

AGUAYMANTO AGUARDIENTE ARTESANAL DE UCHUVA

Andrea Figueroa Nomezque
Leidy Michel Lombo Quintero
María Johana Quintero Chacón

Octubre 2018

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

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

Tabla de contenido

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

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

1. INTRODUCCION

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

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

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

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

2. PLANEACION ESTRATEGICA

2.1 Descripción general del producto

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

2.2 Caracterización del cliente

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

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

2.3 Pentágono Perfilacion

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

2.4 Expectativa

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

2.5 Tabla N° 1 Soluciones Actuales

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

2.6 Frustraciones

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

2.7 Segmentación del Mercado

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

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

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 Misión

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

3.2 Visión

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

3.3 Objetivo general

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

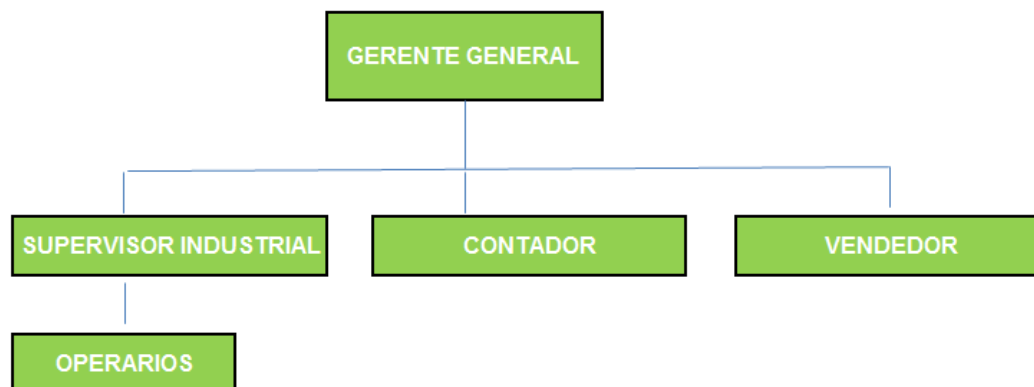
3.4 Objetivos específicos

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

3.5 Valores

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

3.6 Organigrama



3.7 Tabla N° 2 Cargograma

CARGOGRAMA

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

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

3.8 Tabla N° 3 Nomina

B.A.C. BOGOTA ARTESANAL COMPANY SAS																
LIQUIDACIÓN DE NOMINA MES 1																
salario mínimo del año		2,018	781.242													
Auxilio de transporte			88.212													
GARGO	SUELDO BASICO	DIAS TRAB	DEVENGADO				TOTAL DEVENGADO	DEDUCCIONES						TOTAL DEDUCCION	NETO A PAGAR	
			BASICO	H. EXTRAS	COMISIONES	AUX. TRANS.		SALUD	PENSION	FSP	RT_FTE	PRESTAMO	COOP.			EMBARGOS
GERENTE	2.500.000	30	2.500.000			0	2.500.000	100.000	100.000	0	0				200.000	2.300.000
SUPERVISOR	1.800.000	30	1.800.000			0	1.800.000	72.000	72.000	0					144.000	1.656.000
CONTADOR	1.800.000	30	1.800.000			0	1.800.000	72.000	72.000	0					144.000	1.656.000
OPERARIO	781.242	30	781.242			88.212	869.454	31.250	31.250	0					62.500	806.954
OPERARIO	781.242	30	781.242			88.212	869.454	31.250	31.250	0					62.500	806.954
VENDEDOR	781.242	30	781.242			88.212	869.454	31.250	31.250	0					62.500	806.954
TOTAL ADMINISTRACION			8.443.728	0	0	264.836	8.708.362	337.750	337.750	0	0	0	0	0	675.500	8.032.862

APORTES SEGURIDAD SOCIAL			
8.443.728		VALOR	
SALUD	8,5%	717.717	
PENSION	12%	1.013.247	
RIESGOS PROFESIONALES	0,522%	44.076	

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

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

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

4. DISPOSICIONES LEGALES

4.1 Certificados

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

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

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

4.2 Registros sanitarios

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

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

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

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

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

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

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

4.3. Norma concertada

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

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

4.4 Sobre publicidad

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

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

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

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

4.5 Otras disposiciones

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

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

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

4.6 Plan de ordenamiento territorial

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

4.7 Ubicación


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

4.8 Ministerio de industria y comercio:

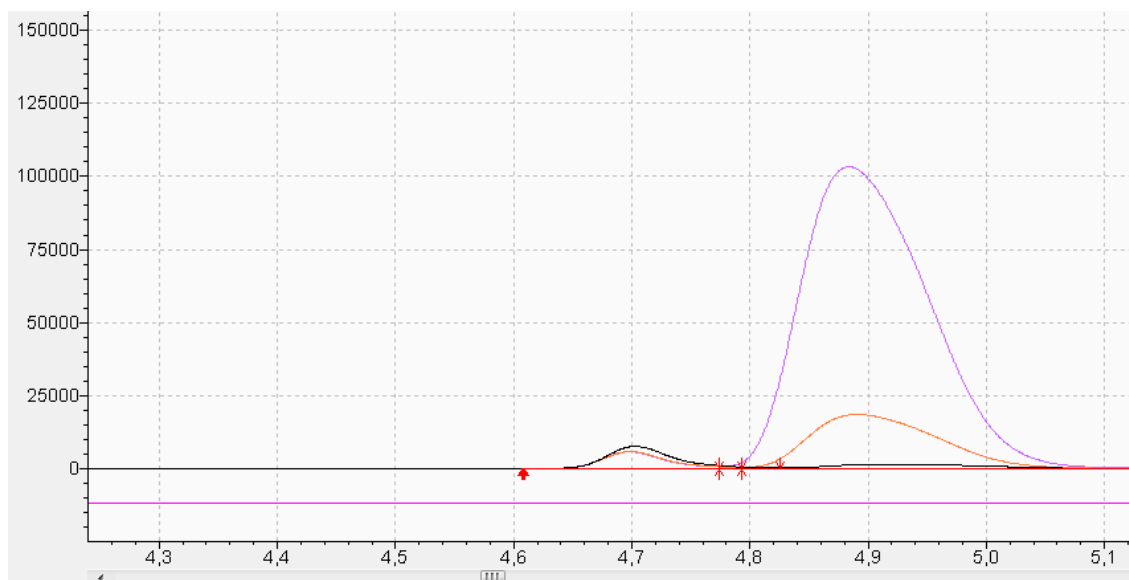
El tipo de empresa que constituiremos será una Sociedad por Acciones Simplificadas, la cual recibirá el nombre de B.A.C Bogotá Artesanal Company el Cual estará seguido de la abreviatura S.A.S. Constituyéndose bajo documento Privado, el cual debe ser autenticado y registrado en la Cámara de comercio mediante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

5. ESTUDIO TECNICO OPERATIVO

5.1 Ficha técnica

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

5.2 Cromatograma



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



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

5.3. Procesos y procedimientos

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

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

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

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

5.4 Tabla N° 4 Infraestructura

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

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

5.5 Tabla N° 5 proyeccion de ventas

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

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

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

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Tabla N° 6 Proyeccion

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

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

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

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

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

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

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

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

6.2 Tabla N° 7 Analisis de proyeccion

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

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

Tiempo en que se recupera la inversión

1,3 Años

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

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

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

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

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

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

7. PLAN DE MARKETING

7.1 Estrategia de Distribución

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

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

7.2 Estrategia de publicidad

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

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

7.3 Matriz de Costos

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

7.4 Slogan: Pasión por lo que hacemos

7.5 Logotipo:



7.6 Presentación del Producto

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



8. RESPONSABILIDAD SOCIAL:

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

9. RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

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

10. CONCLUSIONES

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

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

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

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

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

11. BIBLIOGRAFIA

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

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

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

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

Destilación Procesos Industriales. Recuperado de:

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

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

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

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

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

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

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

Decreto 1686- Invima. Recuperado de:

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

Ley 100 de 1993. Recuperado de:

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

Ley 09 de 1979 Código sanitario Nacional. Recuperado de:

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

Ley 170 de 1994. Recuperado de:

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