cual ellos puedan ofrecer a sus comensales para limpiar sus papilas gustativas entre platos, debido a que la comida que sirven es demasiado condimentada y esto no permite obtener el sabor real de un plato si este se consume seguido de otro igual de condimentado; ahí es donde entra nuestro Sherbet de feijoa y menta, que no solamente cumple con esta función sino que también causara entre los comensales un gusto por consumirlo gracias a su rico sabor.

### **9.1.1 Competencia**

Nuestros principales competidores son nuestros mismos clientes, debido a que en sus restaurantes ellos mismos producen sus SHERBET, sin embargo debemos concientizarlos que la preparación de un Sherbet es un poco demorada y ellos deben enfocarse en que sus platos principales queden excelentes, de ahí la popularidad de su establecimiento, adicional que nuestro sherbet dará la oportunidad de limpiar las papilas gustativas de sus comensales y esto traerá como consecuencia una mayor satisfacción del sabor original de sus platos.

Las reposterías y algunas heladerías producen también Sherbet, sin embargo no son de gran amenaza por que no están enfocados en nuestro mercado objetivo.

### **9.1.2 Capacidad de crecimiento en el mercado**



Teniendo ya un recorrido en el mercado, nuestra idea será expandirnos, abrir un establecimiento de comercio, donde cualquier persona tenga acceso directo a nuestro SHERBET DE FEIJOA Y MENTA, adicional a eso la idea es incursionar con otros sabores, y ofrecer también el SHERBET en fiestas privadas, bodas, XV años, expos e inauguraciones, conciertos, activaciones, presentaciones de marca y eventos corporativos, entre otros.

### **9.1.3 Ventaja competitiva**

Basándonos en los resultados de la encuesta realizada a nuestros clientes objetivo, se dio a conocer el agrado que nuestro SHERBET DE FEIJOA Y MENTA causa en ellos, lo cual da una buena impresión de aceptación en el mercado.

### **9.1.4 Estrategia de venta**

Nos valdremos de las redes sociales y de las visitas personalizadas a cada uno de nuestros clientes objetivo para que ellos sepan quienes somos, esto con herramientas como lo son el brochure y los panfletos, adicional de muestras gratis y un excelente servicio.



## **10 RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto consiste en la elaboración de un Sherbet de Feijoa y menta, SHERJOA S.A.S dedicado a la elaboración de un sorbete a base de feijoa y menta, ofrecido principalmente a los restaurantes del medio oriente.

SHERJOA S.A.S. estará compuesta por un equipo profesional multidisciplinar, inicialmente constituida por un gerente general, un gerente financiero, una contador, un gerente de recursos humanos, un gerente de ventas, dos asesores comerciales, y sus respectivos auxiliares administrativos y contables, se dedicará principalmente la elaboración de un SHERBET a base de feijoa y menta.

Los asesores comerciales, cuentan con experiencia en los sectores relativos a las áreas específicas y especializadas en las que van a ejercer su actividad comercial.

La ventaja competitiva frente a la competencia se centra en la calidad del servicio y en la gran especialización y concreción dentro de las áreas comerciales.

Los clientes potenciales de SHERJOA S.A.S. serán los siguientes:

### **10.1 Clientes particulares**

Restaurantes del medio oriente ubicados en la zona norte de Bogotá, entre la calle 2 y calle 127 con carreras 1 y 30.



## **11 CARACTERISTICAS**

- 1.** Trabajo en equipo del área comercial : Todo el personal debe tener una idea aunque sea somera de los asuntos que se tramitan en la empresa (hablando comercialmente), ya que así se pueden detectar otras necesidades de los clientes que puedan ser cubiertas por los servicios de la entidad.
- 2.** Formación: El personal de la empresa tendrá una formación acorde con su puesto de trabajo y complementaria con la de los demás trabajadores. Además, SHERJOA S.A.S fomentará la formación continua entre los trabajadores para que estén permanentemente actualizados en sus conocimientos.
- 3.** Imagen y prestigio De la compañía: Para conseguir que los clientes perciban una buena imagen de la empresa y de su nombre, la empresa ofrecerá calidad, una imagen cuidada del negocio y un trato personalizado y exquisito a los clientes.
- 4.** Asesoramiento personalizado: Que nos permita ofertar al cliente los servicios idóneos para su caso concreto.

## 12 DATOS BASICOS DEL PROYECTO

**Tabla 3. Datos del Sherbet**

<b>SECTOR</b>	<b>SERVICIOS A LAS EMPRESAS</b>
ACTIVIDAD	ELABORACION, COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DE SHERBET A BASE DE FEIJOA Y MENTA
CLASIFICACION NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONOMICAS	62182, ELABORACION DE POSTRES HELADOS
FORMA JURIDICA	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
LOCALIZACION	CL 63 A SUR N 72 39
PERSONAL Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	GERENTE GENERAL, GERENTE FINANCIERO, CONTADOR, ANALISTA FINANCIERO, GERENTE DE VENTAS, DOS ASESORES COMERCIALES, GERENTE DE RR.HH, ASISTENTE DE RR.HH.
CARTERA DE SERVICIOS	ELABORACION, COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DE SHERBET A BASE DE FEIJOA Y MENTA
CLIENTES	RESTAURANTES DEL MEDIO ORIENTE UBICADOS EN LA ZONA NORTE DE BOGOTA, ENTRE LA CALLA 2 Y CALLE 127 CON CARRERAS 1 Y 30.
HERRAMIENTAS DE PROMOCION	VISITAS COMERCIALES, REDES SOCIALES.

### 13 PLAN DE COSTOS INICIAL

**Tabla 4. Plan de Costo Inicial**

<b>PLAN DE COSTOS INICIAL SHERJOA S.A.S</b>			
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>NOMINA</b>			
GERENTE GENERAL	1	2.100.000	2.100.000
GERENTE FINANCIERO	1	1.700.000	1.700.000
CONTADOR	1	1.500.000	1.500.000
ANALISTA CONTABLE	1	1.100.000	1.100.000
GERENTE DE VENTAS	1	1.300.000	1.300.000
EJECUTIVO COMERCIAL	1	900.000	900.000
GERENTE DE RR.HH	1	1.400.000	1.400.000
ASISTENTE DE RR.HH	1	900.000	900.000
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
ARRIENDO	1	1.100.000	1.100.000
<b>SERVICIOS PUBLICOS</b>			
AGUA	1	60.000	60.000
LUZ	1	40.000	40.000
INTERNET Y TELEFONIA	1	120.000	120.000
GAS	1	20.000	20.000
<b>MATERIA PRIMA</b>			
NATA LIQUIDA	6	2.000	12.000
FEIJOA	100	500	50.000
AZUCAR	4	1.100	4.400
SAL	4	1.400	5.600
HOJA DE MENTA	20	500	10.000
<b>PAPELERIA</b>			
RESMAS	4	9.000	36.000
ESFEROS	20	900	18.000
LAPICES	10	700	7.000
<b>EQUIPO DE COMPUTACION</b>			



*El arte de refrescarte...*

COMPUTADOR	1	1.300.000	1.300.000
IMPRESORA	1	450.000	450.000
<b>TOTAL</b>			<b>14.133.000</b>

<b>PLAN DE COSTOS DE MERCADEO INICIAL SHERJOA S.A.S</b>			
<b>DESCRIPCION DEL RECURSO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>BROCHURE</b>	<b>1.000</b>	<b>\$ 300</b>	<b>300.000</b>
<b>PANFLETOD</b>	<b>1.000</b>	<b>\$ 250</b>	<b>250.000</b>
<b>PUBLICIDAD REDES SOCIALES</b>	<b>1</b>	<b>\$ 250.000</b>	<b>250.000</b>
<b>COSTO TOTAL DE MERCADEO INICIAL</b>			
<b>\$800,000</b>			

**TOTAL** \$14,933,000

Para financiar el proyecto, nuestra idea es adquirir un préstamo de 15.000.000, con la cooperativa comercatol (ADJUNTO TABLA DE AMORTIZACION).

**Tabla 5. Tabla de Amortización**

COOPERATIVA MULTIACTIVA DE CONSUMO Y COMERCIALIZACION DEL TOLIMA  
**“COOMERCATOL”**  
 NIT.: 809.007.259-7 / mercatool@hotmail.com



**PLAN DE PAGOS CREDITO 0000091422**

Tasa Norm/Men	2.06	Norm/Anual	31.92	Efect/Anual	37.03	T.Mora Mens.	0.00	T.Mora E.A.	0	Tasa Seg. Vida	0.00000
Cuotas	48	Fecha Emisión 2017.05.19									
cuota	fecha pago	saldo inicial	numero dias	valor cuota	abono a capital	abono a intereses	Seguro Deudores	Seg/Deud Otroe/Conc	saldo final		
1	2017.06.19	15,000,000	31	683,156	115,856	412,300	0	155000	14,884,144		
2	2017.07.19	14,884,144	30	683,156	138,396	395,918	0	148841	14,745,748		
3	2017.08.19	14,745,748	31	683,156	125,472	405,311	0	152373	14,620,276		
4	2017.09.19	14,620,276	31	683,156	130,217	401,863	0	151076	14,490,059		
5	2017.10.19	14,490,059	30	683,156	152,820	385,436	0	144901	14,337,239		
6	2017.11.19	14,337,239	31	683,156	140,922	394,083	0	148151	14,196,317		
7	2017.12.19	14,196,317	30	683,156	163,571	377,622	0	141963	14,032,746		
8	2018.01.19	14,032,746	31	683,156	152,436	385,713	0	145005	13,880,308		
9	2018.02.19	13,880,308	31	683,156	158,203	381,523	0	143430	13,722,105		
10	2018.03.19	13,722,105	28	683,156	214,409	340,674	0	128073	13,507,696		
11	2018.04.19	13,507,696	31	683,156	172,295	371,282	0	136580	13,395,401		
12	2018.05.19	13,335,401	30	683,156	195,080	354,722	0	133354	13,140,321		
13	2018.06.19	13,140,321	31	683,156	186,189	361,184	0	135783	12,954,132		
14	2018.07.19	12,954,132	30	683,156	209,035	344,580	0	129541	12,745,097		
15	2018.08.19	12,745,097	31	683,156	201,136	350,320	0	131699	12,543,961		
16	2018.09.19	12,543,961	31	683,156	208,743	344,792	0	129621	12,335,218		
17	2018.10.19	12,335,218	30	683,156	231,687	328,117	0	123352	12,103,531		
18	2018.11.19	12,103,531	31	683,156	225,400	332,686	0	125070	11,878,131		
19	2018.12.19	11,878,131	30	683,156	248,416	315,958	0	118781	11,629,715		
20	2019.01.19	11,629,715	31	683,156	243,320	319,882	0	120174	11,386,395		
21	2019.02.19	11,386,395	31	683,156	252,523	312,974	0	117659	11,133,872		
22	2019.03.19	11,133,872	28	683,156	302,823	276,417	0	103916	10,831,049		
23	2019.04.19	10,831,049	31	683,156	273,526	297,709	0	111921	10,557,523		
24	2019.05.19	10,557,523	30	683,156	296,751	280,830	0	105575	10,260,772		
25	2019.06.19	10,260,772	31	683,156	295,094	282,034	0	106028	9,965,678		
26	2019.07.19	9,965,678	30	683,156	318,412	265,087	0	99657	9,647,266		
27	2019.08.19	9,647,266	31	683,156	318,296	265,171	0	99688	9,328,970		
28	2019.09.19	9,328,970	31	683,156	330,334	256,422	0	96399	8,998,636		
29	2019.10.19	8,998,636	30	683,156	353,806	239,364	0	89986	8,644,830		
30	2019.11.19	8,644,830	31	683,156	356,209	237,618	0	89330	8,288,621		
31	2019.12.19	8,288,621	30	683,156	379,792	220,477	0	82888	7,908,829		
32	2020.01.19	7,908,829	31	683,156	384,044	217,387	0	81725	7,524,785		
33	2020.02.19	7,524,785	31	683,156	398,569	206,831	0	77756	7,126,216		
34	2020.03.19	7,126,216	29	683,156	431,030	183,239	0	68887	6,695,186		
35	2020.04.19	6,695,186	31	683,156	429,944	184,026	0	69184	6,285,242		
36	2020.05.19	6,285,242	30	683,156	453,848	166,655	0	62652	5,811,394		
37	2020.06.19	5,811,394	31	683,156	463,369	159,736	0	60051	5,348,025		
38	2020.07.19	5,348,025	30	683,156	487,418	142,257	0	53480	4,860,607		
39	2020.08.19	4,860,607	31	683,156	499,326	133,602	0	50226	4,361,279		
40	2020.09.19	4,361,279	31	683,156	518,212	119,877	0	45067	3,843,067		
41	2020.10.19	3,843,067	30	683,156	542,500	102,226	0	38431	3,300,567		
42	2020.11.19	3,300,567	31	683,156	558,329	90,722	0	34106	2,742,238		
43	2020.12.19	2,742,238	30	683,156	562,790	72,944	0	27422	2,159,446		

COOPERATIVA MULTIACTIVA DE CONSUMO Y COMERCIALIZACION DEL TOLIMA

“COOMERCATOL”

NIT.: 809.007.259-7 / mercatool@hotmail.com



PLAN DE PAGOS CREDITO 0000091422

PAGINA N. 2

FECHA 2017.05.19

HORA : 12:21:26

Asociado	ACOSTA CARLOS JULIO			Nro Credito	0000091422	Cédula	0017194483		
Compañía	001-COOP					Código	17194483		
Tasa Norm/Men	2.86	Norm/Anual	31.92	Efect/Anual	37.03	T.Mora Mens.	0.00		
						T.Mora E.A.	0		
Tasa Seg. Vida							0.00000		
Cuotas	48	Fecha Emisión	2017.05.19	Modalidad de Crédito	LIBRE INVERSION 1				
cuota	fecha pago	saldo inicial	numero días	valor cuota	abono a capital	abono a intereses	Seguro Deudores	Seg/Deud Otros/Conc	saldo final
44	2021.01.19	2,159,448	31	683,156	601,486	59,356	0	22314	1,557,962
45	2021.02.19	1,557,962	31	683,156	624,234	42,823	0	16099	933,728
46	2021.03.19	933,728	28	683,156	651,260	23,181	0	8715	282,468
47	2021.04.19	282,468	31	293,151	282,468	7,784	0	2919	0
<b>Totales Plan de Pagos</b>					<b>15,000,000</b>	<b>12,150,477</b>	<b>0</b>	<b>4,567,847</b>	

Recibi a Satisfacción

NOTA: Esta tabla de amortización solo tiene validez si los pagos son efectuados en cada una de las fechas comprometidas. En caso contrario los intereses se calculan en tiempo real de acuerdo a cada fecha en que realmente se efectúe el pago.

### 14 PROYECCION DE VENTAS

Teniendo en cuenta la encuesta, y lo que el mercado piensa sobre el precio de un SHERBET DE FEIJOA, nosotros llegamos a la conclusión de que cada Shebert se puede presentar con un valor comercial de \$6.000.

Tabla 6. Proyección de ventas

UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	GASTOS MENSUALES INICIALES	GANANCIA BRUTA
4000	6.000	24.000.000	\$14,933,000	9,067,000



*El arte de refrescarte...*

**DISTRIBUCION**

<b>RESTAURANTES</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>UNIDADES VENDIDAS EN CADA RESTAURANTE / MENSUAL</b>
<b>20</b>	<b>4.000</b>	<b>200</b>

## **15 CONCLUSION**

Como resultado de la investigación hecha por nosotros frente al proyecto de SHERJOA S.A.S., es posible concluir que existe un gran porcentaje de probabilidad que la idea de negocio sea viable, debido a dos factores principales:

1. La aceptación del mercado objetivo, frente al SHERBET DE FEIJOA Y MENTA.
2. La oportunidad de negocio que nos brindan nuestro mercado objetivo.

Por otro lado, cabe resaltar que SHERJOA S.A.S, brindara un servicio con valor agregado, lo cual lo va tornar llamativo a todo el mercado objetivo.

## **16 RECOMENDACIÓN**

Estar al tanto de los cambios que puedan generarse en nuestra materia prima, esto con el fin de tener un reabastecimiento al día.

Analizar la competencia y estudiar los cambios en los que puedan incurrir.

## **REFERENCIAS**

1. INTECO. INTE 02-03-05-06. Norma para helados y mezclas para helados - Requisitos. 12.2 Codex Alimentarius. Codex Stan 234-1999 (Parte A). Norma para Métodos de Análisis y Muestreo Recomendados. 2007. <https://es.scribd.com/doc/58309021/NTC-1239-Helados-y-Mezclas-Para-Helados>
2. A prueba reglamento técnico RTCR 413: 2008 helados y mezclas para helados <http://www.proleche.com/recursos/documentos/rtpl/RTCR%20Helados%20y%20Mezclas.pdf>