

Gelatina de escama de pescado

Diego Mauricio Tovar Castillo

Jhon Alexander Sánchez Gómez

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2020

Gelatina de escama de pescado

Diego Mauricio Tovar Castillo

Jhon Alexander Sánchez Gómez

Director

Gladys Llanet Suárez Galeano

Trabajo de grado para optar por el título de profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2020

Resumen

Debido al aumento en la comercialización de productos naturales, nace Gelatinas J&D, una empresa dedicada a la producción y comercialización de gelatina hecha a base de escama de pescado, la cual según los estudios realizados contiene diversas propiedades que aportan varios beneficios a la salud. Esta idea nace con el objetivo de dar a conocer una nueva variedad de gelatina, que está enfocada a todo tipo de personas que quieran consumir un producto 100% natural. La idea se consolida después de realizar un estudio de mercado que arrojó gran aceptación del producto por parte del público, ya que el producto natural siempre será más relevante que uno sintético. Además, se pudo evidenciar que la idea de ofrecer un producto listo para consumir fue determinante para la consolidación del proyecto ya que esta fue aceptada por los clientes potenciales. y, por lo tanto, se consideró muy importante transformar este producto de una manera en la cual nunca se ha presentado y el cual refleja nuestro factor diferenciador frente a la competencia. El presente trabajo también contiene un estudio financiero que demostró satisfactoriamente la viabilidad del proyecto, y permitió conocer una idea de los costos que acarrea la constitución formal de la empresa, constitución del precio de venta, y rentabilidad del proyecto a una proyección de 5 años.

Palabras clave: Gelatina, Escama de pescado, tasa interna de retorno, colágeno natural, conservantes, saborizantes, estudio financiero, rentabilidad.

Abstract

Due to the increase in the commercialization of natural products, Gelatinas J&D was born, a company dedicated to the production and commercialization of gelatin made from fish flake, which according to studies carried out contains various properties that provide various health benefits. This idea was born with the aim of introducing a new variety of gelatine, which is focused on all kinds of people who want to consume a 100% natural product. The idea is consolidated after conducting a market study that led to great acceptance of the product by the public, since the natural product will always be more relevant than a synthetic one. Furthermore, it was evident that the idea of offering a ready-to-eat product was decisive for the consolidation of the project since it was accepted by potential clients. and, therefore, it was considered very important to transform this product in a way in which it has never been presented and which reflects our differentiating factor against the competition. This work also contains a financial study that satisfactorily demonstrated the viability of the project, and allowed us to get an idea of the costs involved in the formal constitution of the company, constitution of the sale price, and profitability of the project at a projection of 5 years.

Key words: Gelatin, Fish scale, internal rate of return, natural collagen, preservatives, flavorings.

Tabla de contenidos

1.Descripción de la idea de negocio.....	10
1.1Idea de negocio.....	10
2.2 Promotores	10
2.Análisis del mercado	11
2.1El entorno análisis pest	11
2.1.1Análisis pest.....	11
2.2 El sector: modelo cinco fuerzas de Porter	15
2.3 Estudio de la competencia.....	18
2.4. La demanda	22
2.5. Resultado del método de validación.....	22
2.6. Estudio internacional.....	26
3.Plan estratégico y estructura organizacional	30
3.1 Misión.....	30
3.2 Análisis de la situación.....	30
3.3 Definición estrategia, objetivos estratégicos	32
3.4 Constitución empresa unipersonal.....	33
3.5 Estructura jurídica	33
4.Plan de marketing.....	35
4.1 Producto	35
4.2 Precios, política y estimación.....	36
4.3 Plaza y distribución	37
4.4 Promoción publicidad y comunicación	37
4.5 Ventas previsión e indicadores de control.....	38
5.Plan de operaciones y organizacional.....	39
5.1. Tamaño y localización del negocio	39
5.2 Proceso de producción o prestación del servicio.....	39
5.3 Soporte físico.....	40
5.3.1 Instalaciones	40
5.3.2 Equipamiento.....	40
5.3.3 Sistemas y tecnologías de la información y la comunicación.	42
5.4 Proveedores	42

6. Plan de recursos humanos	43
6.1. Número de personas y perfil requerido	43
6.2 Funciones y tareas por realizar	43
6.3. Contratación de personal	44
6.4. Costes salariales	44
6.5. Organigrama de funcionamiento	44
7. Plan financiero.....	46
7.1 Política y definición de precio.....	46
7.2 Inversiones iniciales	47
7.3 Financiación	48
7.4 Proyección de costos y ventas	49
7.5 Gastos fijos	51
7.6 variables macroeconómicas.....	52
7.7 Estado de resultados	53
7.8 Flujo de caja	54
7.9 Balance	56
7.10 indicadores financieros.....	58
7.11 VAN y TIR.....	59
Conclusiones	60

Lista de tablas

Tabla 1. Normatividad para gelatina y sus derivados.....	11
Tabla 2. Análisis modelo Porter	15
Tabla 3. Competencia.....	19
Tabla 4. DOFA	30
Tabla 5. Cruces estratégicos.....	31
Tabla 6. Tabla de objetivos estratégicos.....	32
Tabla 7. Pasos para la constitución de la empresa.....	34
Tabla 8. Ficha técnica.....	36
Tabla 9. Proyección.....	38

Lista de figuras

Figura 1. Logo de la empresa.....	10
Figura 2. Gelatina Royal.....	19
Figura 3. Gelatina Frutiño.....	20
Figura 4. Gelatina Boggy.....	20
Figura 5. Gelatina Gel'hada.....	21
Figura 6. Pregunta 1. Resultados encuesta.....	22
Figura 7. Pregunta 2. Resultados encuesta.....	23
Figura 8. Pregunta 3. Resultados encuesta.....	23
Figura 9. Pregunta 4. Resultados encuesta.....	24
Figura 10. Pregunta 5. Resultados encuesta.....	24
Figura 11. Pregunta 6. Resultados encuesta.....	25
Figura 12. Pregunta 7. Resultados encuesta.....	25
Figura 13. Pregunta 8. Resultados encuesta.....	26
Figura 14. Definición de precio.....	37
Figura 15. Publicidad.....	38
Figura 16. Proceso de lavado y descontaminación.....	40
Figura 17. Licuadora Industrial.....	41
Figura 18. Colador Industrial.....	41
Figura 19. Estufa Industrial.....	41
Figura 20. Nevera.....	42
Figura 21. Organigrama de funcionamiento.....	44
Figura 22. Política de precio.....	46
Figura 23. Inversiones.....	47
Figura 24. Financiación.....	48
Figura 25. Proyección de costos y ventas.....	49
Figura 26. Gastos fijos.....	51
Figura 27. Variables macroeconómicas.....	52
Figura 28. Estados de resultados.....	54
Figura 29. Punto de equilibrio.....	54
Figura 30. Flujo de caja.....	55
Figura 31. Balance.....	57
Figura 32. Indicadores financieros.....	58
Figura 33. VAN y TIR.....	59

Introducción

Gelatinas J&D es una empresa que nace como una idea de negocio dado que gracias a los estudios de mercado realizados se identificó que en el mercado colombiano no existe una empresa legalmente constituida que se dedique a la producción y distribución de la gelatina a base de escama de pescado.

La idea de este emprendimiento es fabricar un producto que sea 100% natural y sin ningún tipo de conservantes. La escama de pescado es un producto que contiene alta cantidad de colágeno y posee propiedades que sirven en el entorno alimenticio y también en otros como lo son la medicina y la estética. Gelatinas J&D iniciara vendiendo su producto a los distribuidores que surten sus negocios en la plaza de las flores, ubicada en la localidad de Kennedy; siendo esta nuestra zona de cobertura inicialmente para en un corto o mediano plazo proveer gran parte de la ciudad de Bogotá. La meta final será exportar nuestro producto a Uruguay ya que se encontró en este país un fuerte potencial para consumir este tipo de producto.

La metodología que se utilizó para hacer el estudio de la viabilidad del proyecto fue básicamente una encuesta de validación en la que se le pregunto a las personas el conocimiento acerca del producto y su diferencia con el que fabrica la competencia que, aunque no es el mismo, y además tiene muy pocas similitudes con el nuestro, este hace parte de la misma denominación.

A partir del estudio financiero realizado en el simulador se estableció un precio de venta de \$4995 por unidad posteriormente se explican las variables que componen este valor. Por otro se definió una proyección de venta de 26 000 unidades anuales con un incremento del 3.8% para el primer año, donde el punto de equilibrio se encuentra en la venta de 15 427 unidades para obtener un beneficio igual a cero.

1. Descripción de la idea de negocio

1.1 Idea de negocio

Crear una empresa que se encargue del procesamiento, comercialización y distribución de la gelatina a base de escama de pescado, esta oportunidad de negocio se identificó dado que había la necesidad de certificar y producir en masa ya que no existe una empresa legalmente constituida ni una gelatina a base de pescado certificada. Esta empresa se denominará Gelatinas J&D, donde será reconocida por certificar que los componentes del producto que ofrece son 100% naturales, diferenciándola de la gelatina tradicional, Esta empresa será reconocida con el siguiente logo, que se denomina isologo ya que no se reconoce la imagen sin el texto, ni el texto sin la imagen:

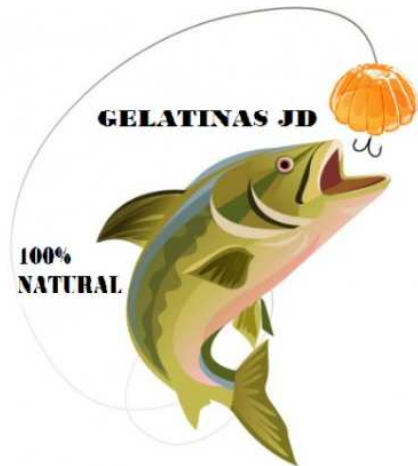


Figura 1. Logo de la empresa. Autoría propia.

2.2 Promotores

Como promotores de este proyecto se encuentran identificados Jhon Alexander Sánchez Gómez quien actualmente cursa décimo semestre de negocios internacionales y cuenta con experiencia en el área de ventas y distribución en plaza de mercado; y Diego Mauricio Tovar Castillo, estudiante de décimo semestre del programa de negocios internacionales de la Universitaria Agustiniiana, quien cuenta con experiencia en el área pesquera, compra, venta y distribución al por mayor, y reconocimiento del entorno de proveedores y clientes.

2. Análisis del mercado

2.1 El entorno análisis Pest

Para el análisis del entorno se realizó un análisis PEST que permitió reconocer las variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas y legales a las que se ve enfrentada la empresa, por otro lado, permitió reconocer detalladamente los factores que influyen en pro y contra de la creación de la empresa, y de la situación actual del entorno al que se ve enfrentada permitiendo realizar una planificación que mejore o minimice el impacto de cualquier ítem.

2.1.1 Análisis pest.

Entorno político-legal:

Para la parte legal se trabajó con las normas Icontec las cuales están certificadas por el ministerio de agricultura donde se especifican las características que debe tener el producto, además se identificaron las normas que influyen directamente en funcionamiento de la empresa, allí encontramos las siguientes:

Tabla 1.

Normatividad para gelatina y sus derivados

NORMA	DESCRIPCIÓN
CAC/RCP 1:1969 (Organizacion naciones unidas, 1969)	Código Internacional Recomendado de Prácticas. Principios Generales de Higiene de los Alimentos.
CAC/RCP 52:2003 (Organizacion naciones unidas, 2016)	El Código de Prácticas para el pescado y productos pesqueros
Decreto 2106 de 1983 Ministerio de Salud (Secretariassenado, 2019)	La identidad y pureza de los endulcolorantes utilizados en los productos alimenticios.

Decreto 561 de 1984 Ministerio de Salud (Invima, 1984) Regula la captura, procesamiento, transporte y expendio de los productos de la pesca

Decreto 547 de 1996 Ministerio de Salud (Ministerio de salud, 1996) Regula las condiciones sanitarias de producción, empaque y comercialización, al control de la sal para consumo humano.

Decreto 3075 de 1997 Ministerio de Salud (Ministerio de salud, 1997) Regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional

NTC 1629 (Icontec, 1981) Se enfatiza en la industria alimentaria, entre ellos la gelatina pura

NTC 6279 (Icontec, 1981) Denomina la gelatina como gelatina pura. Proteína purificada obtenida de la hidrolisis, parcial de colágeno, el cual se encuentra en las pieles, tejido conjuntivo y huesos de los animales bovinos porcinos, aves de corral, y peces, aptos para el consumo humano, y que reúnen los requisitos que se fijan en esta norma

Nota. Autoría propia.

Las normas mencionadas anteriormente hablan principalmente de la reglamentación que se debe seguir para poder trabajar con los productos pesqueros y sus derivados, de la normatividad que hay frente a las gelatinas, además de los aspectos generales para su producción y consumo.

Adicionalmente, con el presente año llegó la reforma tributaria que trae consigo cambios en la ley de financiamiento donde se modificaron los beneficios tributarios para las pymes. (Grupo bancolombia, 2019)

Los cambios que benefician directamente la empresa son:

- Disminución en el pago de impuesto de renta a un 30% (Grupo bancolombia, 2019)
- Descuento de ICA y 4x1.000

Lo que representan ambos índices son una reducción monetaria en el pago de impuestos, si se cumplen con los requisitos señalados en la norma que básicamente son no superar el monto máximo de 80.000 UVT que representan aproximadamente 2700 millones de pesos. (Grupo bancolombia, 2019)

Entorno económico:

Para el entorno económico reconocemos las variables macroeconómicas que influyen directamente en el ámbito comercial del país, tenemos que Colombia cerró el año con un PIB de US \$784 747 millones creciendo la economía en un 3,3% con un PIB per cápita nominal de US \$ 7000, lo que representa un aumento en el poder adquisitivo de las personas y que a su vez se ve reflejado en el aumento del consumo. (Datosmacro.com, 2020)

Colombia cerró el 2019 con una inflación del 3.8% lo que cada año aumenta los precios de los productos y servicios. Esta cifra demuestra que el costo de vida de los colombianos se incrementó casi 0,7% siendo bajo con respecto a otros años lo que establece un aumento de precios bajo para la canasta familiar y a nivel general, y por otro lado tenemos que el desempleo aumentó casi un dígito porcentual con respecto al año anterior posicionándose en un 10,5 % lo que demuestra una amplia necesidad para el país de personas emprendedoras que generen empleo.

Con respecto a la posición de Colombia frente a diferentes escenarios que se están presentando alrededor del mundo como la guerra comercial entablada entre Estados Unidos y China, Colombia debe aprovechar para fortalecer sus relaciones con el pacífico asiático ya que estando en constante crecimiento la economía asiática, Colombia debe forjar alianzas estratégicas que permitan facilitar el comercio con estos países. Así mismo las empresas como la nuestra puedan obtener una visión de expandirse hacia nuevos mercados internacionales fomentando el crecimiento y desarrollo del país y de la misma. Así mismo, hablando directamente del mercado de la gelatina, se ha marcado la intención de las principales compañías productoras, por querer aumentar su participación en el mercado que actualmente está dominado por unas pocas, ejemplo de esto es la compañía Kraft Foods Colombia cuyo objetivo es aumentar en un 10% más su participación.

Entorno socio-cultural

Para este entorno se muestran variables poblacionales, donde para el presente año Colombia ha tenido reducciones en las tasas de fecundidad y mortalidad llegando a una población de aproximadamente 50 millones de habitantes cuando en 1985 era de aproximadamente 32 millones generando una tasa de crecimiento de 1,1 anual. Pero aunque la población ha aumentado, actualmente Colombia se encuentra en un periodo de bajas tasas de fecundidad y mortalidad debido a los cambios de desarrollo económico-social. (Dane, 2019).

De lo anterior podemos concluir que las reducciones en estas tasas afectan los hábitos de los colombianos e influyen en sus tendencias.

Otra de los cambios o tendencias que han adoptado los Colombianos y especialmente los que denominamos los Millennials, ha sido el de la vida saludable, actualmente los colombianos acuden más a lugares de acondicionamiento físico para fortalecer su físico, también concurren a especialistas, nutricionistas para tener una dieta balanceada, además de priorizar el uso de los medicamentos naturales que otorgan resultados muchas veces más eficaces que la medicina comercial, lo que ha provocado un aumento en el consumo de este tipo de productos, por otro lado el Diario La República realizó una encuesta donde clasifico las regiones de Colombia según sus características de consumo donde para la región Nororiental que es donde se encuentra ubicada Bogotá, se le dio la clasificación de un tipo de hogar vanidoso ya que los bogotanos invierten tiempo y dinero importante en productos de aseo y cuidado personal. (Garcia, 2018).

Entorno tecnológico

Actualmente Colombia tiene presupuestado para 2020 invertir en el área de investigación y desarrollo 2,2 billones de pesos equivalentes al 0,25% del PIB lo que fomenta el desarrollo de nuevas alternativas que mejoren la calidad de vida. mientras que para el área de ciencia y tecnología le corresponden 6,18 billones de pesos equivalentes al 0,68% esto permite evidenciar el compromiso de Estado para aumentar el nivel de competitividad con el exterior. (Romero, 2018)

Estas inversiones presupuestadas por el gobierno permiten crear avances tecnológicos en todo tipo de procesos, beneficiando a futuro a la empresa Gelatinas J&D que le permitirá mejorar sus procesos productivos y aunque actualmente se cuenta con los procesos más modernos y sofisticados del sistema, hoy en día se tiene a la mano o son más asequibles variedad de elementos

que permiten facilitar las actividades rudimentarias o de todo tipo, pero siempre será necesario mejorar.

Aunque para la fabricación de gelatinas existes grandes y sofisticadas máquinas para producir en masa, la empresa no puede usar algunas de estas por que el producto cuenta con un proceso de fabricación diferente al tradicional. Gelatinas J&D trabaja con elementos que no afectan la esencia del producto pero que facilitan su producción como las licuadoras industriales las cuales están diseñadas para tiempos de trabajos prolongados y continuos, los coladores industriales, que están diseñados para trabajar con grandes cantidades de producto para la filtrar las suciedades que puede tener, Saborizantes artificiales para armonizar el sabor de los productos y que no afectan su composición y sus cualidades nutritivas. Además de la sistematización de los procesos productivos y logísticos que permiten optimizar recursos y aumentar la producción, esta tecnología determina para nuestro negocio un aumento en la velocidad de producción, ya que con estos elementos se ha aumento en un 50% la cantidad producida en el mismo tiempo que con la maquinaria tradicional, por ello la compañía mantiene en constante actualización sobre nuevos productos que mejores los procesos de producción.

2.2 El sector: modelo cinco fuerzas de Porter

Para realizar un análisis más general de GELATINAS J&D, se utilizó el modelo de las cinco fuerzas de Porter para calificar como alta, media o baja, los factores que vamos a describir a continuación.

Tabla 2.

Análisis modelo Porter

FACTORES**IMPACTO**

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Según el censo realizado por el DANE en el año 2018, Bogotá registra aproximadamente 7'200.000 habitantes, este número elevado de población hace que sean los mayores consumidores de productos derivados de la gelatina, por lo cual la probabilidad que entren nuevos competidores al sector es muy alta ya que es difícil abarcar inicialmente todo el territorio por lo cual surgirán nuevas empresas a partir del inicio de la nuestra.

Para GELATINAS J&D la gran amenaza en este momento son las empresas que ya encuentran consolidadas en el mercado, ya que los precios que estas ofrecen al público son muy asequibles y por lo tanto la empresa debe tener muy en cuenta este factor a la hora de brindar un producto de calidad y un costo competitivo a los clientes.

ALTO

Poder de negociación de los proveedores

Existen varios tipos de proveedores, unos que consideran tener el mayor poder de negociación y otros que creen tener el mercado controlado. Para el caso de GELATINAS J&D se debe tener en cuenta que nuestros proveedores se pueden convertir fácilmente en competidores ya que estos podrían evolucionar y diversificarse para posteriormente ofrecer al público el mismo producto.

ALTO

Factores**Impacto**

Poder de negociación de los clientes

Para el caso de GELATINAS J&D el poder de negociación de los clientes es alto ya que existen muchos productos sustitutos, esto se debe a que hay una gran concentración de proveedores y pocos clientes lo cual les genera una gran posibilidad de elegir que producto quieren comprar. Otra gran ventaja que tiene el cliente es que mientras más informados estén del mercado y sus tendencias, mucho mayor será la capacidad de negociación.

ALTO

Amenaza de entrada de productos sustitutos

Podemos encontrar en el mercado productos que pueden sustituir los beneficios que ofrece nuestra gelatina asemejándose a su calidad.

Una buena manera de reducir este factor es resaltar nuestro factor diferenciador el cual es que nuestro producto es 100% natural y no posee ningún tipo de conservante y así aumentar la fidelidad de los clientes en todos los aspectos, esto va relacionado no solo con el producto sino también con la atención y buen trato que se preste. La gelatina a base de escama de pescado es un producto innovador que ayudara a la empresa a controlar la entrada de los productos sustitutos.

ALTO

Rivalidad entre competidores

En este aspecto podemos encontrar que hay varias empresas que llevan muchos años ofreciendo productos de calidad y buen precio a los consumidores, estas utilizan estrategias variadas como lo son el marketing digital o con campañas publicitarias, también se pueden encontrar estrategias de promoción en los productos que ofrecen para así acaparar una cuota más alta del mercado en el cual GELATINAS J&D pretende competir en un corto o mediano plazo.

ALTO

Nota: Autoría propia

Podemos concluir que el modelo de las cinco fuerzas de Porter, nos ayuda a ejecutar las estrategias que GELATINAS J&D tiene planteadas para competir en el mercado de acuerdo a las situaciones y saber cómo mover fichas para llegar a tener éxito. Algo muy importante que nos enseña este modelo es que hay que estar siempre informado en un mercado tan competido como lo es el de la gelatina.

2.3 Estudio de la competencia

Analizar la competencia es un factor muy importante para GELATINAS J&D, ya que existen varias empresas en el mercado con años de experiencia que ofrecen lo que se denomina gelatina tradicional, que inicialmente es un producto que requiere una preparación para su consumo. Por ello su precio es bastante competitivo ya que de una unidad de presentación surgen varias cantidades. Uno de las debilidades más frecuentes que encontramos en la gelatina que fabrica la competencia es que contiene alto contenido calórico, esto es una oportunidad para la empresa ya que la gelatina que se fabrica es a base de escamas de pescado y contiene muy pocas calorías; así se aprovechan mejor sus propiedades. Pero esta no es la única competencia que maneja GELATINAS J&D ya que por ser un producto que cuenta con varias características de tipo saludables y nutritivas existen productos que pueden sustituir su consumo, ofertados en farmacias y supermercados. A continuación, se nombrarán algunas de las empresas que son competencia directa o indirecta para GELATINAS J&D.

2.3.1 Competencia y mercado anual.

Tabla 3.

Competencia

MARCA	PORCENTAJE VENTAS	DE PRECIOS
Royal	82.05%	\$4290 COP paquete 120 gramos (Jumbo, 2020)
Frutiño	7.69%	\$5590 COP paquete 99 gramos (Jumbo, 2020)
Boggy	2.56%	\$1090 COP paquete 108 gramos (Jumbo, 2020)
Gelhada	7.69%	\$4890 COP paquete 160 gramos (Jumbo, 2020)

Fuente. Autoría propia

Las ventas de gelatina en Colombia, que cuenta con principales competidores como: Gel hada, Boggy, Frutiño, y otras dentro del mercado que están por debajo del volumen de ventas. La marca Royal ha logrado en los últimos años volúmenes de ventas correspondientes a 4986 toneladas, mientras que su más inmediato competidor, gelatina Gel hada logro volúmenes de ventas de 2395 toneladas, seguido por gelatina Frutiño con 1383 y gelatina Boggy que pertenece a la marca Alpina con un volumen de 628 toneladas y otras gelatinas con volúmenes de ventas correspondientes a 511 toneladas. De lo anterior, se evidencia que la superioridad en volúmenes de ventas en toneladas de la marca Royal frente a sus competidores en el mercado, logra duplicar dichos volúmenes de ventas respecto de su más inmediato competidor.



Figura 2. Gelatina Royal. (Metro, 2020)

En 1945 comenzó la historia de la marca más exitosa de gelatinas en el mundo, es pionera de más de 40 variedades de productos. Ecuador fue el primer país en Sudamérica que empezó a consumir el producto llevándolo a alcanzar el mayor consumo per cápita de gelatina del mundo.



Figura 3. Gelatina Frutiño. (Pineda, Mercados L., 2016).

Gelatina Frutiño nace en 1992 como una nueva alternativa de mercado para la empresa Quala, aprovechando el potencial para producir y comercializar alimentos, esta empresa tiene como mayor objetivo proveer productos refrescantes en polvo a un precio competitivo tanto a pequeños como grandes consumidores.



Figura 4. Gelatina Boggy. (Tiendas jumbo, 2020)

Gelatina Boggy es un producto obtenido a base de gelatina y agua adicionada con nutrimix. Nutrimix es la mezcla de ácido fólico, zinc y vitamina B12. Es uno de los productos más importantes de Alpina actualmente, siendo la opción principal de los clientes a la hora de comprar gelatina ya lista para consumir.



Figura 5. Gelatina Gel'hada. (Levapan S.A, 2020)

Gelatina Gelhada es un producto elaborado por la empresa Levapan, fundada en 1974 en Ecuador para competir principalmente con gelatina Royal que en ese momento ya ocupaba gran parte del mercado de la gelatina en Latinoamérica.

Frutiño, Gelhada, Royal, Boggy y Royal tienen varias similitudes, la primera es que distribuyen sus productos por intermedio de vendedores, quienes se entrevistan con los diferentes supermercados para llevar a la fábrica sus pedidos. Cumplimiento en la entrega de sus pedidos. Sus marcas están posicionadas en el mercado, ya que además de gelatina ofrecen a su clientela variedad de productos como flan, pudín, gelatinas. A través de los diferentes productos que ofrecen al mercado no necesitan gran inversión en publicidad para el producto.

Por otra parte, existe otro tipo de competidor, el cual es, como se mencionó anteriormente laboratorios que producen colágeno (que es una de las principales características que aporta la gelatina de Gelatinas J&D) en diferentes presentaciones como polvo, cremas, y capsulas a base de pescado, por ello se convierten en competidores indirectos, es por ello que el producto que ofrece Gelatinas J&D se ofrece en forma de gelatina lista para consumir y no de colágeno para mantener la diferencia con la competencia.



Figura 6. Colágeno en polvo. (Mercadolibre, 2020)

Ejemplo de este tipo de colágenos, se encuentra el que ofrece el laboratorio Milagros que es un colágeno hidrolizado en polvo, listo para mezclar y consumir, y así como este se encuentran decenas de marcas ofreciendo el mismo producto ya sea en diferentes presentaciones como capsulas y cremas.

2.4. La demanda

El público objetivo de Gelatinas J&D son los tenderos que abastecen sus negocios, tiendas, y supermercados de los productos que ofrece la plaza de mercado de Las Flores de Bogotá, estos son los clientes de venta al por mayor y hacia los cuales está dirigido el producto.

2.5. Resultado del método de validación

Para encaminar nuestro proyecto y aclarar las dudas presentadas realizamos una encuesta de validación a cien personas, las cuales son los tenderos y clientes que visitan la plaza de mercado para abastecer sus negocios locales y visitantes de la Plaza de Mercado de Las Flores, los cuales de manera muy cordial la contestaron con sinceridad. La encuesta se realizó entre los días 20 y 25 de octubre en las horas de la mañana ya que es el horario donde el lugar está bastante concurrido.

1. En una escala del 1 al 6, donde 6 es muy interesante y 1 es nada interesante. ¿como de interesante suele la gelatina de escama de pescado para usted

99 respuestas

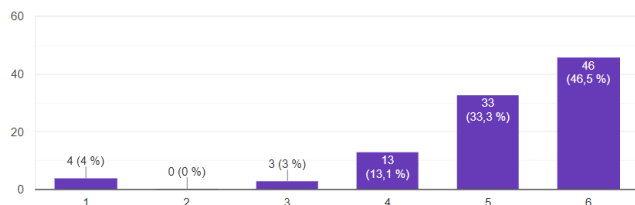


Figura 7. Pregunta 1. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Tenemos que para la pregunta #1 más del 70% de la población encuestada votó como interesante el producto mostrando gran interés hacia él, permitiendo obtener una visión de lo que será el impacto inicial que tendrá el producto por la curiosidad de saber sobre sus características.

2. ¿Cual o cuales de las siguientes características le atraen del producto?

100 respuestas

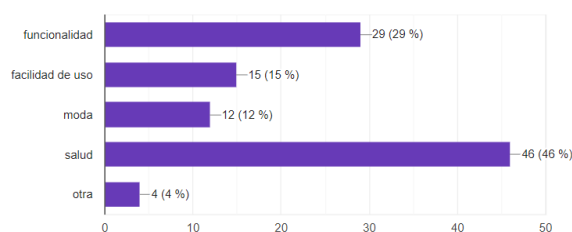


Figura 8. Pregunta 2. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Con esta pregunta se evidenció que el 46% de la población encuestada muestran interés hacia el producto por sus características saludables más que por cualquier otro uso. Además, esta parte demuestra que la publicidad para el producto debe ir encaminada hacia la parte saludable que resulta más atrayente para el público.

3. ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

100 respuestas

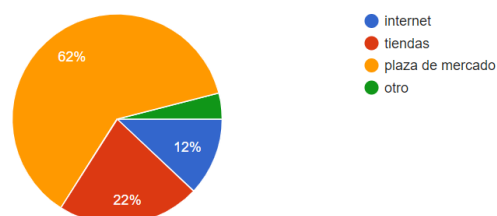


Figura 9. Pregunta 3. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Con esta pregunta se demostró que el lugar ideal para iniciar con la venta del producto es la plaza de mercado ya que es el lugar más concurrido por las personas que adquieren alimentos naturales y económicos. Más del 60% de la población encuestada eligió este como el lugar ideal para comprar.

4. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

99 respuestas

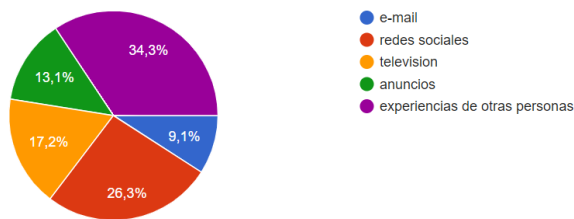


Figura 10. Pregunta 4. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Con esta pregunta se determinó por dónde se debe encaminar la publicidad para dar a conocer el producto, y por ello se demostró que gelatinas J&D se debe enfocar en la atención al cliente ya que estos mismos son los encargados de transmitir el mensaje y dar a conocer el producto según la votación de las personas que aún siguen creyendo más en las experiencias vividas de otras personas. Y en segunda instancia se puede evidenciar que las redes sociales siguen tomando un papel importante en la cotidianidad de las personas ya que son influenciadas por la publicidad en estas.

5. ¿Cuál o cuales de las siguientes características no le atraen del producto?

100 respuestas

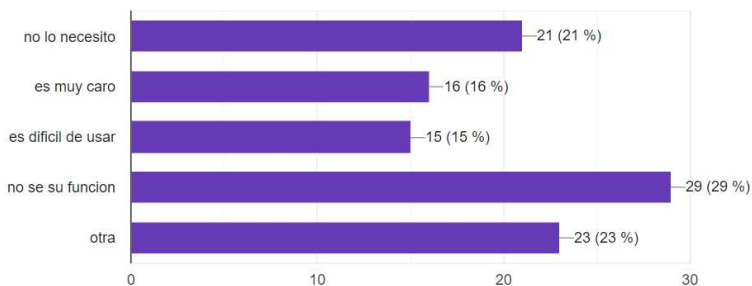


Figura 11. Pregunta 5. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Con esta pregunta se evidenció que uno de los problemas que puede presentar GELATINAS J&D es la falta de conocimiento sobre el uso del producto o sus características por ello se debe enfatizar en la promoción para mostrar sus funciones.

6. Partiendo de la base que el precio de este producto le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad habría de que lo comprase?



100 respuestas

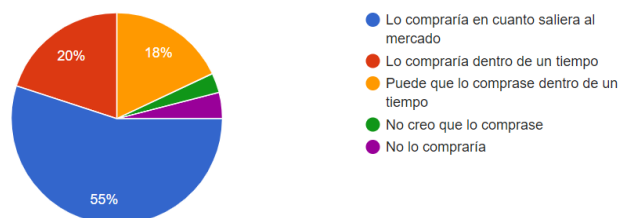


Figura 12. Pregunta 6. Resultados encuesta. (Autoría propia).

7. ¿Compraría este producto a un precio de 2500 unidad?

99 respuestas

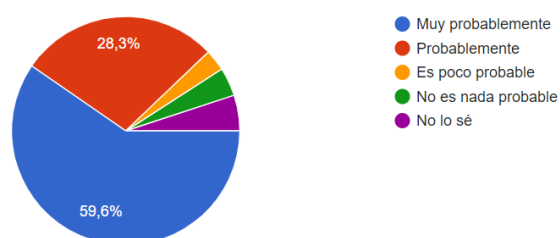


Figura 13. Pregunta 7. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Análisis preguntas 6 y 7, respecto al precio se pudo observar que no hubo problema frente a este y por parte de los clientes hubo gran aceptación ya que no pareció costoso frente a otros productos con características similares, lo que demostró que el precio fijado fue aceptado por el público

8. Este producto es casero. ¿Eso lo hace más, o menos interesante para usted?

100 respuestas

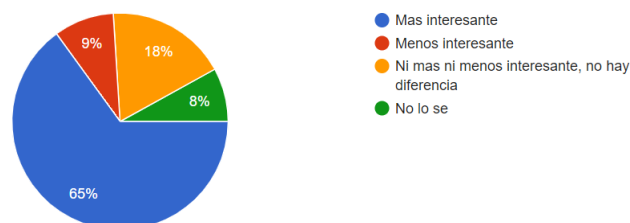


Figura 14. Pregunta 8. Resultados encuesta. (Autoría propia).

Tenemos que uno de los factores más atractivos para el público en general del producto es que es 100% natural lo cual permite que sea confiable y permita certificar sus características nutritivas.

Concluyendo el resultado de la encuesta se determinó que el producto fue aceptado por el público que se entrevistó, el cual mostró gran interés por conocerlo físicamente, además se determinó que la publicidad debe ir encaminada a resaltar las características que este presenta, por otro lado, también se demostró que el lugar idóneo para ofertar el producto inicialmente son las plazas de mercado ya que son visitadas frecuentemente y con gran afluencia de público.

2.6. Estudio internacional

Contamos con la iniciativa de exportar hacia Uruguay nuestro producto ya que cuentan con un perfil logístico bastante interesante para exportar.

¿Por qué exportar hacia Uruguay?

Después de realizar el debido análisis se planteó como meta a 3 años aproximadamente, exportar el producto a Uruguay, ya que se encontró un destino atractivo por ser un país que está abierto a la inversión extranjera. Uruguay es un país que no discrimina a las empresas extranjeras, además cuenta con un par de atractivos bastante interesantes como son una seguridad jurídica bastante confiable, y el gozar actualmente de una estabilidad política y económica que está por encima de muchos de los países de alrededor. (Procolombia, 2020)

Elegimos Uruguay por ser gran consumidor de gelatina tradicional, cuentan con sus propias marcas en diferentes presentaciones. Se observó una gran oportunidad de negocio ya que cuentan

con una serie de factores a favor como lo son las relaciones comerciales que tiene Colombia con Uruguay, por ello GELATINAS J&D debe ingresar abasteciendo mercados que sean de mayor concurrencia ya que por ser un país pequeño, obtiene mayor penetración.

Por otra parte, observando la parte logística se evidencia que Uruguay cuenta con 2 excelentes rutas marítimas que son La Hidrovía del Río Uruguay, desde Nueva Palmira a Salto y la Hidrovía Tieté-Paraná que nos permiten transportar grandes cantidades de producto en poco tiempo, su principal puerto es el puerto de Montevideo que está ubicado sobre el río de la plata, sus principales navieras son ZIM, SEALAND. (Procolombia, 2020).

Para el transporte aéreo Uruguay cuenta con 5 principales aerolíneas que prestan los servicios de transporte de carga.

Con respecto a la documentación requerida en Uruguay son menos rígidos que en otros países con respecto al control del ingreso de mercancías, los documentos que se requieren son:

- Facturas comerciales firmadas por el consignante
- Licencia de importación
- Certificado de origen
- Normatividad fitosanitaria

Por lo anterior la visión internacional de GELATINAS J&D inicialmente es ingresar al mercado uruguayo ya que posee características de interés para la empresa, adicionalmente el mercado uruguayo cuenta con grandes intereses en alimentación saludable por lo que es de gran iniciativa ingresar con un producto que aporte cualidades nutritivas para la dieta de los uruguayos. (ElPais, 2018)

Es de gran ayuda el acuerdo de Mercosur donde pertenecen Colombia y Uruguay lo que facilita las relaciones comerciales y fomenta la comercialización de productos entre estos dos. (Sice, 2020)

Uruguay pertenece al bloque comercial MERCOSUR, este puede ser un régimen liberalizado ya que se han tomado muchas iniciativas para facilitar el comercio, se han reconocido también el uso de medidas de defensa comercial y la reducción de aranceles. Según un estudio elaborado por

The Heritage Fundación, Uruguay concede un 71,5% a la libertad de comercio internacional, por encima de Brasil: 64,8%, Argentina: 61,4% y Paraguay: 67,4%. (Comercio exterior, 2020)

Régimen de importaciones

En Uruguay rige una política de libertad de importaciones y como norma general existe la aplicación de cuotas y restricciones no arancelarias con excepción de mecanismos de protección a la producción nacional frente a prácticas de comercio desleales.

Se distinguen las siguientes normas de origen preferenciales: el régimen general de normas de origen de ALADI, las normas de origen específicas de los Acuerdos de Alcance Parcial de ALADI. No existen normas de origen no preferenciales.

Uruguay mantiene otros acuerdos comerciales en el marco de la ALADI, lo que le está permitido al no implicar tratados que puedan establecer preferencias porcentuales elevadas afectando la eficacia del Arancel Externo Común del MERCOSUR y sus excepciones. Esos acuerdos son los siguientes: acuerdos del MERCOSUR con Chile; Bolivia; México (únicamente para la industria del automóvil), el Perú; y con Colombia, el Ecuador y Venezuela que está actualmente en la fase transitoria de integración como miembro de pleno derecho en MERCOSUR; y el Tratado de Libre Comercio del Uruguay con México.

Colombia para la denominación arancelaria maneja la siguiente estructura 3503.00.10.00 el cual es el código de nomenclatura al cual pertenece la gelatina y sus derivados, que es donde se encuentra el producto que ofrece Gelatinas J&D ya que no está contemplado de ninguna otra manera en otra sección. (Dian, 2020)

Estadísticamente se muestra una buena relación entre Colombia y Uruguay donde ambos países expresan el interés de seguir aumentando sus alianzas estratégicas a pesar de que actualmente es bastante buena ya que 22 de los 32 departamentos nacionales exportan hacia Uruguay sus productos entre los que se destacan aceites y químicos. A continuación, se relacionan los 5 productos a 6 dígitos del sistema armonizado más importados por Uruguay con el valor comercial en el 2018:

Productos a 6 dígitos	Valor usd
Aceites crudos de petróleo, minerales bituminosos	US\$ 1,122,157.52 millones
Emisores receptores de radiotelefonía, televisión, radio difusora	US\$ 281,179.65 millones
Vehículos de turismo, motor, embolo mayores de 1500 cm3	US\$ 123,192.76 millones
Tereftalato de polietileno	US\$ 113,339.38 millones
Herbicidas, inhibidoras de germinación y reguladores de crecimiento	US\$112,104.61 millones

Figura 15. Principales importaciones de Uruguay 2018 (Wits, 2018)

3. Plan estratégico y estructura organizacional

3.1 Misión

Somos una empresa líder en la comercialización de gelatina de escama de pescado donde satisfacemos las necesidades de nuestros clientes otorgándoles un producto 100 % natural y de alta calidad junto con un excelente servicio.

3.1.1 Visión.

Ser reconocida como la mayor empresa distribuidora de gelatina a base de escama de pescado a nivel nacional, ser una empresa económica sustentable y lograr el reconocimiento nacional en el área en los próximos 3 años, para iniciar el proceso de expansión internacional.

3.1.2 Valores.

- Trabajo en equipo siempre pensando en el bienestar de la empresa.
- Compromiso con el medio ambiente que permita aportarle a su beneficio y no afectarlo.
- Con los más altos estándares de calidad atender, para fidelizar a nuestros clientes.
- Con una mejora continua trabajar para siempre estar encaminados hacia la excelencia.
- Relación fraternal con los clientes haciéndolos sentir siempre que están en un negocio que vive por y para él.
- Los clientes siempre serán la prioridad para el tendero por ello se le prestara la atención requerida.

3.2 Análisis de la situación

Para crear las estrategias y objetivos estratégicos se realizó la construcción de un análisis DOFA en el cual se relacionaron las principales características a las que se ve enfrentada la empresa Gelatinas J&D.

Tabla 4.

DOFA

DEBILIDADES (-)	
1	Existen productos sustitutos
2	Poco reconocimiento en el entorno
3	La empresa ofrece un único producto

FORTALEZAS (+)

1	Se cuenta con proveedores directos
2	El producto es 100% natural lo que mantiene sus características nutritivas
3	Conocimiento de todo el proceso productivo

AMENAZAS (-)

1	Existen muchos productos que pueden sustituir la gelatina
2	Poca demanda del producto
3	Existen personas que fabrican este producto informalmente

OPORTUNIDADES (+)

1	No existe alguna empresa legalmente constituida que se enfatice en la producción del producto
2	Los productos de la competencia no son naturales y poseen c Conservantes
3	Gran cantidad de tenderos visitan la plaza diariamente

Fuente. Autoría propia

Tabla 5.

Cruces estratégicos

D1-O1	Constituir legalmente una empresa que fabrique y comercialice el producto
D1-O2	Demostrar que el producto es 100% natural
D1-O3	Explotar el sector donde se encuentra la empresa
D2-O1	Promocionar el producto con marca a los dueños de pesqueras y tenderos
D2-O2	Fomentar el consumo de productos naturales
D2-O3	Dar a conocer el producto para que el mercado objetivo lo oferte en sus negocios
D3-O1	Ser reconocidos como la primera empresa en ofrecer el producto formalmente
D3-O2	Ofrecer el mismo producto con diferentes sabores
D3-O3	Ofertar un producto de alta calidad a un precio competitivo
D1-A1	Fomentar una nueva manera de consumir gelatina
D1-A2	Brindar calidad y satisfacción a los clientes que consuman el producto
D1-A3	Fabricar un producto que compita con empresas ya reconocidas en el sector
D2-A1	Promocionar el producto
D2-A2	Mantener producción en almacén de 500 u que permite siempre tener producto disponible
D2-A3	Demostrar que los productos sustitutos no son iguales
D3-A1	Aprovechar diferencias con los productos similares
D3-A2	Aprovechar las ventajas sobre productos sustitutos
D3-A3	Garantizar la calidad que se le ofrece al cliente frente a productores informales
F1-O1	Establecer relación comercial con los escamadores para que provean la materia prima
F1-O2	Garantizar los insumos naturales con los proveedores

F1-O3	Potenciar los mercados presentes para crear mayores dificultades a las compañías
F2-O1	Crear una empresa legalmente constituida que ofrezca un producto 100% natural
F2-O2	Resaltar el valor agregado que es ofertar un producto 100% natural
F2-O3	Promocionar el producto a los propietarios de pesqueras que reconocen su uso
F3-O1	Aprovechar el conocimiento del producto para brindar el mejor servicio
F3-O2	Enfatizar que el proceso productivo es natural
F3-O3	Crear sistema de abastecimiento para abastecer tiendas a nivel nacional
F1-A1	Fidelizar proveedores con la empresa
F1-A2	Monopolizar el mercado con un producto insignia
F1-A3	Ser la primera empresa que ofrece e producto de manera formal en variedad de sabores
F2-A1	Comparar el producto con los de la competencia para demostrar su relevancia
F2-A2	Crear publicidad que opaque los productos sustitutos
F2-A3	Resaltar la confiabilidad del producto frente a fabricantes informales
F3-A1	Crear proceso productivo diferente al tradicional
F3-A2	Promocionar el proceso productivo frente al de los productos sustitutos
F3-A3	Crear un proceso único para la empresa que la diferencie de los fabricantes informales

Fuente. Autoria propia

3.3 Definición estrategia, objetivos estratégicos

Tabla 6.

Tabla de objetivos estratégicos.

Objetivo estratégico	Estrategia
Ser reconocido como la primera empresa legalmente constituida en producir gelatina de escama de pescado	D1-O1 Construir legalmente una empresa que fabrique y comercialice el producto
Tener una cobertura del 80 % a nivel nacional	F3-O3 Crear sistema de abastecimiento para abastecer tiendas a nivel nacional
Crear gelatina de escama de pescado en variedad de sabores para abarcar más publico	D3-O2 Ofrecer el mismo producto con diferentes sabores
Satisfacer la demanda de los clientes	D2-A2 Mantener una producción en almacenamiento de 500 unidades que permita siempre tener producto disponible

Superar el margen mínimo de ventas de 16000 unidades anuales

Vender 1400 unidades mensuales

Nota: Autoría Propia

3.4 Constitución empresa unipersonal

En la ciudad de Bogotá D.C Departamento Cundinamarca, República de Colombia, a los once (11) días del mes de marzo del año dos mil veinte (2020), compareció el (la) señor (a) Jhon Alexander Sánchez Gómez, colombiano (a) de nacimiento, mayor de edad, de estado civil soltero, vecino (a) de Bogotá D.C, identificado (a) con la cédula de ciudadanía No. 1.022.425.232 expedida en Bogotá D.C quien expresó ser persona hábil para contratar y obligarse, en quien no incurre ninguna causal de impedimento de naturaleza civil o comercial. De igual forma manifestó que obrando en nombre propio por conducto del presente documento, con base en lo dispuesto por el artículo 71 de la Ley 222 de 1995, procede a constituir una Empresa Unipersonal que se regirá por las siguientes cláusulas. (Ver anexo A).

3.5 Estructura jurídica

3.5.1 Constitución empresa unipersonal.

La empresa GELATINAS J&D se inclinó por este tipo de empresa, teniendo en cuenta que será la beneficiaria de la totalidad de las ganancias que se generen y también se hará responsable de las pérdidas que se originen, estas pérdidas pueden repercutir directamente en el patrimonio.

Trámites de constitución y costos:

- Estatutos de la compañía.
- PRE – RUT.
- La cédula del representante legal y la de su suplente.
- Inscripción en el registro.
- Abrir una cuenta bancaria.
- El RUT.
- Solicitar resolución de facturación.
- Inscripción de libros en la cámara de comercio.
- Registrar a la empresa en el sistema de seguridad social, para así poder contratar empleados.

- De ser aceptado el nombre propuesto ya se podrá tramitar el formulario de Registro de Matrícula Mercantil y la solicitud del NIT.
 - Pagar los derechos de registro de la matrícula mercantil y presentar los requisitos legales tributarios. La DIAN permitirá tramitar oficialmente el RUT, se asignará un NIT y se conocerán los requisitos para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 7.

Pasos para la constitución de la empresa.

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$34 000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$70 000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131 000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4 500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$12 000
TOTAL		\$251 500

Fuente: (Finanzas personales, 2020).

4. Plan de marketing

4.1 Producto

La gelatina que produce gelatinas J&D es una proteína en estado puro ya que se obtiene del colágeno que producen las escamas de pescado. Consiste en un producto fabricado con insumos 100% naturales y 100% de manera cacerera lo que mantiene sus propiedades nutritivas y saludables mencionadas posteriormente no se afecten y se mantengan.

La gelatina de J&D es diferente a la tradicional desde su proceso de elaboración ya que trabaja un proceso totalmente distinto para fabricarla ya que se extrae de la materia prima la sustancia para fabricarla y darle su consistencia.

Esta gelatina se ofrece en una presentación de un vaso de 250 gramos y para ofrecer variedad la empresa J&D ofrece una presentación de 3 sabores los cuales son fresa, naranja y natural para que pueda ser seleccionada a gusto del cliente

Nuestra gelatina cuenta con un factor a favor y es que posee las mismas propiedades que ofrece el colágeno comercial, que ofrecen las farmacéuticas y tiendas naturistas, a continuación, se relacionan algunos de los beneficios que otorga consumir un colágeno 100% natural debido a que cuenta con la glicina, que es un aminoácido esencial en nuestra dieta diaria.

- Reduce dolores articulares.
- Rejuvenece la piel.
- Ayuda a descansar mejor.
- Mejora el equilibrio de aminoácidos.
- Proteína real.
- Beneficios para el sistema óseo
- Actúa como impermeable para mantener una piel hidratada
- Cabello más fuerte

4.1.1 Ficha técnica.

Tabla 8.

Ficha técnica.

Descripción	La gelatina se deriva del colágeno que producen las escamas de pescado.
Áreas de aplicación	Industria alimentaria
Composición	Base de escama de pescado, saborizante artificial
Tipo de empaque	Envase plástico de 250 gramos
Precio	\$4995 cop (ver matriz financiera)

Fuente: Autoría propia

4.2 Precios, política y estimación

Aunque en la formulación de la encuesta se tenía proyectado ofertar el producto a un valor de \$2500, este valor se vio afectado en el planteamiento financiero ya que no se tenían contemplados algunos gastos operacionales que incurren directamente en la formulación del precio por ello, la compañía maneja un precio estimado de \$4995 por unidad que equivale a un vaso de 250 gramos. Para la definición de este precio se tomaron en cuenta las variables financieras que relaciona la producción del producto.

El resultado de este valor es determinado por el precio del kilogramo de escama de pescado sumado con el precio del saborizante y del empaque, los gastos de producción, además de la utilidad deseada.

Orden	Gelatina de escama de pescado		
	Insumo	Unidad de medida	Costo Variable
1	Escama	250 gramos	\$750
2	Saborizante	Gramos	\$35
3	vaso plástico	Vaso 9 onzas	\$300
Total Costo Variable			\$1085
Costo Fijo			\$2320
COSTO TOTAL UNITARIO			\$3405
¿Cuál es el % de ganancia por producto?			46,7%
PRECIO DE LA UNIDAD			\$4995

Figura 16. Definición de precio. Autoría propia.

4.3 Plaza y distribución

Como plaza la empresa maneja un punto de producción y venta ubicado en la Plaza de las Flores de Bogotá que se encuentra ubicada frente a Coorabastos S.A central de abastos de Bogotá; por su facilidad de acceso a la materia prima (escama de pescado) y por su contacto directo con los tenderos y propietarios de pesqueras que abastecen sus negocios y quienes son nuestros clientes directos.

El canal de distribución que maneja la empresa gelatinas J&D consiste en un canal detallista, ya que la empresa produce y distribuye el producto al por mayor (Docenas) a los intermediarios quienes en este caso son los tenderos y propietarios de pesqueras en la ciudad de Bogotá donde estos son quienes tienen el contacto directo con el consumidor final.

4.4 Promoción publicidad y comunicación

La empresa en la parte publicitaria tiene una inversión de \$2 000 000 que consta de un aviso publicitario que va ubicado en la parte frontal superior de la fábrica- punto de venta, 1000 tarjetas con el nombre de la empresa y los teléfonos de contacto para información y 4 pendones que contienen características del producto que están ubicados en la entrada del local. Adicionalmente se contratará un anuncio en Instagram y Facebook para que las personas se motiven a indagar sobre el producto y por último visitaremos algunas tiendas y pesqueras para incentivar a los propietarios a que vendan nuestro producto.

PUBLICIDAD			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Volantes	2000	100	200 000
Pendones	4	50 000	200 000
Aviso	1	1 500 000	1 500 000
Tarjetas	1000	100	100 000
Gasto Total Año			2 000 000
Gasto Mensual			166 667

Figura 17. Publicidad. Autoría propia.

4.5 Ventas previsión e indicadores de control

Como proyección inicialmente la empresa tiene el objetivo de vender 1333 unidades mensuales para el primer año.

Adicionalmente tenemos una proyección anual con estimación de precios relacionada en la siguiente tabla donde se relacionan las aspiraciones de la empresa anuales.

Tabla 9.

Proyección.

Año	Porcentaje incremento venta	Porcentaje incremento precio/ costo
1	3,8%	3,8%
2	7%	4%
3	7%	4%
4	7%	4%

5. Plan de operaciones y organizacional

5.1. Tamaño y localización del negocio

La empresa gelatinas J&D tendrá un local con canon de arrendamiento ubicado en la plaza de las flores, la cual pertenece a la localidad de Kennedy; este local cuenta con una dimensión de sesenta metros cuadrados y su precio de arrendamiento es de un millón quinientos mil pesos (1 500 000 cop).

La cobertura que va a brindar gelatinas J&D será inicialmente para los tenderos y comerciantes que hacen la compra de sus productos en la plaza de las flores.

5.2 Proceso de producción o prestación del servicio

La obtención de la gelatina a base de escama de pescado debe tener en cuenta la especie y la conservación de la materia prima, en el caso de la empresa se utilizarán escamas de mojarra ya que es la que más se produce en el territorio colombiano. Nuestro proveedor nos asegura materia prima todo el año calendario para así poder cumplir con la producción que tengamos programada.

Primero: se debe enjuagar la escama de 3 a 5 veces (entre más veces, mucho mejor) para filtrar otros componentes como mugre etc.

Segundo: se pone a hervir de 25 a 30 minutos llenando la olla de agua hasta el nivel donde límite con la escama.

Tercero: después de hervir el tiempo requerido en otro recipiente se debe licuar entre 1 y 2 veces.

Cuarto: (opcional) se agrega el saborizante y se revuelve por 5 minutos.

Quinto: por último, se cuela el contenido licuado y se envasa para introducir en la nevera de 2 a 4 horas y quedara listo para consumir.



Figura 18. Proceso de lavado y descontaminación. (Torres, 2018).

5.3 Soporte físico

5.3.1 Instalaciones.

Las instalaciones desempeñan un papel muy importante dentro de la empresa ya que allí en donde se hará todo el proceso de fabricación y distribución de la gelatina a base de escama de pescado. Cabe destacar que ambos procesos se desarrollaran en el mismo local ubicado en la plaza de las flores

El espacio que se gelatinas J&D va a utilizar para su plan de operaciones se compone de:

- Zona de lavado limpieza, cocción y distribución por porciones de 250 gramos para proceder a almacenar las gelatinas en neveras industriales aptas para este tipo de procesos.
- Zona de ventas y oficina con equipo informático compuesto por un computador e impresora para estar en contacto con clientes y proveedores.

5.3.2 Equipamiento.

El equipo que se requiere para trabajar consiste en 2 licuadoras industriales inicialmente ya que esto requiere un trabajo pesado y continuo que cualquier otra licuadora no puede soportar.



Figura 19. Licuadora Industrial. (Distriproductglobal, 2020)

Se requiere coladores industriales o metálicos que otorguen un excelente filtrado a la escama para evitar que impurezas se mezclen con la gelatina



Figura 20. Colador Industrial. (Articulospararestaurantes, 2020).

Estufa industrial: se requerirán para poner en cocción grandes cantidades de escama de pescado para así darle inicio al proceso de producción



Figura 21. Estufa Industrial. (Alianzaparacrecer, 2020).

Nevera o armario refrigerado: se necesita para almacenar grandes cantidades de gelatina procesada.



Figura 22. Nevera. (*Williams, 2020*)

5.3.3 Sistemas y tecnologías de la información y la comunicación.

Para este campo la empresa gelatinas J&D empezara con un sistema informático muy simple que consta de un computador de mesa y una impresora junto a un sistema de internet para poder enviar y recibir correos de los proveedores.

5.4 Proveedores

Para empezar la producción de la empresa gelatinas J&D, inicialmente se ejecutará un plan de compras en el cual nuestro proveedor principal nos enviará 1000 kilos de escama de pescado, esta cantidad se va a manejar entre 10 y 14 días.

Las ventajas de ejecutar este plan de compras es que tendremos menores costes administrativos y, por lo tanto, menor papeleo ya que se va a negociar el producto directamente con el proveedor y no con intermediarios. Otro aspecto a favor es que tendremos compras oportunas, es decir que tendremos siempre a la mano al proveedor para abastecernos y así responder con la mayor efectividad posible a las necesidades de nuestros clientes.

6. Plan de recursos humanos

6.1. Número de personas y perfil requerido

Para dar inicio a este proyecto, gelatinas J&D requiere de un personal muy mínimo que consta de dos personas que tengan conocimientos en:

- Ventas
- Marketing
- Administración
- Producción
- Curso técnico en manipulación de alimentos
- Gerencia

Las personas que desarrollaran estas funciones son Jhon Sánchez y Diego Tovar, quienes están cursando decimo semestre de negocios internacionales y con esta idea de negocio innovadora quieren dar un impulso a sus carreras enfocándose en un proyecto a largo plazo en vistas a poder exportar el producto.

6.2 Funciones y tareas por realizar

Gerente: se encargará de planificar, organizar y dirigir las diferentes estrategias que gelatinas J&D tiene propuestas, además se encargara también de una futura contratación de personal si así la empresa lo requiere.

Administración y finanzas: esta parte se encarga del financiamiento y administración de los activos que posee la empresa, además son los que toman las decisiones principalmente lo que tiene que ver con las inversiones y la cantidad de dinero destinado para la producción y la compra de equipos y sistemas.

Producción: esta parte se encarga de todo el proceso de elaboración del producto desde que llega al local siendo solo las escamas de pescado hasta convertirlas en una gelatina ya procesada y lista para consumir.

Ventas y distribución: esta parte se encargará de tener el contacto directo con los clientes para ofrecer un producto de calidad y a un precio competitivo teniendo en cuenta la competencia.

También se encargará de crear lazos comerciales fuertes con los proveedores para así ofrecer el mejor producto posible al consumidor.

6.3. Contratación de personal

La empresa gelatinas J&D cuenta con la mano de obra de sus fundadores Jhon Alexander Sánchez Gómez quienes es el encargado de la parte logística, marketing, venta y distribución de la compañía, quien cuenta con experiencia de 5 años en este campo, además de experiencia en el manejo de la cadena de frío y rotación de producto. Por otro lado, Diego Tovar Castillo, quien es el encargado del área de producción y empaquetado, ya que reconoce el proceso de fabricación del producto además cuenta con contacto directo con los proveedores ya que cuenta con una experiencia de 4 años en el área pesquera.

Para ello se determinó que cada uno cuenta con un contrato de prestación de servicios fijado según los parámetros del código sustantivo del trabajo.

Actualmente la empresa no requiere de un aumento en la mano de obra ya que su producción actual se suple con el personal con que se cuenta y la proyección de gastos inicialmente no permite un aumento en la nómina.

6.4. Costes salariales

Para los fundadores y dueños de la compañía quienes actualmente son las personas que componen la nómina total de la empresa se ha fijado un sueldo de 1 000 000 mensual fijado en el contrato de prestación de servicios para cada uno.

6.5. Organigrama de funcionamiento

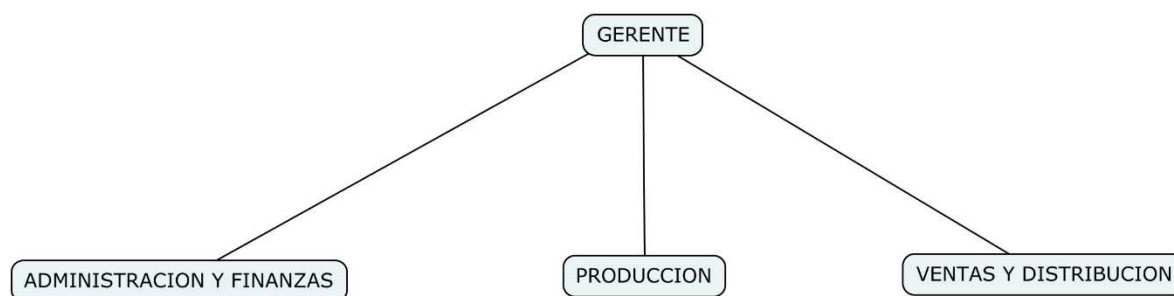


Figura 23. Organigrama de funcionamiento. Autoría propia

Jhon Sánchez: se encargará de la fabricación y venta de la gelatina, es muy importante que se realicen en conjunto estas dos funciones ya que se sabrá exactamente con el inventario que hay disponible para ofrecer a los clientes.

Diego Tovar: desempeñara funciones de administración, facturación y marketing empresarial, es decir, todo tipo de promoción con el que se dará a conocer la empresa, también brindara apoyo en el proceso de fabricación de la gelatina para así poder cumplir con los pedidos que se generen.

Cabe destacar que gelatinas J&D cumple con todas las normas establecidas para la manipulación de alimentos las cuales se rigen por la resolución 2674 del 22 de julio de 2013 y este considera “Que el artículo 126 del Decreto-ley 019 de 2012, establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social”. (Legiscomex, 2012)

7. Plan financiero

Para el desarrollo del plan financiero la empresa Gelatinas J&D completo un simulador donde se determina todo el sistema financiero el cual compone la compañía, y el cual arroja la rentabilidad y viabilidad del proyecto. Este simulador fue un factor importante para determinar el precio del producto ya que allí se contemplaron todos los posibles gastos que genera la creación y mantenimiento de la compañía. Además de conocer una proyección para los siguientes 5 años de la situación y viabilidad del proyecto.

7.1 Política y definición de precio

Orden	gelatina de escama de pescado		
	Insumo	Unidad de medida	Costo Variable
1	Escama	250 gramos	\$750
2	Saborizante	Gramos	\$35
3	vaso plástico	unidad 9 onzas	\$300
Total Costo Variable			\$1.085
Costo Fijo			\$2320
COSTO TOTAL UNITARIO			\$3405
¿Cuál es el % de ganancia por producto?		46,7%	\$1590
PRECIO DE LA UNIDAD			\$4995

Figura 24. Política de precio. Autoría propia.

Para la estimación del precio de venta se tuvieron en cuenta 3 factores que son los que influyen directamente en la definición de este. Primero se definió el costo variable que consiste en el valor de la materia prima que tiene producir una unidad que es igual a \$1085. Segundo se estableció el costo fijo el cual se compone de los gastos fijos que acarrea producir este producto, entre los que se encuentran los gastos de producción y mantenimiento de la empresa que equivale a \$2320. Y por último se determinó el porcentaje de utilidad que se desea por cada unidad vendida que equivale a 46,7% lo que fijo el precio de venta en \$4995 por cada unidad.

7.2 Inversiones iniciales

INVERSIONES ANUALES	AÑO 0
Maquinaria	\$5 000 000
Mobiliario	\$1 000 000
Equipos informáticos	\$1 000 000
Software	\$800 000
Vehículos	0
Aporte de Socios	\$10 000 000
Caja Inicial	0
Otros	\$1 000 000
TOTAL	\$18 800 000

Figura 25. Inversiones. Autoría propia.

Para la constitución de la planta física de la empresa se hizo una inversión de \$5 000 000 en maquinaria que consiste en una estufa industrial, dos licuadoras industriales, dos coladores industriales, dos ollas en acero, una nevera industrial y una vitrina para exhibición, \$1 000 000 en equipo mobiliario en cual consiste en equipo de oficina. Un computador portátil el cual tiene un costo de \$1 000 000, un software con un costo de \$800 000 para el manejo de la contable y logístico de la empresa, y \$1 000 000 en gastos que surgen a partir del montaje que no son contemplados al inicio, \$10 000 000 los cuales están destinados al inicio operacional de la compañía que dividen insumos.

7.3 Financiación

Capital Social	
	AÑO O
Aportaciones al Capital	\$ 9.400.000
Financiación externa:	
Préstamos	
	AÑO O
Nuevos préstamos constituidos	\$ 9.400.000
Condiciones Préstamos:	
Tipo de interés	15%
Años	4

Figura 26. Financiación. Autoría propia.

La empresa gelatinas J&D manejo una financiación del 50% propia y 50% con el banco Davivienda con un plazo de 4 años, por lo que se le otorgo a la empresa un interés del 15% EA por el total del préstamo que fue de \$9 400 000.

7.4 Proyección de costos y ventas

VENTAS					
Nombre del producto o servicio	gelatina de escama de pescado	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5
Ventas estimadas año 1 (unidades)	26 000				
Precio unitario de venta año 1	\$4 995	\$0	\$0		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Incremento anual ventas	3,80%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
Incremento anual (Precio & Costo) (IPC)	3,80%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
Periodo medio de cobro (días)	8				
COSTO DE VENTAS					
Nombre del producto o servicio	gelatina de escama de pescado	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5
% Inventarios sobre venta	40,00%	0,00%	0,00%		
Costo Variable unitario del producto	\$1085	\$0	\$0		
Periodo medio pago a proveedores (días)	15				

Figura 27.Proyección de costos y ventas. Autoría propia.

La empresa tiene estimado para el primer año la fabricación de 26000 unidades de gelatina de escama de pescado y obtener ventas de 16000 unidades para a final de año tener un inventario sobre venta del 40% y así parar la producción a final de año y a inicios del siguiente ya que por motivos logísticos no se puede seguir con la fabricación para estas fechas, por ello está pensado este plan para no tener un desabastecimiento para nuestros clientes. Así mismo se espera para el primer año obtener un incremento en ventas del 3,8% y para los siguientes años del 7%.

Para los créditos fijamos un periodo de cobro de máximo 8 días para así mismo poder cumplir a los proveedores en su pago a 15 días.

7.5 Gastos fijos

GASTOS FIJOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de empleados	2	2	3	3	3
Salario mensual + Transporte para año 1	\$1 000 000	\$1 060 000	\$1 123 600	\$1 191 016	\$1 262477
Incremento salarial anual	6,00%				
Seguridad Social y Prestaciones Sociales	32,00%				
Alquiler mensual	\$1 500 000				
Incremento anual (IPC)	3,80%				
Descripción de Gasto	Valor Mensual				
Electricidad	\$240 000				
Teléfono y gas	\$350 000				
Material de Oficina	\$50 000				
Limpieza	\$60 000				
Publicidad	\$166 667				
TOTAL OTROS GASTOS	\$666 667				
Impuestos (ICA, IVA, Renovación Matrícula Comercial)	\$15 376 207				
TOTAL GASTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salarios	\$26 000 000	\$27 560 000	\$43 820 400	\$46 449 624	\$49 236 601
Seguridad Social	\$8 320 000	\$8 819 200	\$14 022 528	\$14 863 880	\$15 755 712
Total, Personal (Salario + Seguridad. Social)	\$34 320 000	\$36 379 200	\$57 842 928	\$61 313 504	\$64 992 314
Alquileres	\$18 000 000	\$18 684 000	\$19 431 360	\$20 208 614	\$21 016 959
Otros gastos	\$8 000 000	\$8 304 000	\$8 619 552	\$8 947 095	\$9 287 085
TOTAL GASTOS FIJOS	\$60 320 000	\$63 367 200	\$85 893 840	\$90 469 213	\$95 296 357

Figura 28. Gastos fijos. Autoría propia.

Aquí se adjuntan los gastos fijos de operación de la empresa, estableciendo a futuro los aumentos porcentuales que conllevan y están estipulados, además se proyectó para el tercer año la contratación de otra persona que ayude a suplir las necesidades de producción a las que está proyectada la empresa.

7.6 variables macroeconómicas

VARIABLES MACROECONOMICAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Impuesto sobre Renta	32%	31%	31%	31%	31%
IPC	3,80%	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
Crecimiento Orgánico	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
% Incremento de Ventas	3,8%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%
Incremento Salarial	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%	6,0%
Distribución de Utilidades	0%	0%	0%	0%	0%
Cuál es la actividad de tu emprendimiento				Vigilancia	
Impuesto de Industria y Comercio				1,308%	
Cuál es la descripción de su actividad económica					
Comercio				11,04	
Iva				19%	
Tasa de rendimiento esperada por los emprendimientos				22%	

Figura 29. Variables macroeconómicas. Autoría propia.

En la presente tabla se ven relacionados los impuestos a los que está sujeta la empresa, cabe aclarar que por ser una empresa que se dedica a la comercialización venta al por mayor y al detal se ubica en la actividad económica correspondiente al comercio el cual tiene una tasa fijada en el 11,04%, para la distribución de utilidades se optó por no retirarla y así mantener un flujo de efectivo que está destinado a solventar la cartera y aumentar la producción.

7.7 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingreso por Ventas	\$129.873.510	\$134.808.703	\$144.245.313	\$154.342.484	\$165.146.458	
Costos	\$39.494.000	\$40.994.772	\$42.634.563	\$44.339.945	\$46.113.543	
Variación de existencias	\$51.949.404	\$1.974.077	\$3.774.644	\$4.038.869	\$4.321.590	
Utilidad Bruta	\$38.430.106	\$91.839.854	\$97.836.106	\$105.963.670	\$114.711.326	
Gastos de personal	\$34.320.000	\$36.379.200	\$57.842.928	\$61.313.504	\$64.992.314	
Alquileres	\$18.000.000	\$18.684.000	\$19.431.360	\$20.208.614	\$21.016.959	
Otros gastos	\$8.000.000	\$8.304.000	\$8.619.552	\$8.947.095	\$9.287.085	
Margen Operacional (EBITDA)	- \$21.889.894	\$28.472.654	\$11.942.266	\$15.494.457	\$19.414.968	
Depreciación Anual	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	
Utilidad Antes de Impuestos e Intereses (EBIT)	- \$22.949.894	\$27.412.654	\$10.882.266	\$14.434.457	\$18.354.968	
Pago de Intereses	\$1.410.000	\$1.127.626	\$802.896	\$429.456	\$0	
Utilidad antes de Impuestos	- \$24.359.894	\$26.285.028	\$10.079.370	\$14.005.002	\$18.354.968	
Impuesto sobre Renta	\$0	\$0	\$781.151	\$2.170.775	\$4.267.530	
Utilidad Neta	- \$24.359.894	\$26.285.028	\$9.298.219	\$11.834.226	\$14.087.438	
Utilidad a repartir	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Reservas	- \$24.359.894	\$26.285.028	\$9.298.219	\$11.834.226	\$14.087.438	
Distribución de Resultados						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5

Reservas	\$0	\$0	\$26.285.028	\$35.583.247	\$47.417.474	\$61.504.912
Dividendos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

Figura 30. Estados de resultados. Autoría propia.

COSTO UNITARIO Y PUNTO DE EQUILIBRIO	
PRODUCTO 1	
Costo variable unitario	1.085,00
Total de Costo Fijo	60.320.000,00
Costo fijo Unitario	2320,00
% de Ventas	100%
Costo total unitario	3.405,00
Punto de Equilibrio	15.427

Figura 31. Punto de equilibrio. Autoría propia.

Como análisis para la primera grafica se puede evidenciar que, aunque para el primer año no se obtiene una utilidad positiva lo cual es válido ya que es un proyecto que está en sus inicios, para lo siguientes años se obtiene un mejor beneficio permitiendo para el quinto año ya tener una empresa nivelada, que cuenta con reservas de capital, generando una utilidad positiva.

En la segunda grafica se puede observar lo más importante, el punto de equilibrio que nos determina la cantidad de unidades que la empresa Gelatinas J&D debe vender para obtener un beneficio igual a cero, estando este muy cerca del que se tiene proyectado para el primer año.

7.8 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA INICIAL	\$0	\$0	\$14 046 349	\$27.996.534	\$26.596.094	\$27.578.889
Ingresos						
Ingresos de ventas	\$0	\$126.987.432	\$131.812.954	\$141.039.861	\$150.912.652	\$161.476.537
Aportes de Capital	\$9.400.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Préstamos	\$9.400.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

TOTAL INGRESOS y CAJA INICIAL	\$18.800 .000	\$126.987 .432	\$145.859 .303	\$169.036 .395	\$177.508 .746	\$189.055 .426
Egresos						
Inversión Inicial	\$18.800 .000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago a Proveedores	\$0	\$37.848. 417	\$39.286. 657	\$40.858. 123	\$42.492. 448	\$44.192. 146
Gastos de personal	\$0	\$26.000. 000	\$27.560. 000	\$43.820. 400	\$46.449. 624	\$49.236. 601
Pago de Seguridad Social	\$0	\$8.320.0 00	\$8.819.2 00	\$14.022. 528	\$14.863. 880	\$15.755. 712
Alquileres	\$0	\$18.000. 000	\$18.684. 000	\$19.431. 360	\$20.208. 614	\$21.016. 959
Pago de Intereses	\$0	\$1.410.0 00	\$1.127.6 26	\$802.896	\$429.456	\$0
Pago de préstamos	\$0	\$1.882.4 94	\$2.164.8 68	\$2.489.5 99	\$2.863.0 39	\$0
Otros gastos	\$0	\$6.666.6 67	\$6.920.0 00	\$7.182.9 60	\$7.455.9 12	\$7.739.2 37
Pago Impuesto Renta	\$0	\$0	\$0	\$0	\$781.151	\$2.170.7 75
Pago de IVA		\$12.813. 506	\$13.300. 419	\$13.832. 435	\$14.385. 733	\$14.961. 162
Pago utilidades	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL PAGOS	\$18.800 .000	\$112.941 .083	\$117.862 .770	\$142.440 .301	\$149.929 .857	\$155.072 .593
CAJA FINAL	\$0	\$14.046. 349	\$27.996. 534	\$26.596. 094	\$27.578. 889	\$33.982. 833

Figura 32. Flujo de caja. Autoría propia.

En esta grafica se puede evidenciar que la empresa Gelatinas J&D para su proyección a 5 años contara con buen flujo de efectivo para el cumplimiento de sus obligaciones, obteniendo para el final de cada periodo una caja positiva, esto debido a que la empresa opto por no realizar el pago de utilidades a los socios para mantener la liquidez en los primeros años y generar un aumento en el capital.

7.9 Balance

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Caja	\$0	\$14 046 349	\$27 996 534	\$26 596 094	\$27 578 889	\$33 982 833
Clientes	\$0	\$2 886 078	\$2 995 749	\$3 205 451	\$3 429 833	\$3 669 921
Inventario	\$0	\$51 949 404	\$53 923 481	\$57 698 125	\$61 736 994	\$66 058 583
ACTIVO CORRIENTE	\$0	\$68 881 831	\$84 915 764	\$87 499 671	\$92 745 716	\$103 711 338
Activos Fijos	\$8 800 000	\$8 800 000	\$8 800 000	\$8 800 000	\$8 800 000	\$8 800 000
Depreciación de Activo Fijos	\$0	-\$1 060 000	-\$2 120 000	-\$3 180 000	-\$4 240 000	-\$5 300 000
ACTIVO NO CORRIENTE	\$8 800 000	\$7 740 000	\$6 680 000	\$5 620 000	\$4 560 000	\$3 500 000
Cuentas con socios deudoras	\$10 000 000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL ACTIVO	\$18 800 000	\$76 621 831	\$91 595 764	\$93 119 671	\$97 305 716	\$107 211 338
PASIVO Y PATRIMONIO						
Proveedores	\$0	\$1 645 583	\$1 708 116	\$1 776 440	\$1 847 498	\$1 921 398
Servicios públicos por pagar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Seguridad Social x Pagar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Otros gastos por pagar	\$0	\$1 333 333	\$1 384.000	\$1 436 592	\$1 491 182	\$1 547 847
IVA por Pagar	\$0	\$2 562 701	\$2 660.084	\$2 766 487	\$2 877 147	\$2 992 232
Préstamos a corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PASIVO A CORTO PLAZO	\$0	\$5 541 618	\$5 752 199	\$5 979 519	\$6 215 827	\$6 461 478
Préstamos a largo plazo	\$9 400 000	\$7 517 506	\$5 352 637	\$2 863 039	\$0	\$0

PASIVO A LARGO PLAZO	\$9 400 000	\$7 517 506	\$5 352 637	\$2 863 039	\$0	\$0
Capital	\$9 400 000	\$9.400.000	\$9.400.000	\$9.400.000	\$9.400.000	\$9.400.000
Reservas	\$0	\$0	\$26.285.028	\$35.583.247	\$47.417.474	\$61.504.912
Resultado ejercicio	\$0	- \$24.359.894	\$26.285.028	\$9.298.219	\$11.834.226	\$14.087.438
TOTAL PATRIMONIO	\$9 400 000	- \$14.959.894	\$61.970.056	\$54.281.467	\$68.651.700	\$84.992.350
Cuentas con socios acreedoras	\$0	\$78.522.601	\$18.520.871	\$29.995.646	\$22.438.189	\$15.757.511
PASIVO + PATRIMONIO	\$18 800 000	\$76 621.831	\$91.595.764	\$93.119.671	\$97.305.716	\$107.211.338

Figura 33.Balance. Autoría propia.

analizando la situación financiera de la empresa se puede evidenciar que al finalizar el periodo proyectado los activos incrementaron considerablemente y los cuales nos sirven para respaldar la liquidez de la compañía, además la empresa no tendrá obligaciones a corto plazo por su buen flujo de efectivo ya que las existencias en inventario otorgan la capacidad de cumplimiento a los clientes. Por otro lado, se puede evidenciar que para el quinto año la compañía ya abra finiquitado sus obligaciones a largo plazo, lo que indica que al finalizar el periodo proyectado se tendrá una empresa libre de obligaciones con terceros.

7.10 indicadores financieros

INDICADORES FINANCIEROS					
LIQUIDEZ	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Fondo de Maniobra	63.340.213	79.163.565	81.520.152	86.529.889	97.249.860
2. Liquidez Total	12,4	14,8	14,6	14,9	16,1
3. Prueba Ácida	3,1	5,4	5,0	5,0	5,8
4. Caja	2,5	4,9	4,4	4,4	5,3
SOLVENCIA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5. Endeudamiento	-0,9	0,2	0,2	0,1	0,1
6. Cobertura de Intereses	-15,5	25,3	14,9	36,1	#¡DIV/0!
7. Solvencia	5,9	8,2	10,5	15,7	16,6
RENTABILIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
8. Rentabilidad económica (ROI)	-28,57%	31,09%	12,82%	15,92%	18,11%
9. Rentabilidad financiera (ROE)	162,83%	42,42%	17,13%	17,24%	16,57%
10. Crecimiento interno (ICI)	162,83%	42,42%	17,13%	17,24%	16,57%

Figura 34. Indicadores financieros. Autoría propia.

Inicialmente se observa que la empresa Gelatinas J&D aprobó la prueba acida ya que es mayor a uno y aumenta considerablemente para los próximos periodos lo que otorga tranquilidad al saber que la compañía tiene la capacidad de cubrir sus obligaciones a corto plazo sin la necesidad de utilizar sus activos fijos, por otro lado, se observa que la empresa tiene una buena capacidad de caja para cubrir sus deudas. En la parte de endeudamiento se puede ver que, aunque para el primer periodo es negativo finalizando el periodo proyectado se equilibra y se obtiene el mínimo lo que abre la capacidad de asumir una deuda en caso que para este periodo se requiera.

Por último, se detalla la rentabilidad que es la parte más importante para los socios, otorgando resultados satisfactorios ya que se tiene una empresa que es económicamente sostenible y sustentable.

7.11 VAN y TIR.

VPN Y TIR						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Beneficio de explotación (EBIT)		- \$22.949.894	\$27.412.654	\$10.882.266	\$14.434.457	\$18.354.968
Impuestos		\$0	\$0	\$781.151	\$2.170.775	\$4.267.530
Amortización		\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000	\$1.060.000
Inversión	- \$18.800.000					
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	- \$18.800.000	- \$21.889.894	\$28.472.654	\$11.161.115	\$13.323.682	\$15.147.438
VPN	\$ 6.182.153					
TIR	22%					

Figura 35. VAN y TIR. Autoría propia.

En esta parte se puede observar la rentabilidad de la compañía y aunque para el primer año la compañía tenga un flujo de caja negativo no significa que está mal, esto es normal ya que la compañía hasta ahora está iniciando lo que acarrea el cumplimiento de varias obligaciones, pero como se observa en la gráfica para los siguientes periodos se normaliza y se obtiene una caja positiva, arrojándonos una tasa interna de retorno del 22% lo que cumple el rango que se tenía previsto para confirmar la rentabilidad de la empresa.

Conclusiones

Del presente trabajo se puede concluir que el producto que ofrece Gelatinas J&D según la encuesta de validación realizada es aceptado por el público y suena de bastante interés para el mismo, fomentando el consumo por un producto diferente que puede aportar diversos beneficios a la salud y belleza siempre y cuando se mantenga la idea original de producir y ofertar un producto 100% natural que, aunque cambie su sabor se garantiza que sus propiedades y características se mantienen. Se resalta que Gelatinas J&D sobresale de sus posibles competidores por ofertar un producto 100% natural además de ofrecer un producto que viene listo para consumir ya que no requiere alguna preparación previa. La idea de Gelatinas J&D es posicionarse y consolidarse en el mercado nacional como una empresa productora y distribuidora de gelatina a base de escama de pescado y ser reconocida nacionalmente como la primera en realizar esta labor. Para así mismo iniciar su incursión al mercado internacional llevando su producto a Uruguay que es el primer mercado atractivo para Gelatinas J&D y donde se iniciara su expansión.

Para concluir se resalta la implementación del simulador financiero que permitió reconocer la viabilidad arrojando este, un resultado positivo para el proyecto siempre y cuando se tengan contempladas las variables que compete construir una empresa para mantenerla económicamente sostenible y sustentable, aclarando que el éxito del proyecto radicara en que exista un alto compromiso por parte de sus constructores.

Referencias

- Alianzaparacrecer. (15 de 03 de 2020). *Estufas industriales*. Alianzaparacrecer. Recuperado de: <https://www.alianzaparacrecer.com/product/estufas-industriales/>
- Articulospararestaurantes. (15 de 03 de 2020). *Industrial*. Mercadolibre. Recuperado de: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-497551012-colador-industrial-35-cms-doble-malla-_JM?quantity=1
- Comercio exterior. (11 de 04 de 2020). *Comercio uruguay*. Comercio exterior. Recuperado de: <https://www.comercioexterior.ub.edu/correccion/06-07/uruguay/PARTE%20VII.htm>
- Dane. (04 de 07 de 2019). *Poblacion de colombia*. gov.co. Recuperado de: <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190704-Poblacion-de-Colombia-es-de-48-2-millones-habitantes-segun-DANE.aspx>
- Datosmacro.com. (14 de 02 de 2020). *datos macro*. datos macro. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia>
- Dian. (2020). *Consulta arancel*. Dian. Recuperado de: <https://importacionescarga.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaPorTextoDescNomenclatura.faces>
- Distriproductglobal. (15 de 03 de 2020). *Industrial*. Mercadolibre. Recuperado de: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-543922979-licuadora-industrial-nuevas-5-lts-acero-inox-_JM
- ElPais. (02 de 03 de 2018). *Habitos alimenticios*. Elpais. Recuperado de: <https://www.elpais.com.uy/noticias/habitos-alimenticios>
- Finanzas personales. (2020). *Finanzas personales*. Recuperado de: <https://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/siete-plataformas-tic-para-sacarle-el-jugo-al-regreso-a-clases/80669>
- Garcia, J. (12 de 10 de 2018). *lanotaeconomica*. lanotaeconomica Recuperado de: <https://lanotaeconomica.com.co/economia/los-colombianos-estan-mas-preocupados-por-los-habitos-de-consumo-saludables.html>
- Grupo bancolombia. (04 de 07 de 2019). *Legal y tributario*. Grupobancolombia. Recuperado de: <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios-pymes/actualizate/legal-y-tributario/beneficios-tributarios-para-pymes>
- Icontec. (1981). *Norma tecnica Colombiana*. Docplayer. Recuperado de: <https://docplayer.es/62934472-Norma-tecnica-colombiana-1629.html>

- Invima. (1984). *Procesamiento, transporte productos de pesca*. Invima.gov. Recuperado de: <https://www.invima.gov.co/documents/20143/432142/DECRETO+561+08+MAR+DE+1984.pdf/e1c7960c-15fd-929e-99c2-68df10153e76>
- Jumbo. (2020). *Gelatinas, flanes y pudines*. Jumbo. Recuperado de: <https://www.tiendasjumbo.co/supermercado/dulces-y-postres/gelatinas-flanes-y-pudines>
- Legiscomex. (02 de 04 de 2012). *Ministerio de salud*. Legixcomex. Recuperado de: <http://www.legiscomexalinstante.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/minsalud-sanitario.pdf>
- Levapan S.A. (2020). *Levapan*. Recuperado de: <https://www.mercadoslpineda.co/es/gelatinas/1577-gelatina-frutino-x-40-g-mandarina.html>
- Mercadolibre. (14 de 02 de 2020). *Suplementos alimenticios*. Mercado libre. Recuperado de: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-556388824-colageno-hidrolizado-milagros-unidad-a-71000-_JM?matt_tool=76568752&matt_word&gclid=EA1aIQobChMIzchVvJa06QIVEI-GCh0B0QyXEAQYASABEgKMp_D_BwE&quantity=1
- Metro, t. (2020). *Gelatinas*. Tiendasmetro. Recuperado de: <https://www.tiendasmetro.co/gelatina-royal-fresa-x-40-g/p>
- Ministerio de salud. (1996). *Normatividad*. Ministerio de salud. Recuperado de: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%200547%20DE%201996.pdf
- Ministerio de salud. (1997). *Normatividad*. Ministerio de salud. Recuperado de: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf
- Organizacion naciones unidas. (1969). *Principios generales de la higiene de alimentos*. Organizacion naciones unidas. Recuperado de: https://www.google.com/search?ei=s_G-XrOYG4up_QbKpZCADQ&q=CAC%2FRCP+1%3A1969&oq=CAC%2FRCP+1%3A1969&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQA1D-uAJY_rgCYOq_AmgAcAB4AIAB8QKIAfEckgEDMy0xmAEAoAECOAEBqgEHZ3dzLXdpeg&sclient=psy-ab&ved=0ahUKEwjzvcGc0bbpAhWLVN8KHcoSBNAQ4dUDCAw&uact=5
- Organizacion naciones unidas. (02 de 03 de 2016). *Codigo de practicas para el pescado*. Organizacion Naciones unidas. Recuperado de: https://www.google.com/search?ei=sfC-XsKDG06l_QaDgaC4Cg&q=CAC%2FRCP+52%3A2003&oq=CAC%2FRCP+52%3A2003&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQA1DzCFjzCGCVDmgAcAB4AIABvgGIAb4BkgEDMC4xmAEAoAECOAEBqgEHZ3dzLXdpeg&sclient=psy-ab&ved=0ahUKEwiCoL2h0LbpAhWOUt8KHYMACKcQ4dUDCAw&uact=5

- Pineda, Mercados L. (2016). *Gelatinas*. MercadosPineda. Recuperado de:
<https://www.mercadoslpineda.co/es/gelatinas/1577-gelatina-frutino-x-40-g-mandarina.html>
- Procolombia. (10 de 04 de 2020). *Perfil logístico de exportación por país*. Obtenido de Procolombia: <https://procolombia.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-uruguay>
- Romero, J. (23 de 04 de 2018). *Ciencia*. El tiempo. Recuperado de:
<https://www.eltiempo.com/vida/ciencia/presupuesto-de-inversion-en-ciencia-de-colombia-207254>
- Secretariassenado. (31 de 12 de 2019). *Decretos*. Secretaria Senado. Recuperado de:
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2106_2019.html
- Sice. (25 de 02 de 2020). *Acuerdos*. Sice. Recuperado de:
http://www.sice.oas.org/ctyindex/URY/URYagreements_s.asp
- Tiendas jumbo. (2020). *Jumbo Cencosud*. Recuperado de:
<https://www.mercadoslpineda.co/es/gelatinas/1577-gelatina-frutino-x-40-g-mandarina.html>
- Torres, S. (22 de 02 de 2018). *Lavado de escama*. Google imágenes. Recuperado de:
https://www.google.com/search?q=+lavado++de+escama+de+pescado&tbm=isch&ved=2ahUKEwjZi8nZHpAhVXVzABHSjvDhkQ2-cCegQIABAA&oq=+lavado++de+escama+de+pescado&gs_lcp=CgNpbWcQA1C55ARYuYwFYMWPBWgBcAB4AIAB0AKIAY00kgEHMC45LjAuMZgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1n&sclient=i
- Williams, C. (15 de 03 de 2020). *Pinterest*. Pinterest. Recuperado de:
<https://www.pinterest.es/pin/353391902006436021/>
- Wits. (2018). *Datos comerciales*. Wits. Recuperado de:
<https://wits.worldbank.org/CountrySnapshot/es/URY/textview>

Anexos

Anexo A

Capitulo I.

SOCIOS. DENOMINACIÓN SOCIAL. NATURALEZA, DOMICILIO, DURACIÓN, OBJETO SOCIAL Y APORTES.

ARTÍCULO 1. Propietario. El (la) único (a) propietario (a) de esta empresa es el (la) señor (a) Jhon Alexander Sánchez Gómez, en su condición de persona natural, cuya dirección de residencia es calle 5ª # 79-48.

ARTÍCULO 2. Denominación social. La empresa unipersonal que hoy se constituye tendrá como denominación social **GELATINAS J&D** y utilizará como sigla E.U.

ARTÍCULO 3. Naturaleza. La empresa se organiza bajo la forma de empresa unipersonal, de naturaleza comercial.

ARTÍCULO 4. Domicilio. El domicilio principal de la empresa unipersonal será la ciudad de Bogotá D.C lo cual no obsta para que obren establecimientos de comercio en sedes diferentes a la principal.

ARTÍCULO 5. Duración. La empresa unipersonal tendrá un término de duración de diez (10) años contados a partir de la fecha de este instrumento, sin perjuicio de que se pueda disolver con anticipación según lo previsto en los presentes estatutos y en la Ley.

ARTÍCULO 6. Objeto social. La empresa unipersonal tiene por objeto las siguientes actividades:

- a) Producción
- b) Comercialización de gelatina a base de escama de pescado

PARÁGRAFO. Prohibiciones. La empresa unipersonal no podrá garantizar con su firma ni con sus bienes, las obligaciones de terceros.

Capitulo II.

Capital.

ARTÍCULO 7. Capital. El capital de la empresa unipersonal será la suma de treinta millones de pesos (\$30.000.000 COP), divididos en 15 cuotas de un valor nominal de dos millones de pesos (\$2.000.000) cada una. A la fecha del presente documento el constituyente de la empresa unipersonal ha pagado íntegramente el cien por ciento (100%) del capital, mediante aporte en dinero hecho personalmente. El capital no se constituye mediante el aporte de bienes inmuebles o bienes muebles, distintos del dinero.

ARTÍCULO 8. Aumento del capital. El (la) titular de la empresa unipersonal podrá decretar aumento del capital, mediante el aumento de los aportes de capital y mediante la capitalización de los fondos especiales de reserva, que permitan ser capitalizados por la ley. Ello se cumplirá por conducto de documento privado que se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio y que implicará una reforma al presente estatuto.

ARTÍCULO 9. Libro de registro de cuotas. En la secretaria de la empresa unipersonal se llevará un libro especial denominado "libro de registro de cuotas", en el cual se inscribirán las cuotas con los nombres de quienes sean sus propietarios y con indicación de la cantidad que le corresponda al titular. En el mismo libro se anotará la enajenación y traspaso de cuotas; los embargos y demandas judiciales que se relacionen con ellas; las prendas y demás gravámenes o limitaciones del dominio y las demás constancias relativas a su titularidad.

ARTÍCULO 10. De la prenda y el usufructo de las cuotas. La prenda y el usufructo de las cuotas no conferirán al acreedor prendario ni al usufructuario los derechos inherentes a la calidad del empresario.

Capítulo III.

Responsabilidad por los Negocios de la Empresa.

ARTÍCULO 11. Responsabilidad del empresario. El (la) titular de la empresa unipersonal, responderá por los negocios que la empresa celebre, hasta el monto total del patrimonio de la misma empresa.

Capítulo IV.

Cesión de Cuotas.

ARTÍCULO 12. Traspaso de cuotas. El (la) empresario (a) podrá ceder parcial o totalmente las cuotas que posea en la empresa unipersonal a otras personas naturales o jurídicas, por conducto de contrato a título gratuito o a título oneroso o por cesión de derechos que constará en un documento escrito que se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. En la cesión intervendrán el (la) empresario (a) cedente y el cesionario, directamente o por conducto de sus representantes o apoderados. La cesión producirá efectos a partir del momento de la inscripción en el registro mercantil.

ARTÍCULO 13. Cesión parcial de cuotas y conversión de la empresa unipersonal. Cuando la cesión de cuotas sociales sea parcial, lo que implica que dos o más personas tengan la condición de propietarios de cuotas sociales de la misma empresa unipersonal o cuando por cualquier otro acto o negocio jurídico las cuotas llegaren a pertenecer a dos o más personas, deberá convertirse en sociedad comercial dentro de los seis (6) meses siguientes a la inscripción en el registro mercantil de cualquiera de los actos que den lugar a la existencia de una pluralidad de socios. En este evento se elaborarán los estatutos sociales de acuerdo con la forma de sociedad adoptada. El contrato social se elevará a escritura pública que otorgarán todos los socios y se inscribirá en el registro mercantil. La nueva sociedad asumirá, sin solución de continuidad, los derechos y obligaciones de la empresa unipersonal, transcurrido dicho lapso sin que se cumplan las formalidades aludidas, la empresa unipersonal quedará disuelta de pleno derecho y deberá liquidarse.

Capítulo V.

Dirección y administración de la empresa.

ARTÍCULO 14. Órganos de dirección. La dirección y administración de la empresa unipersonal será ejercida por un solo órgano principal que es la gerencia de la empresa.

ARTÍCULO 15. Acto de verificación. Cada año, el primer lunes del mes de marzo a partir de las (2 PM) en la sede social, acudirá a las oficinas de la empresa directamente o en reunión con sus asesores, si los tuviere, a efecto de elaborar un informe en el que conste:

- a) El examen de la situación de la empresa unipersonal;
- b) La fijación de las directrices especiales de la empresa;

c) La consideración de las cuentas y el balance del último ejercicio, junto con el estado de ganancias y pérdidas y

d) El informe de gestión de qué trata la cláusula 21 de este instrumento.

ARTÍCULO 16. Decisiones de la empresa unipersonal. Todas las decisiones serán adoptadas por el (la) empresario (a) en su condición de gerente.

ARTÍCULO 17. De la gerencia. El manejo general de la empresa unipersonal estará a cargo de un (a) gerente que será el titular de la misma empresa y que durará en sus funciones mientras exista la empresa. El (la) gerente tiene la facultad de administrar y de representar la empresa unipersonal, para lo cual hará uso de la denominación social, sin ninguna limitación. El (la) gerente tendrá un suplente que o reemplazará en sus faltas o ausencias temporales o definitivas, con las mismas facultades, obligaciones y responsabilidades.

ARTÍCULO 18. Funciones del gerente. Son funciones del gerente:

a) Llevar la representación legal de la empresa;

b) Formular las políticas generales de la empresa y los planes y programas que deben adelantarse o continuarse;

c) Dirigir, coordinar y controlar la ejecución de los programas y las tareas de la empresa unipersonal;

d) Determinar la estructura administrativa interna y elaborar el reglamento de trabajo, el manual de funciones y la escala de remuneración de los cargos;

e) Nombrar, contratar, orientar y remover el personal de la empresa que este bajo su inmediata subordinación y dependencia;

f) Disponer, cuando lo estime conveniente, la creación o formación de los cuerpos especiales que asesoren al gerente en asuntos determinados, investidos de las atribuciones precisas y fijar la remuneración que a sus integrantes les corresponda;

g) Disponer de la apertura de sucursales o de agencias de la empresa unipersonal y determinar las facultades de sus mandatarios;

- h) Elaborar el presupuesto anual de la empresa;
- i) Proveer el oportuno recaudo de los ingresos, ordenar los gastos en general, dirigir las operaciones propias de la empresa unipersonal dentro de las disposiciones de los estatutos;
- j) Velar por la correcta aplicación de los fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes de la empresa unipersonal;
- k) Celebrar con sujeción a las normas legales y estatutarias; todos aquellos actos o contratos tendientes al desarrollo del objeto social;
- l) Elaborar el informe anual resultante del acto de verificación,
- m) Elaborar las cuentas, el balance general y el inventario de cada ejercicio y disponer de las utilidades de la empresa unipersonal conforme a los presentes estatutos y a las leyes;
- n) Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales; cambiar su destinación y distribuirlas;
- o) Constituir los apoderados especiales para que la empresa unipersonal adelante satisfactoriamente los trámites o procesos administrativos y judiciales en los cuales tuviere interés;
- p) Nombrar los árbitros que le corresponda;
- q) Solicitar la celebración de concordato preventivo de conformidad con las normas sobre la materia, que se admitida la empresa en el trámite de reestructuración empresarial;
- r) Autorizar la transformación o la fusión de la empresa con otra u otras;
- s) Resolver sobre la prórroga del término de duración de la empresa y sobre su disolución anticipada;
- t) Desempeñar todas las funciones necesarias para cumplir con los actos y operaciones mercantiles necesarias para su objeto social;
- u) Celebrar todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social sin ninguna limitación cualitativa ni cuantitativa;
- v) Desempeñar las demás funciones que le señalen las leyes, los estatutos de la empresa y en general todas aquellas relacionadas con la organización y funcionamiento de la misma.

ARTÍCULO 19. Actuación del gerente. El (la) administrador (a) de la empresa unipersonal debe de obrar de buena fe, con la lealtad y con diligencia de un buen hombre de negocios. Sus actuaciones se cumplirán en interés de la empresa unipersonal. La responsabilidad del gerente, será la prevista en el régimen general de sociedades.

ARTÍCULO 20. Prohibiciones especiales. En ningún caso el (la) empresario (a) podrá directamente o por interpuesta persona, retirar para sí o para un tercero, cualquier clase de bienes pertenecientes a la empresa unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas. El titular de la empresa no puede celebrar como persona natural contratos con la empresa unipersonal ni tampoco hacerlo entre si empresas unipersonales constituidas por el mismo.

Capítulo VI.

Informes de los Administradores.

ARTÍCULO 21. Rendición de cuentas. El (la) gerente de la empresa unipersonal deberá confeccionar las memorias que contengan el informe de gestión y las cuentas comprobadas de su actuación, al final de cada ejercicio. Para tal efecto lo insertará en el acta resultante del acto de verificación consagrado en la cláusula quince del presente estatuto. El informe de gestión deberá contener una exposición fiel sobre la evolución de los negocios y la situación jurídica, económica y administrativa de la sociedad, y, además sobre:

- a) Los acontecimientos importantes acaecidos después del ejercicio;
- b) La evolución previsible de la empresa y
- c) Las operaciones celebradas con los socios y los administradores.

Capítulo VII.

De los Estados Financieros de cada Ejercicio.

ARTÍCULO 22. Inventarios y balances generales. Cada año, el 31 de diciembre, se cortarán las cuentas para preparar y difundir estados financieros de propósito general, debidamente certificados. Estos estados financieros son el inventario, el balance general y el estado de ganancias y pérdidas de los negocios sociales. Estos documentos deben ser elaborados de conformidad con la ley y con las normas contables y ser aprobados por el empresario en el acto de verificación. Los estados

financieros estarán acompañados de sus respectivas notas, con las cuales conformarán un todo indivisible. El gerente y el contador público bajo cuya responsabilidad se hubiesen presentado dichos estados financieros, deberán certificarlos.

ARTÍCULO 23. Reserva legal. La empresa constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital, formado con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio fiscal. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento (50%) mencionado, la empresa no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el (10%) de las utilidades líquidas. Pero si disminuye, volverá apropiarse el mismo porcentaje de tales utilidades hasta cuando la reserva legal llegue nuevamente al límite fijado.

ARTÍCULO 24. Reservas ocasionales. La empresa podrá constituir reservas ocasionales, con destinación adoptadas por el (la) empresario (a) en el acto de verificación. Dichas reservas serán obligatorias para el ejercicio fiscal en el cual se hagan y sólo el empresario podrá cambiar su destinación o distribuirlas cuando resulten innecesarias, decisión que se deberá adoptar por conducto de una memoria escrita para el efecto.

ARTÍCULO 25. Reparto de utilidades. Las utilidades se repartirán a él (la) empresario (a), previa aprobación del acto de verificación, después de destinar el porcentaje prescrito para formar la reserva legal y hacer las apropiaciones para el pago de los impuestos. Las utilidades deberán estar justificadas por balances ciertos. El pago de dividendos se hará en dinero en efectivo, en las épocas que acuerde el empresario en el acto de verificación.

Capítulo VIII.

Disolución y Liquidación de la Empresa.

ARTÍCULO 26. Causales de disolución. La empresa se disolverá:

- a) Por voluntad del empresario titular de la empresa;
- b) Por vencimiento del término previsto para su duración en estos estatutos, si antes no hubiere sido legalmente prorrogado;
- c) Por la muerte del constituyente o del empresario titular de la empresa;

d) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma, o por extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto;

e) Por el fracaso del concordato preventivo potestativo solicitado o convocado a la empresa o por el fracaso de la negociación de un acuerdo de reestructuración empresarial;

f) Por decisión de la autoridad competente en los casos previstos en las leyes;

g) Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital

ARTÍCULO 27. Liquidación. Disuelta la empresa, se procederá de inmediato a su liquidación, con sujeción a las normas estatutarias; consecuentemente no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y su capacidad jurídica se conservará únicamente para los actos tendientes a la inmediata liquidación.

ARTÍCULO 28. Liquidador. Será liquidador de la empresa unipersonal el (la) empresario (a) titular de la empresa, que para dichos efectos tendrá un suplente que será el suplente del gerente. En caso de muerte del constituyente o titular de la empresa unipersonal, será liquidador de la misma el suplente del gerente.

ARTÍCULO 29. Forma de hacer la liquidación. El liquidador dará aviso del estado de liquidación de la empresa mediante comunicación inserta en el periódico de circulación en la sede social, a efectos de dar publicidad al proceso. Previamente deberá elaborar los estados financieros de la empresa con un inventario detallado de los bienes. En el pasivo del balance se efectuará una relación de los créditos a cargo de la empresa, individualizando las obligaciones en cuanto a su beneficiario, su cuantía y exigibilidad. Las obligaciones a plazo, se harán exigibles. Las obligaciones condicionales y los pasivos contingentes, serán objeto de una reserva para su cancelación, y si no se vuelven exigibles, esta reserva se distribuirá al empresario titular de la empresa. El liquidador pagará los pasivos externos con los dineros y bienes de la empresa. Si no existiere liquidez para cancelar los pasivos externos, el liquidador procederá a enajenar primero los bienes muebles y seguidamente los bienes inmuebles, a efecto de pagar con el producto de su realización las deudas de la empresa. Las obligaciones de cancelarán teniendo en cuenta las normas sobre prelación de créditos y privilegios consagrados en los artículos 2493 y 2511 del Código Civil Colombiano. Pagados los pasivos se determinará la masa social partible, que se distribuirá al

empresario titular de la empresa. Verificada la liquidación se elaborará un acta especial y se efectuará un acto de verificación en que se aprueben las cuentas y el acta de liquidación. Aprobada la cuenta final de la liquidación, el liquidador la protocolizará en una notaría, la inscribirá en la Cámara de Comercio y entregará al titular de la empresa, los bienes que le correspondan.

ARTÍCULO 30. Nombramiento de administrador. Para el periodo que hoy empieza y sin límite de tiempo, se hace el siguiente nombramiento: Gerente Diego Mauricio Tovar Castillo

ARTÍCULO 31. Copias. El presente estatuto se elabora en dos (2) copias, una de las cuales se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá D.C y la otra reposará en poder del empresario titular de la empresa unipersonal. En señal de consentimiento ausente de vicios y plena voluntad en la constitución de la empresa unipersonal, firmo el presente documento y reconozco ante Notario Público el mismo.

[Anexo B](#)

Matriz financiera.