



TRABAJO DE GRADO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DEL BANANO VERDE EN LA CIUDAD
DE SANTA MARTA**

ESTUDIANTES

JURYSA DE JESUS PARDO ANAYA

CRISTIAN MOLINA CAMARGO

DIRECTOR

MIGUEL RESTREPO LOBO

DIRECCIÓN NACIONAL UDCII

UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA

INVESTIGACIÓN Y LA INNOVACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

SANTA MARTA, 2022



Nota de aceptación.

Evaluator



Resumen ejecutivo

BANNAMEAT es una idea de negocio que nace para ayudar a personas con enfermedades que le prohíben el consumo de carnes rojas, que tienen un comportamiento principalmente vegetariano, brindándoles una nueva forma de comer alimentos sanos y nutritivos.

Esta idea de negocio se enfoca en dos productos, esto aprovechando el fruto y la cascara del banano verde, ya que se ha comprobado científicamente que esta hortaliza tiene grandes usos para el organismo y trata muchas enfermedades como la diabetes, el colon irritado, el cáncer y el lupus (Diario libre , 2020)

Este será un producto innovador ya que se utilizará la cascará del banano para hacer un bien terminado, permitiendo la elaboración de un sustrato natural que servirá de aderezo para comidas o como complemento directo para algunos platos de la comida costeña. La presente investigación será de tipo mixto, y para ello se tiene planteada la utilización de distintas técnicas de análisis de datos a nivel cualitativo y cuantitativo, buscando la mejor contextualización posible de la temática objeto de estudio.

Términos claves: Banano, Negocio industrial, Producción alimentaria.



Abstract

BANNAMEAT is a business idea that was born to help people with diseases that prohibit the consumption of red meat, who have a vegetarian behavior, giving them a new way to eat healthy and nutritious food.

This business idea focuses on two products, this taking advantage of the fruit and peel of the green banana, as it has been scientifically proven that this vegetable has great uses for the body and treats many diseases such as diabetes, irritated colon, cancer, and lupus (free, 2020).

This will be an innovative product since the banana peel will be used to make a finished product, allowing the elaboration of a natural substrate that will serve as a dressing for meals or as a direct complement for some dishes of the coastal food. The present research will be of a mixed type, and for this purpose the use of different techniques of data analysis at a qualitative and quantitative level is planned, seeking the best possible contextualization of the subject under study.

Key terms: Banana, Industrial business, Food production.



Contenido

Resumen ejecutivo.....	iii
Abstract.....	iv
Introducción	1
Justificación	2
Antecedentes	4
Planteamiento del problema y oportunidad de negocio	8
Formulación del problema.....	9
Sistematización del problema	9
Objetivos del proyecto.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
Descripción del negocio.....	10
Concepto Comercial del negocio	11
Proceso de elaboración para el sustituto cárnico a base de la cascara del banano verde:.....	13
Proceso de elaboración para la línea de patacones empacado al vacío:	13
Descripción del producto a comercializar	14
Sustituto cárnico a base de la cascara del banano verde.....	14
Patacones precocidos	14
Propuesta de valor.....	15
Potencial del mercado en cifras	15
Marco metodológico.....	18
Tipo de investigación	18
Tipo de investigación a realizar	18
Esquema de recopilación de datos	18



Fuentes de investigación	9
Análisis y tratamiento de datos	19
Población y muestra	20
Estudio comercial	21
Análisis del sector	21
Análisis del cliente	23
Mercado total	23
Mercado potencial	24
Segmentación	24
Mercado objetivo	25
Análisis de la competencia	25
Estrategias de mercado	26
Productos	26
Precio y costeo	27
Plaza y canales de comercialización	30
Promoción y canales de comunicación	32
Fichas técnicas	33
Flujo de operaciones	35
Ubicación empresarial	36
Necesidades y requerimientos	38
Gastos de puesta en marcha	41
Inversiones totales previstas	42
Estudio financiero	43
Gastos operativos	43
Gastos de administración	43
Gastos de nómina	43
Costos fijos	45
Punto de equilibrio ponderado	46
Supuestos económicos	48
Estados financieros	53



Balance general.....	53
Estado de resultados.....	54
Flujo de caja proyectado.....	55
Criterios de decisión financiera	57
Conclusiones y logros.....	58
Logros del estudio comercial	58
Logros del estudio técnico	58
Logros estudio financiero	59
Anexos	65



Índice de tablas

Tabla 1	Necesidades generales y requerimiento	16
Tabla 2	Segmentación geográfica y Demográfica	24
Tabla 3	Competencia directa e indirecta del sustituto cárnico.....	25
Tabla 4	Líneas comerciales. Costeo y Precio de venta comercial	27
Tabla 5	Línea comercial 2. Costeo y Precio de venta comercial	28
Tabla 6	29
Tabla 7	Línea comercial 4 Costeo y Precio de venta comercial	30
Tabla 8	Marketing estratégico.....	32
Tabla 9	Ficha técnica sustituto cárnico.....	33
Tabla 10	Ficha técnica patacones precocidos empacados al vacío	34
Tabla 11	Micro y macro localización	36
Tabla 12	Maquinaria y equipos de oficina.....	38
Tabla 13	Maquinaria de cocina	39
Tabla 14	Instrumentos de cocina.....	39
Tabla 15	Personal operativo.....	40
Tabla 16	Gastos puesta en marcha	41
Tabla 17	Inversiones Previstas.....	42
Tabla 18	Gastos administrativos	43
Tabla 19	Nomina empresarial	44
Tabla 20	Gastos de venta.....	44
Tabla 21	Costos fijos	45



Tabla 22	Líneas comerciales.....	46
Tabla 23	Margen de contribución ponderado	47
Tabla 24	MCPT - PEPT.....	47
Tabla 25	Consolidados del PE	47
Tabla 26	PEM. UDS.....	48
Tabla 27	Supuestos económicos	48
Tabla 28	Balance general.....	53
Tabla 29	Estado de resultado	54
Tabla 30	Flujo de caja	55
Tabla 31	Criterios de decisión.....	57



Índice de figuras

Figura 1 Organigrama.....	17
Figura 2 Crecimiento en el sector bananero.....	21
Figura 3 Mapa de producción del banano.....	22
Figura 4 Flujograma de comercialización	31
Figura 5 Flujograma de operaciones	35



Introducción

Bannameat se traduce al español como Carne de Plátano, este es un producto a base del banano verde básicamente en su estado verde para elaborar un componente 100% natural con procedimientos de conservación que pueda convertirse en una alternativa viable de consumo. La idea central de la propuesta es el aprovechamiento de las materias primas que se encuentran en la zona geográfica de influencia para el desarrollo productos con valor agregado, de alto componente industrialización.

Al desarrollar este proyecto se adquieren nuevos conocimientos y capacidades para cambiar el estilo de vida y comportamientos saludables entre la población potencialmente consumidora, ayudando a prevenir riesgos en la salud física. El uso de plátanos verdes ayuda a mantener el peso, reduce el colesterol, protege el corazón, mantiene el control del azúcar en la sangre y previene la diabetes, es un quemador de grasa, proporciona energía y regula los niveles de azúcar en la sangre y prevención de la osteoporosis, esto se convierte en una oportunidad real a explotar. (Zanin, 2020)

En primer lugar, se tendrán dos productos del banano verde, el principal es el sustituto del cárnico a base de cáscara del banano verde, esta es una pasta que se puede comer en cualquier momento y tiene resistencia a cualquier cambio de clima, tiene un sabor único y puede acompañar cualquier comida. Este alimento será elaborado en Santa Marta, bajo técnicas artesanales y será 100% natural. El segundo producto son patacones precocinados empacados al vacío, los cuales estarán envueltos en plástico hermético para mayor conservación.



Con esta idea se desarrollarán diferentes pasos a través de los cuales se podrá determinar la viabilidad, la problemática, sus soluciones, componentes comerciales, financieros, la puesta en marcha y la rentabilidad en el mercado, del presente modelo de negocio.

Para el capítulo comercial se dará el inicio del proyecto para determinar el desarrollo de la idea de negocio del cual cuenta con las estrategias de las 4ps del marketing, investigación del sector, cliente objetivo, análisis de la competencia, esto con el fin de establecer el comportamiento del mercado. Se continúa con la parte técnica del producto, esto, formulando cada paso del proceso de transformación que lleva el producto y lo que requiere etapa por etapa de producción, su ficha técnica, flujo grama operativo, necesidades y requerimientos, gastos de puesta en marcha e inversión; para finalizar se realizará el proceso financiero, se determinarán los costos fijos, los gastos operativos, los supuestos económicos, el punto de equilibrio y los criterios de decisión financiera, esto buscando dar dirección al plan de negocio y su viabilidad técnica – comercial.

Justificación

En la actualidad el mundo se encuentra viviendo una coyuntura económica compleja, muchas personas se encuentran sin empleo y los recursos son escasos, la desnutrición en un país como Colombia va en aumento, se detecta dos problemáticas en el país como son la diabetes y la desnutrición, sobre todo en el departamento de la Magdalena donde cada día se presentan casos de problemas alimenticios y obesidad.

Esta idea está soportada en las coyunturas planteadas anteriormente, después de la emergencia sanitaria como consecuencia del COVID – 19, se ha acentuado la problemática en torno al acceso alimentario, paralelamente en el último tiempo se han incrementado de manera



alarmante las tasas de colesterol, presión arterial, diabetes e infartos, por lo tanto, se desea ayudar a la población por lo que contribuye a un mejor cuidado a la hora de comer, que tengan un alimento en su mesa que les aporte la proteína y múltiples beneficios, contando además con un valor cómodo para que pueda ser asequible entre el público local.

El presente plan de negocios es una investigación de tipo predictivo que está sustentada en la línea institucional de gestión de la innovación, está se centra en la formulación de un marco de negocio con valor que implementará un esquema productivo eficiente, sustentado en la definición de un marco técnico y operacional robusto.

Este es un producto que contiene altas fuentes de nutrientes, los cuales serán aprovechados a través de un proceso de transformación con otros vegetales para crear un empastado gastronómicamente con un alto valor nutricional. Los bananos verdes se caracterizan por contener almidón resistente, que es un tipo de fibra, cuando se comen crudos, aumenta la presencia de agua en los intestinos, creando condiciones favorables para salir heces y ayuda a aliviar el estreñimiento. Gracias al alto contenido de fibra, los plátanos verdes también ayudan a reducir la absorción de azúcar de los alimentos en los intestinos, regulan el azúcar en la sangre y previenen la resistencia a la insulina y la diabetes.

La transformación del banano verde en un empastado y en un producto paralelo a base de patacones precocidos otorgará una opción saludable y económica para el cliente objetivo; se determina este producto como una solución ya que aportara los nutrientes necesarios para el desarrollo de los niños, y permitirá también ayudar a las personas que por diferentes enfermedades se les prohíben el consumo de carnes rojas, inhibiendo una dieta estricta hacia el consumo de proteína y fuentes de tipo vegetal.



Este producto llegara al mercado por medios de los almacenes de cadena y tiendas, además se realizarán campañas en los barrios mostrando y regalando muestras, igualmente se tiene previsto a futuro adelantar campañas de sensibilización entorno a la alimentación saludable. Correlativamente se determinarán estrategias de venta puerta a puerta con el fin de que degusten los clientes el producto, y así cambiar las perspectivas de consumo del cliente, en el mercado solo se cuenta con un producto empastado de garbanzo y es importado, lo que lo hace menos conocido como un sustituto cárnico y al tiempo se convierte en una opción real que se pretende acotar.

Antecedentes

El estudio de factibilidad es la evaluación de proyectos y corresponde a la etapa final de la etapa preoperacional o etapa conceptual del ciclo del proyecto. Se construye sobre la base de información que muestra los factores más inciertos que pueden ocurrir para medir la probabilidad de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, y para los cuales se debe tomar una decisión sobre si se procede o no con un proyecto de inversión. (Miranda, 2020)

De acuerdo Rendon (2009), quién desarrolló la tesis titulada *Producción y comercialización de productos derivados del plátano como alternativa nutricional para los ecuatorianos*, estudiante de la universidad Salesiana de Ecuador, se originó una idea de producción de productos del banano verde o maduro así logrando una variedad de productos derivados de este mismo, teniendo en cuenta que es creada con la intención de ser una alternativa para remplazar el arroz, papas y maíz.

Del mismo, se encontró la investigación desarrollada por Salina y Encarnacion (2017) , titulada *Elaboración de harina de plátano verde (Musa paradisiaca) y su uso potencial como*



ingrediente alternativo para pan y pasta fresca, en donde se analizó el proceso de transformación del plátano verde en harina para la producción de pan de molde y pasta fresca, para esto se evaluó la forma como se efectúa el cambio del producto en su estado original hasta la presentación final, la deshidratación de la materia prima es parte fundamental de este proceso, se realizó un estudio con tres pruebas diferentes del cual arrojaron cual puede ser el esquema operativo más adecuada y su infraestructura de introducción.

También se evidencia la investigación titulada *Diseño de un modelo de negocios para la producción y comercialización de un nuevo producto alimenticio a base de plátano verde, utilizando BPM*, desarrollada por Mite y Celis (2015), acá se buscaba realizar una línea de productos para la comercialización de productos a base de los productos de base del plátano verde, con el fin de obtener ganancias futuras.

Además, se identifica el desarrollo de un *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de plátano pelado y empacado al vacío en la empresa asomusaceas del valle*, en el municipio de Caicedonia, en el cual fue desarrollado por Benavides y Varon (2017), de la universidad del valle, en la ciudad de Cali, la indagación de esta idea de negocio consta de una de una empresa que cuenta con la capacidad de infraestructura de planta para la preparación de productos, por lo tanto nace la idea de la comercialización de plátanos pelados y empacados al vacío, para esto se llevó a cabo un estudio de factibilidad en el cual se realizaron con diferentes herramientas comerciales y financieras para el direccionamiento de este proyecto

En la escuela de Ingeniería ITCA FEPADE, se desarrolló un estudio de *Diversificación de productos alimenticios a base de cáscaras de vegetales para uso como materia prima en la preparación de alimentos*, por los autores Garcia, Ventura y Mendoza, (2019), esta investigación



se llevó a cabo con el fin de determinar la composición de la cascara del banano verde. Para lograr esto, se utilizan cáscaras de plátano para ser procesada y convertirlas en polvo, así someterse a un análisis fisicoquímicos, microbiológicos y microbiológicos y métodos instrumentales, espectrofotometría de absorción atómica y molecular. Como resultado de estos análisis se determinó que el polvo obtenido de la cascara de banano son productos inocuos con un tamaño de partícula superior a 212 micras (tamiz acoplado).

En la universidad Central del Ecuador, los autores Echeverría y Cadena (2020), llevaron a cabo la idea de negocio titulada *Proyecto para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados a base de plátano verde, localizada en el Distrito Metropolitano de Quito*, acá se determinó la factibilidad de crear una microempresa especializada en la producción y venta de productos de banano verde. Esta investigación de mercado da a conocer diversos aspectos que definen a la industria, identifica las principales características del producto propuesto, se analiza la disponibilidad de banano para la producción y comercialización, además se evidencia una encuesta en el que se estudia a los clientes potenciales, tiendas cercanas y restaurantes, buscando identificarse variables paramétricas de base operativa y comercial como: precio, demanda, competencia, servicio y percepciones de venta del producto, estudios técnicos, evaluación de la ubicación, el diseño y los procesos que se implementarán en el proyecto.

Además, se evidencio un *Plan de negocios para la producción y distribución de productos precocinados a base de plátano en el D.T.C.H Santa Marta*, desarrollado por Calderón, Carrillo y Ortega (2018), de la universidad Jorge Tadeo Lozano en el año 2018. Con este proyecto se buscaba determinar su viabilidad o factibilidad en los hogares de la ciudad de



Santa Marta para obtener un conocimiento más detallado de las necesidades del mercado, de esta forma se identifican y analizan acciones frente a la comercialización, infraestructura, producción, comercialización, distribución y canales de comunicación para posicionar los Snack como una marca. Los resultados de la investigación y la tecnología de la idea de negocio respaldarán la creación e implementación continuas de las mejores estrategias para obtener los productos que los consumidores tienen en mente.

Del mismo modo en la universidad Nacional de Colombia se realizó una tesis de plan de negocio titulada *cáscara de plátano (musa AAB) como un nuevo recurso de fibra dietaria: aplicación a un producto cárnico*, por el autor Alarcon (2013), Con el fin de obtener y caracterizar la fuente de fibra dietética que se obtiene de la cascara del banano verde, esta se somete a un proceso industrial en el que han sido seleccionadas para no comprometer la integridad; se muestra el resultado de obtenido en cada proceso de transformación, cáscaras (96,9% de rendimiento), Pelado manual (rendimiento 35,6%), lavado, picado (rendimiento 106% y 92,48%, respectivamente), arrastre de almidón (rendimiento 73,82%), secado (humedad final 5%, rendimiento 17,33%) y molienda (rendimiento 17,33%) . De manera similar, se exponen las variables medidas en el análisis de perfil textura (dureza, elasticidad, cohesión, pegajosidad y masticabilidad), dando como resultado de análisis que la fibra en cada proceso se mantiene un rendimiento adecuado para su transformación final.

también se encontró que en la universidad nacional Pedro Ruiz Gallo, se realizó una tesis de plan de negocio, sus autores Ramon y Falla (2018), la titularon “*Obtención y evaluación sensorial de galletas a diferentes concentraciones de harina de cáscara de plátano (Musa paradisiaca)*”; en esta investigación se buscaba obtener harina de cáscaras de plátano verde



haciendo lo siguiente: limpieza y desinfección, corte, secado, molienda concha, tamizado y almacenamiento, caracterización por análisis químico proximal así obteniendo la harina. Las galletas se elaboran a través de los siguientes procesos: selección de materias primas e insumos, pesado, mezclado, laminado, cortado, horneado, enfriado, envasado y almacenamiento, la galleta más aceptable es la F1 (5% harina de cáscara de plátano verde y 95% harina de trigo), se realiza una evaluación sensorial por parte de 20 panelistas semi-entrenados con base en atributos de color, olor, sabor, textura y aceptabilidad general, obteniéndose unas galletas de color marrón claro con un agradable olor, dulzura y textura crujiente.

Planteamiento del problema y oportunidad de negocio

El sobrepeso y la obesidad es un problema de salud pública, en el cual afecta la salud del ciudadano así generando enfermedades complejas y que afectan cada día a más personas, por lo tanto, se hace necesaria la introducción de propuestas alimentarias que contribuyan a la solución de estos riesgos de salud.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), cada año mueren alrededor de 2,8 millones de personas por obesidad o sobrepeso, y 3 de cada 10 pacientes obesos padecen alguna otra enfermedad mental relacionada. En Colombia, el 60% la población adulta tiene malos hábitos alimentarios, así desconociendo las propiedades nutricionales de los alimentos que consumen a diario. Según los datos asignados a la FAO (Organización de la Agricultura y Alimentos de la ONU), se estima que 672 millones de adultos son obesos, esto se debe principalmente a los cambios alimenticios de las personas, especialmente en las que viven en las principales ciudades. Los estudios también muestran que, en los últimos años, la comida rápida



ha transferido la mayoría de los alimentos para el hogar que han sido reemplazados por ingredientes importantes como frutas y verduras. (Rico y Ruiz, 2020)

Esta es la causa principal por el cual se ve la necesidad de crear este producto, cada año la obesidad se incrementa por múltiples razones como la mala alimentación y comer a deshoras, este empastado ayudará como suplemento nutricional, es saludable para el cuerpo y sistema inmunológico.

Los sustitutos cárnicos en la ciudad de Santa Marta son muy escasos, en los almacenes de cadena no se encuentra un tipo de empastado real a base de plátano verde que se convierta en suplemento alimenticio, de esta forma se ha identificado una baja competencia a nivel de mercado, constituyéndose desde la parte técnica con una oportunidad real y potencial de desarrollo a futuro. Por medio de estrategias de las 4 ps se busca identificar las estrategias necesarias para entrar al mercado de manera efectiva, las ventas puerta a puerta y la entrega de muestras serán la clave para dar conocimiento del producto en la ciudad de Santa Marta y los esquemas de desarrollo comercial resultarán estructurales en esta apuesta de valor en el largo plazo.

Formulación del problema

¿Puede crearse una empresa en la ciudad de Santa Marta que elabore productos a base de banano verde?

Sistematización del problema

Determinando la problemática en el presente proyecto, también se presentan otros interrogantes sobre los cuales se soporta el planteamiento objeto de estudio; estos son los siguientes:



¿Cuál será desde el punto de vista comercial el plan adecuado para introducir el producto al mercado?

¿Qué tipo de infraestructura técnica se requiere en la empresa para llevar a cabo de manera óptima el esquema previsto de operación?

¿Cuáles son los variables de factibilidad económica para denotar la conveniencia financiera del proyecto a futuro?

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Diseñar un plan negocio para la creación de una empresa que elabore productos a base del banano verde en la ciudad de Santa Marta

Objetivos específicos

- Proyectar un plan comercial para determinar los esquemas de cobertura a nivel de mercados, además, de las estrategias competitivas, de promoción y asignación de valor monetario para la venta óptima del producto propuesto.
- Elaborar un estudio técnico con el fin de determinar el proceso de transformación de los productos y la infraestructura requerida para la ejecución de las actividades planteadas
- Plantear un análisis financiero para determinar los costos, gastos, punto de equilibrio, la inversión y rentabilidad asociada a la idea propuesta de negocio.

Descripción del negocio

Teniendo en cuenta lo anterior se describe el plan de negocio como un guion funcional para el cual se espera desarrollar las actividades desde el punto inicial, valorando las distintas



técnicas para apoyar en la satisfacción de los clientes y obtener una ganancia que permita hacer sostenible las actividades comerciales y técnicas a un largo plazo.

Esta idea de negocio se escoge primeramente para la realización de un estudio y análisis de datos para lograr un asentamiento en el mercado, por ello se llevará cabo un análisis estructural de criterios que determinará el portafolio de productos, las líneas de comercialización, la transformación y producción, la infraestructura técnica requeridas y la estructura financiera necesaria para el montaje de la propuesta.

Concepto Comercial del negocio

Bannameat, es una empresa creada para la producción y comercialización de productos a base del banano verde, preferiblemente, este contara con un proceso de transformación convirtiéndose en dos productos y en una alternativa de consumo de carnes rojas, ya que uno de estos productos es un sustituto cárnico y obtiene la misma cantidad de proteínas de una carne, se centrará su comercialización en la ciudad de Santa Marta.

Se visualiza llegar a un crecimiento en producción y ventas, logrando así una extensión en el departamento del Magdalena, para la venta se espera tener un modelo comercial con el fin de identificar la plaza, la empresa no contará con una venta física ya que se manejará por medio de las ventas al por mayor.

Para lograr una cobertura extensa en el plano comercial, se espera contar con diferentes herramientas como:

- Anuncios en medios y redes sociales: Hacer publicidad en medios como Facebook y YouTube. La publicidad en los medios y redes sociales tiende a aumentar la generación de



demanda. En los sitios web el anunciante se involucra con la gente y construye gradualmente una audiencia.

- Conferencias. Dictar charlas en los diferentes parques de la ciudad y centros de salud, siendo una estrategia para la captación de clientes.

Se tiene previsto realizar un presupuesto mensual para comercialización y manejo de las redes, con el fin de tener una provisión fija para gastos adicionales que puedan llegar a surgir; estos conceptos a nivel de gastos de ventas se analizara el estudio de comercialización, en el modelo de marketing mix.

En lo que respecta en lo comercial de los productos disponibles para la venta, la empresa espera obtener una estructura de valor clara, en el cual podrá identificar cual será la presentación adecuada. La empresa tiene previsto contar para el inicio de operaciones con 4 líneas de ventas:

- Envase en presentación de 150 Gr para el sustituto cárnico de la cascara del banano verde
- Envase en presentación de 300 Gr para el sustituto cárnico de la cascara del banano verde
- Envase en presentación de 5 Uds. de patacones precocidos en cada bandeja
- Envase en presentación de 10 Uds. de patacones precocidos cada bandeja

Para la producción del sustituto cárnico, la empresa espera contar con una maquinaria especializada en procesamiento de alimentos y etiquetado. Además de eso se realizará el proceso técnico y las maquinarias para emplear se exponen a continuación:



Proceso de elaboración para el sustituto cárnico a base de la cascara del banano verde:

- Actividades para ejecutar 1: Pelar los bananos verdes

Maquinaria empleada: Pelador automático de banano de dos entradas.

- Actividades para ejecutar 2: Picar verduras

Maquinaria empleada: Picadora industriales

- Actividades para ejecutar 3: Proceso de almacenaje

Maquinaria empleada: Tanque industrial de almacenamiento

- Actividades para ejecutar 4 (macroproceso): Envase, tapado y etiquetado

Maquinaria empleada: Línea automática de envasado, taponado y etiquetado

- Actividades para ejecutar 5: Refrigeración y mantenimiento técnico

Maquinaria empleada: Centro de refrigeración

Proceso de elaboración para la línea de patacones empacado al vacío:

- Actividades para ejecutar 1: Pelar los bananos verdes

Maquinaria empleada: Pelador automático de banano de dos entradas.

- Actividades para ejecutar 2: Cocinar el banano

Maquinaria empleada: Estufa industrial y olla de 10 litros

- Actividades para ejecutar 3: Almacenamiento y consolidación

Maquinaria empleada: Tanque industrial de almacenamiento

- Actividades para ejecutar 4 (macroproceso): Envase, tapado y etiquetado

Maquinaria empleada: Línea automática de envasado, taponado y etiquetado

- Actividades para ejecutar 5: Refrigeración y mantenimiento técnico

Maquinaria empleada: Centro de refrigeración



El esquema integral de procesamiento se expone en el flujograma de operaciones, capítulo técnico del presente proyecto.

Descripción del producto a comercializar

Sustituto cárnico a base de la cascara del banano verde

Este es un producto a base de la cascara del banano verde, será envasado en recipiente de vidrio, con dos presentaciones de 300gr y 150gr, se llevará a cabo la producción y comercialización en la ciudad de Santa Marta, y se tiene previsto llevar a cabo una red de ventas en puntos autorizados como tiendas, almacenes de cadena y venta puerta a puerta.

El sustituto tiene una consistencia cremosa, de color rojo, el proceso de transformación se llevará por una línea de picado, cocción y luego procesamiento hasta lograr la textura esperada, este proceso dará una vida útil de 15 días, se le incorporará un conservante y antioxidante de bajo impacto; bajo previsión se espera incorporar como aditivo alimentario ácido, este insumo no tiene ningún tipo de impacto sobre el sabor y la apariencia del producto final.

Patacones precocidos

Los patacones precocidos empacados al vacío se venderán en dos presentaciones, cada una de ellas vendrán en presentaciones tipo bandeja, contara con 5 o 10 unidades su proceso de trasformación consta de consta de la cocción y aplanado, el ciclo de vida es corto por eso se contará con conservantes como el ácido sórbico que le da una vida útil de 2 a 3 meses para su venta.



Propuesta de valor

La empresa como componente de valor dará un producto listo para el consumo, este empastado tiene una consistencia cremosa y deliciosa, contendrá beneficios que ayudarán a mantener el peso, reduce el colesterol, protege el corazón, mantiene los controles de azúcar en la sangre y evita la diabetes, es un quemador de grasa natural, proporciona energía, regula el intestino, mejora el estado de ánimo, alivia los síntomas premenstruales, mantiene la salud de los huesos y previene la osteoporosis.

El producto será 100% natural y local, pues su extracción proviene de la zona bananera del departamento del Magdalena, siendo esta un área de cobertura a nivel de aprovisionamiento que estará cerca de la ciudad de Santa Marta. Justamente a nivel de producción la principal apuesta de la empresa está sujeta a la red interna de abastecimiento, la cual se realizará con proveedores del área bananera, quienes serán los encargados de suministrar los productos en perfectas condiciones, esta propuesta ira soportada en los lineamientos estructurales que se definirán en el estudio técnico y financiero del presente proyecto.

Desde el punto de vista comercial, la ausencia de sustitutos de la carne en el mercado local se ha revelado como una ventaja competitiva interesante, respaldada por una amplia gama de canales de comercialización y un modelo de distribución diverso, esta situación favorecerá tentativamente la demanda de los productos en la ciudad de Santa Marta.

Potencial del mercado en cifras

Esta idea contempla obtener una cobertura amplia de mercados a nivel de consumo masivo como supermercados y minimercados. Respecto a lo planteado por la Unión de Comerciantes de Santa Marta, este tipo de agentes se encuentra en crecimiento, en el 2020 el



departamento del Magdalena presentaba un total de 2.254 tiendas registradas ante la Cámara de Comercio. (Hoy diario del magdalena, 2021)

Dependiendo de la demanda de la industria por el producto, se espera ampliar el alcance a nuevos mercados cubiertos en el futuro, al mismo tiempo que se tiene previsto ampliar la capacidad de respuesta comercial a través de una segmentación estratégica del pequeño proveedor buscando ofrecer productos de alto valor y aceptación en el área de cobertura.

Necesidades generales y requerimientos

Teniendo en cuenta con el esquema empresarial propuesto, se determinan las necesidades y requerimientos necesarios para la inversión necesaria, la ejecución de los procesos, con esto se soporta con la siguiente tabla.

Tabla 1

Necesidades generales y requerimiento

Maquinaria y equipos de oficina			
Cantidad	Artículo	Valor unitario	Valor total
2	Computador de escritorio	\$ 350.000,00	\$ 700.000,00
1	Aire acondicionado	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
1	Escritorio para oficina	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
1	Silla ofimática	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
1	Estante ofimático	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
CANTIDAD	Maquinaria de cocina		
2	Estufa industrial de 2 puestos	\$ 450.000	\$ 900.000
1	peladora industrial de banano	\$ 899.000	\$ 899.000
1	aplanador industrial	\$350.000	\$ 350.000
2	ollas 15 litros	\$ 149.000	\$ 298.000
2	picadora	\$ 350.000	\$ 700.000
CANTIDAD	Instrumentos de cocina		
2	espátulas	\$ 10.000	\$ 20.000



4	cuchillos	\$ 25.000	\$	100.000
2	Tablas para picar	\$ 15.000	\$	30.000
1	cucharas	\$ 6.000	\$	6.000
1	tenedores	\$ 6.000	\$	6.000
3	recipientes	\$ 30.000	\$	90.000

Fuente: propia

Además, se contará con un talento humano para realización de los procesos operativos y administrativos correspondientes, en el cual contara con una asistente administrativa y dos cocineros de los cuales van con contrato fijo y un contador con contrato por prestación de servicio.

Figura 1

Organigrama



Fuente: propia



Marco metodológico

Tipo de investigación

Tipo de investigación a realizar

Se determina realizar un estudio transversal el cual se utiliza para observar cambios en un fenómeno, persona o grupo en un momento particular. La investigación también acoge un modelo de estudio observacional y descriptivo que ayuda a determinar si existe una condición en determinada muestra específica en un momento dado, en este caso se llevara a cabo la ejecución de esta entre los meses de junio y noviembre del año 2022, buscando determinarse los hechos que permiten establecer las relaciones causales para obtener conclusiones concretas entorno al fenómeno objeto de estudio.

Esquema de recopilación de datos

Es este estudio se tendrán en cuentas las dos modalidades, la cualitativa ya que se tomarán datos de tesis, revistas y documentos científicos que permitan entender los procesos de producción asociados al desarrollo y a la conservación de las líneas comerciales propuestas en el presente proyecto.

La metodología cuantitativa será otra herramienta para lograr determinar el perfil paramétrico de mercado, se evaluarán por medio de las encuestas y datos estadísticos en la plaza donde se comercializará el producto y para ello se prevé aplicar una encuesta de reconocimiento comercial.



Fuentes de investigación

Para el desarrollo de este apartado se determinará las diferentes herramientas que se tendrán en cuenta en la presente propuesta:

- Herramienta primaria

Se desarrollará una encuesta que se manejará de manera virtual por medio de la herramienta Google Forms, de esta forma se obtendrán los datos para el desarrollo de proyecto. La aplicación de esta fuente contempla formularse posterior a la evaluación y presentación del presente prospecto empresarial ante la universidad Antonio Nariño.

- Herramienta secundaria

Se obtendrán los datos por medio de los trabajos de tesis de las universidades, libros, estadísticas y documentos científicos que permitan entender los procesos de producción asociados al desarrollo y a la conservación de las líneas comerciales propuestas en el presente proyecto.

Análisis y tratamiento de datos

Para este apartado se determina la implementación de fuentes de datos anteriormente expuestas, con el fin de llevar a conocer los procesos de producción, esta información se tomará de fuentes universitarias y documentos estadísticos que garanticen que es confiable y así logrará un desarrollo de la propuesta final. El análisis de esta información será directo y se vinculará al proyecto conforme las necesidades metodológicas previstas en cada apartado.

Con las herramientas secundarias se construyen los componentes teóricos del documento, mientras que, con las herramientas primarias, se analiza la aceptación del mercado entorno al producto que se espera ofrecer, el comportamiento de los consumidores potenciales, mercado y



la cobertura que se plantea tener desde el momento inicial de operación. Para las herramientas primarias se tiene previsto llevar a cabo un proceso de tabulación de datos.

Población y muestra

La población del Magdalena, según las proyecciones del crecimiento poblacional, tendrá una tasa de crecimiento cercana al 1,4% anual en los próximos 5 años, partiendo de una media al año 2021, de 1.060.790 habitantes. Santa Marta, la capital del departamento, para el año 2021 concentró la mayor cantidad de población, registrando 546.979 habitantes, y representando un 39.7% de la población de la Jurisdicción, seguido por Ciénaga (9,2%), Zona Bananera (5,5%), Fundación (5,2%), el Banco (5,1%), Plato (4,7%), Aracataca (3,1%). Estos siete municipios concentran el (72,5%). Los demás municipios restantes participaron con menos del 3%. (CCSM, 2022)

De acuerdo con lo anterior se realiza una encuesta con el fin de obtener datos, se tendrá en cuenta la formula tipo infinita ya que esta incluye un número limitado de medidas y observaciones, partiendo de una noción base de 10.000 elementos de reconocimiento técnico.

Formula:

$$n = \frac{Z^2pq}{e^2}$$

Las variables para evaluar se exponen a continuación:

Nivel de confianza (Z) = 95% (1.96)

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.4

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.6

Grado de error (e) = 0.05



Remplazando valores

$$n = \frac{(1.96)^2(0.4)(0.6)}{(0.05)^2} = \frac{0,9219}{0,0025}$$
$$= 368,76 \text{ (personas como población total de muestra)}$$

La muestra arrojada es de 368,76 personas, sobre la cual se tiene previsto aplicar el marco encuesta.

Estudio comercial

Análisis del sector

El banano colombiano se caracteriza por su excelente textura y sabor, es reconocido como un alimento étnico del trópico, la producción de banano de Colombia alcanzó los 3,3 millones de toneladas con una superficie de plantación de 350.000 hectáreas, lo que convierte a Colombia en el quinto productor mundial. Aproximadamente el 12% de este producto se consume y se pierde, lo que corresponde a unas 126.000 toneladas de almidón utilizable al año. Tanto las plantaciones como los esquemas productivos del banano mantuvieron un alto grado de estabilidad en los modelos de demanda nacional e internacional.

Figura 2

Crecimiento en el sector bananero



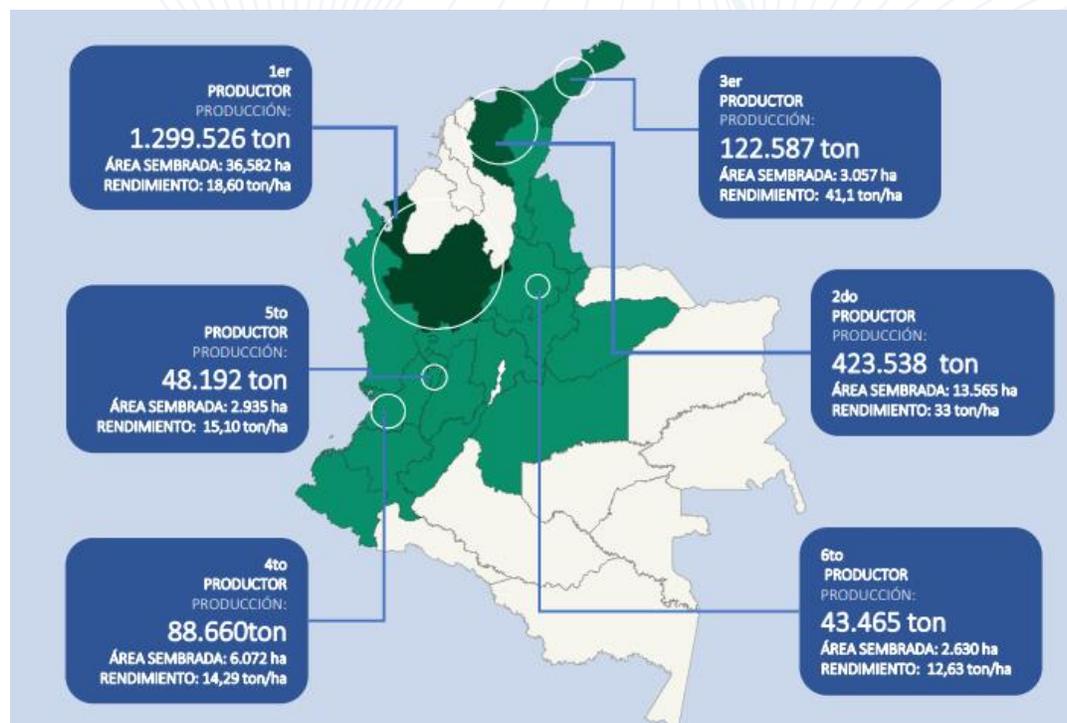
DEPARTAMENTO	ÁREA				PRODUCCIÓN				RENDIMIENTO			
	2016	2017	2018	2019*	2016	2017	2018	2019*	2016	2017	2018	2019*
ANTIOQUIA	36.029	36.852	36.822	37.838	1.246.209	1.246.209	1.246.010	1.299.526	14,57	18,13	18,6	19,9
MAGDALENA	12.414	13.565	13.565	13.939	413.790	413.790	406.096	423.538	36,5	41,1	33	34,3
LA GUAJIRA	2.637	2.807	3.057	3.141	112.409	112.409	117.539	122.587	20	41,07	41,07	42,37
VALLE DEL CAUCA	6.785	5.918	6.072	6.240	76.310	76.310	85.009	88.660	13,98	14,29	14,4	15,7
QUINDIO	2.499	2.698	2.935	3.016	39.596	41.572	46.207	48.192	14,95	14,06	15,1	16,4
SANTANDER	3.215	2.553	2.630	2.703	34.233	34.233	41.675	43.465	10,46	12,51	12,63	13,93
CUNDINAMARCA	4.621	4.401	4.493	4.617	26.654	26.587	39.987	41.704	7,16	7,1	7,38	8,68
HUILA	2.890	3.259	3.494	3.590	22.733	21.734	21.600	22.528	6,48	6,9	7,36	8,66
NARIÑO	4.554	7.010	7.029	7.223	13.477	14.215	16.161	16.855	4,54	3,18	3,2	4,5
OTROS	11.324	7.460	7.824	8.040	77.812	59.224	82.534	86.079	6,9	7,9	10,5	11,8

Fuente: (Minagricultura, 2019)

A nivel nacional los departamentos de Antioquia, Magdalena y La Guajira para el año 2018, registraron una producción del: 85% del total del país (1.769.646 ton). Al interior del País los principales productores de banano son: Valle del Cauca con 85.000 ton, Quindío con 46.207 toneladas y Santander con 41.675 toneladas. (Minagricultura, 2019).

Figura 3

Mapa de producción del banano





Fuente: (Minagricultura, 2019)

Dado el gran potencial de la materia prima, el ingeniero químico Sergio Duque Quenaya de la universidad nacional de Colombia (UNAL), determina las principales características de la producción del banano y el uso de las cáscaras, además los requisitos del proceso para obtener un producto de calidad y competitivo buscando brindar una alternativa rentable y proporcionada que agregue valor al banano como producto agroindustrial.

Colombia cuenta con fincas bananeras certificadas con las normas de calidad ISO 9000, las normas de gestión ambiental 14000 y 14001; sgs, eco-ok, bureau-velitas, reen seal, eurepgap, globalgap, rainforest Alliance y fairtrade. (procolombia, 2021), esto otorga alta potencialidad de producción y al tiempo otorga alto valor al producto con el cual se trabajará en el presente proyecto.

Análisis del cliente

Mercado total

Santa Marta cuenta con una población total aproximada de 546.979 habitantes, 130.344 hogares familiares de los cuales están constituidos entre 4 a 5 personas. (CCSM, 2022)

Teniendo en cuenta lo anterior se analiza que la ciudad de Santa Marta será el centro en donde se realizará el proceso de producción y comercialización de los productos, y, por ende, su población de impacto total se convertirá en el mercado total de consumo. En el campo empresarial, se tiene previsto el total del conglomerado empresarial al cual se desea llegar por medio de la venta directa de los productos, ubicados a lo largo y ancho de la ciudad, en sectores aledaños al área metropolitana como Gaira, Taganga y el Rodadero.



Mercado potencial

A nivel de mercado potencial la empresa contempla tener como cobertura potencial aquellos establecimientos de intermediación al detal a nivel de consumo masivo. A nivel de público de potencial consumo, se tiene previsto llegarles a aquellos individuos que incorporan en su alimentación diaria productos naturales de base vegetal.

Segmentación

Se centrará en los pequeños y medianos comerciantes para la distribución de los productos, ellos se encargarán de que el cliente final obtenga el producto de manera asequible.

Tabla 2

Segmentación geográfica y Demográfica

Segmentación Geográfica	
País	Colombia
Ciudad	Santa Marta
Segmentación Demográfica	
Edad	Desde los 4 años hasta los 70 años
Estrato socioeconómico	0,1 y 2
Análisis de criterios pictográficos	Personas con estilo de vida saludable y con enfermedades que le prohíben carnes rojas
Análisis de criterios comportamentales	Según el comportamiento de compras de las personas se observa que es muy recurrente a hora de adquirir productos que aporten proteínas al cuerpo, distinto a las carnes rojas.



Fuente: propia

Mercado objetivo

En el desarrollo del de la idea de negocio se identifican los mercados objetivos, esto con el fin de tener claro las necesidades del consumidor.

Mercados minoristas y mayoristas: estos serán los encargados de distribuir el producto, teniendo esos aliados se logrará llegar a más hogares de la ciudad de Santa Marta, garantizando con ello una cobertura total.

Análisis de la competencia

Se identifica los principales competidores potenciales; con relación a los productos congelados (patacones) que se ofrece, en supermercado se encuentran productos congelados como deditos, carnes, trocitos de yuca, trocitos de papa, lo cuales abarcan un mercado significativo, pero como tal no es competencia directa para esta línea comercial.

Para el sustituto cárnico se identificaron los dos tipos de competencia, estos se exponen en la tabla siguiente.

Tabla 3

Competencia directa e indirecta del sustituto cárnico.

Competencia directa

Competencia	Tipo de producto	Características	Precio	Tipo de cobertura
--------------------	------------------	-----------------	--------	-------------------



Hummus de Olivetto	Es un empastado de garbanzo con tahini (pasta de ajonjolí) limón, especias y aceite de oliva.	-Pure de garbanzo - producto vegano	12.600	Internacional
---------------------------	---	-------------------------------------	--------	---------------



Competencia indirecta

Jappi	Una línea de productos 100% vegetal, con diferentes líneas comerciales como el desmechado vegetal, carne de proteína vegetal, bebidas vegana	-Productos veganos - poco procesamiento	Desde 10.000 hasta 24.000	Nacional, venta por internet en todo el país.
--------------	--	---	---------------------------	---

Fuente: propia

Estrategias de mercado

Productos

Sustituto cárnico: Es un empastado a base de cáscara de banana verde con una textura espesa como tipo mermelada ya lista para untar, será envasado en un recipiente de vidrio de 125 y 350 gramos, con la tabla nutricional y demás información de interés para otorgarle seguridad de consumo a los clientes.

Patacones precocidos empacados al vacío: Se ofrecerán dos presentaciones de bandeja, una con 5 y otra de 10 unidades, contar de un producto congelado (patacones) el cual se realiza



por medio de un proceso de precocinado y empacado en bolsas al vacío, con el logotipo de la empresa, sus datos, tabla nutricional y sellos de calidad de la ISO 9001.

Precio y costeo

Este ítem expondrá el perfil de las líneas comerciales, y los esquemas de costeo y asignación de precio de ventas respectivas.

Tabla 4

Líneas comerciales. Costeo y Precio de venta comercial

LÍNEA COMERCIAL 1. SUSTITUTO CARNICO A BASE CASCARA DE BANANO VERDE 150 gr						
Categoría	Insumo	CIR U	UM	VUC	CTI	CTP
Hongos	champiñones	2	Unidades	6,00	\$ 1.000	\$ 1.000,0
Vegetales	banano verde	3	unidades	3,33	\$ 600	\$ 1.656,0
	tomate	60	gramos	8,33	\$ 240	
	Cebolla roja	40	gramos	125,0	\$ 0 12	
	zanahoria	40	gramos	125,0	\$ 0 24	
	pimentón	30	gramos	16,67	\$ 180	
	ajo	1	unidades	1,00	\$ 600	
Salsa y condimentos	sal	10	gramos	50,00	\$ 32	\$ 324
	pimienta	5	Gramos	50,00	\$ 20	
	comino	4	Gramos	62,50	\$ 32	
	salsa negra	15	Gramos	16,67	\$ 120	
	Mostaza	15	Gramos	16,67	\$ 120	



sabor	caldo de hueso negro	5	Gramos	4,00	\$	\$
					1.000	1.000
conservantes	El ácido sórbico	50	Gramos	340,0	\$	\$
				0	50	50
Envase	N/A	1	Unidad	N/A	\$	\$
					833	833
TOTAL, COSTEO						\$
						4.863,3
PVP						\$
						7.000
MC						\$
						2.137

Fuente: propia

En la Tabla No. 4 evidencia el proceso de compras de las unidades para realizar el producto, además de eso el precio de venta que es tentativamente de \$7.000, obteniendo una ganancia de \$2.137

Tabla 5

Línea comercial 2. Costeo y Precio de venta comercial

LÍNEA COMERCIAL 2. SUSTITUTO CARNICO A BASE DE CASCA DE BANANO VERDE 350 gr						
LÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIR U	UM	VU C	CTI	CTP
Hongos	champiñones	4	Unidades	3,0	\$	\$
					2.000	2.000,0
Vegetales	banano verde	5	unidades	2,0	\$	\$
					1.000	2.923,0
	tomate	90	gramos	5,6	\$	\$
					360	
	Cebolla roja	70	gramos	71,4	\$	\$
					21	
	zanahoria	70	gramos	71,4	\$	\$
					42	
	pimentón	50	gramos	10,0	\$	\$
					300	
	ajo	2	unidades	0,5	\$	\$
					1.200	
Salsa y condimentos	sal	12	gramos	41,7	\$	\$
					38	478



	pimienta	8	Gramos	31,3	\$	
						32
	comino	7	Gramos	35,7	\$	
						56
	salsa negra	22	Gramos	11,4	\$	
						176
	Mostaza	22	Gramos	11,4	\$	
						176
sabor	caldo de hueso negro	9	Gramos	2,2	\$	\$
					1.800	1.800
conservantes	El ácido sórbico	70	Gramos	14,3	\$	\$
					1.190	1.190
Envase	N/A	1	Unidad	N/A	\$	\$
					1.067	1.067
TOTAL, COSTEO						\$
						9.458
PVP						\$
						13.000
MC						\$
						3.542

Fuente: propia

En la Tabla No. 5 el análisis muestra la composición de los costos de cada uno de los ingredientes y costos de adquisición para la producción, partiendo de esta se obtiene un precio de venta de \$13.000, adquiriendo una ganancia de \$3.542.

Tabla 6

Línea comercial 3.

Costeo y Precio de venta comercial

LÍNEA COMERCIAL 3. PATACONES PRECOCIDOS 5 unidades						
LÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIR U	UM	VU C	CTI	CTP
Vegetales	banano verde	3	Unidad	3,3	\$600,00	\$ 600
conservantes	El ácido sórbico	20	Gramos	50,0	\$340,00	\$ 340,00
Empaque	Icopor	1	Unidad	N/A	\$500,00	\$ 500,00
Envoltorio	Plástico termosellado	50	Centímetros	20,0	\$350,00	\$ 350,00
COSTO TOTAL						\$ 1.790



PVP	\$	4.000
MC	\$	2.210

Fuente: propia

Tabla No. 6, la línea 3 de comercialización es de patacones precocidos empacados al vacío, de lo cual su costo total es de \$1.790, con un precio de venta de \$4.000 obteniendo una ganancia de \$2.210.

Tabla 7

Línea comercial 4 Costeo y Precio de venta comercial

LÍNEA COMERCIAL 4. PATACONES PRECOCIDOS 10 unidades						
LÍNEA COMERCIAL	INSUMO	CIR U	UM	VUC	CTI	CTP
vegetales	banano verde	6	Unidad	1,7	\$ 1.200,00	\$ 1.200
conservantes	El ácido sórbico	20	Gramos	50,0	\$340,00	\$ 340,00
Empaque	Icopor	1	Unidad	N/A	\$500,00	\$ 500,00
Envoltorio	Plástico termosellado	70	Centímetros	14,3	\$490,00	\$ 490,00
COSTO TOTAL PREVISTO						\$ 2.530
PVP						\$ 6.000
MC						\$ 3.470

Fuente: propia

Tabla No. 7, Se evidencia en esta línea el costo total de \$2.530, precio de venta \$6.000, obteniendo así una ganancia de \$3.470.

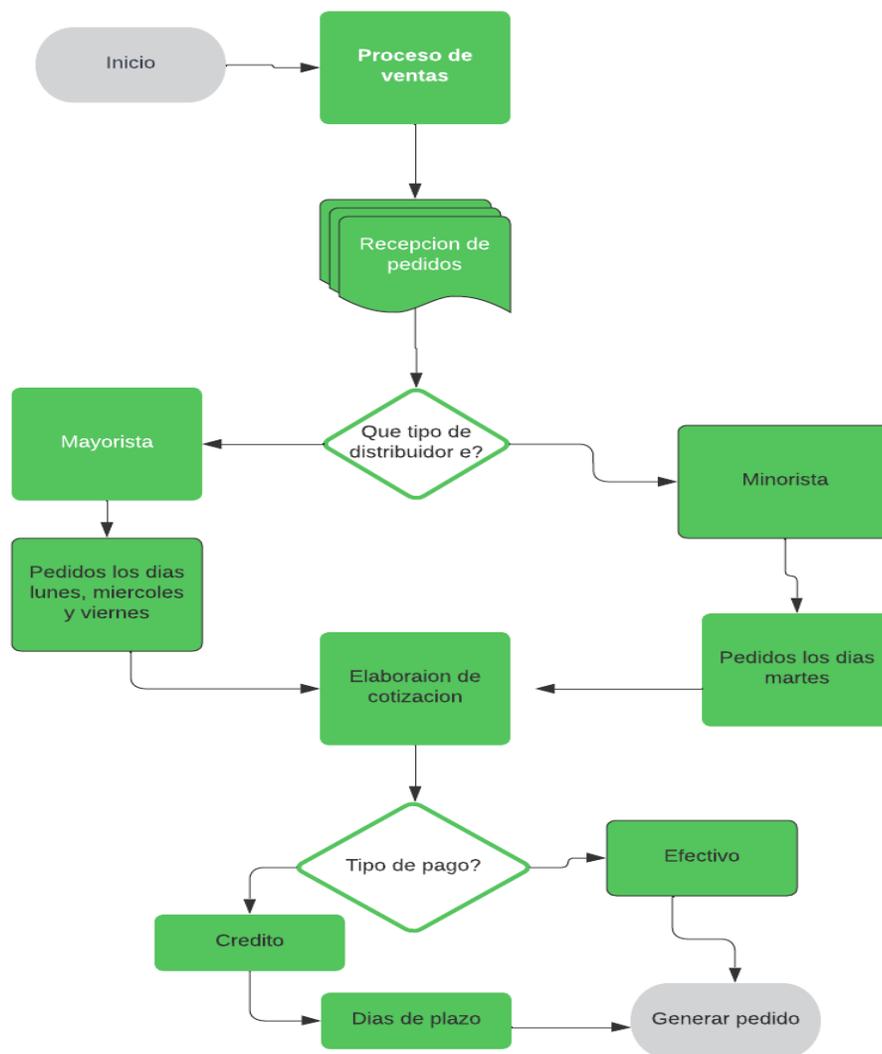
Plaza y canales de comercialización

Se determina la plaza en donde se tendrá conexión directa con los clientes mayoristas y minoristas, ellos serán los encargados de distribuirlos hasta que llega a las familias de la ciudad.



Figura 4

Flujograma de comercialización



Fuente: propia



Promoción y canales de comunicación

Banameat busca desarrollar una imagen corporativa que motive a los clientes a comprar los productos, para eso se determina una serie de estrategias publicitarias para la comercialización de los productos.

Tabla 8

Marketing estratégico

Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año (meses)	Vr. Unitario	Vr. total, año 2023	Vr. total, año 2024	Vr. total, año 2025	Vr. total, año 2026
Publicidad	Página web	1	\$550.000	\$550.000	\$605.000	\$665.500	\$732.050
	Manejo de redes sociales. Gestor De Comunidades	12	\$180.000	\$2.160.000	\$2.376.000	\$2.613.600	\$2.874.960
	Vallas publicitarias (2). \$1.200.000 por valla	8	\$1.200.000	\$9.600.000	\$10.560.000	\$11.616.000	\$12.777.600
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales	10	\$200.000	\$2.000.000	\$2.200.000	\$2.420.000	\$2.662.000
TOTAL, CONSOLIDADO				\$14.310.000	\$15.741.000	\$17.315.100	\$19.046.610
Promedio mensual				\$1.192.500			

Fuente: propio



Tabla No. 8, Se realiza el cálculo de los gastos por publicidad con diferentes escenarios como las páginas web, manejo de redes sociales y vallas publicitarias, otorgando un consolidado mensual promedio de \$1.192.500.

Estudio técnico

Fichas técnicas

Teniendo en cuenta las características para la elaboración de la ficha técnica de los productos a comercializar, se presenta la siguiente información por línea comercial.

Tabla 9

Ficha técnica sustituto cárnico

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO SUSTITUTO CARNICO	
Nombre de la empresa: BANNAMEAT	
Ciudad: SANTA MARTA, MAGDALENA	
Teléfono: 3015243919	
NOMBRE DEL PRODUCTO	BANNAMEAT



FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO		
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="813 359 1036 453">MATERIA PRIMA</td> <td data-bbox="1036 359 1421 401">Banano verde</td> </tr> </table>	MATERIA PRIMA	Banano verde
	MATERIA PRIMA	Banano verde	
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="813 464 1036 663">INSUMOS</td> <td data-bbox="1036 464 1421 663">Tomate, cebollín, champiñones, zanahoria, ají pimentón, salsa negra, mostaza, ajo, comino, color, pasta de tomate.</td> </tr> </table>	INSUMOS	Tomate, cebollín, champiñones, zanahoria, ají pimentón, salsa negra, mostaza, ajo, comino, color, pasta de tomate.
	INSUMOS	Tomate, cebollín, champiñones, zanahoria, ají pimentón, salsa negra, mostaza, ajo, comino, color, pasta de tomate.	
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="813 674 1036 726">COLOR</td> <td data-bbox="1036 674 1421 726">Rojo, naranja, verde</td> </tr> </table>	COLOR	Rojo, naranja, verde
	COLOR	Rojo, naranja, verde	
<table border="1"> <tr> <td data-bbox="813 737 1036 789">PESO</td> <td data-bbox="1036 737 1421 789">150g y 300g</td> </tr> </table>	PESO	150g y 300g	
PESO	150g y 300g		
<table border="1"> <tr> <td data-bbox="813 800 1036 894">USO</td> <td data-bbox="1036 800 1421 894">Un alimento, acompañante, pasa bocas</td> </tr> </table>	USO	Un alimento, acompañante, pasa bocas	
USO	Un alimento, acompañante, pasa bocas		
CANTIDADES PARA PRODUCIR MENSUAL	1679 unidades por cada una de las presentaciones (análisis del Punto de Equilibrio Mensual - PEM)		
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Santa Marta, Magdalena		
PROCEDENCIA	Santa Marta, Magdalena		

Fuente: propia

Tabla 10

Ficha técnica patacones precocidos empacados al vacío

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO PATACONES PRECOCIDOS EMPACADOS AL VACIO	
Nombre de la empresa: BANNAMEAT	
Ciudad: SANTA MARTA, MAGDALENA	
Teléfono: 3015243919	
NOMBRE DEL PRODUCTO	BANNAMEAT



FOTOGRAFÍA 	MATERIA PRIMA	Banano verde
	INSUMOS	Conservantes, plástico, icopor
	COLOR	Amarillo
	PESO	5 unidades y 10 unidades
	USO	Un alimento
	CANTIDADES PARA PRODUCIR MENSUAL	1679 unidades por cada una de las presentaciones (Análisis del Punto de Equilibrio Mensual -. PEM)
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Santa Marta, Magdalena	
PROCEDENCIA	Santa Marta, Magdalena	

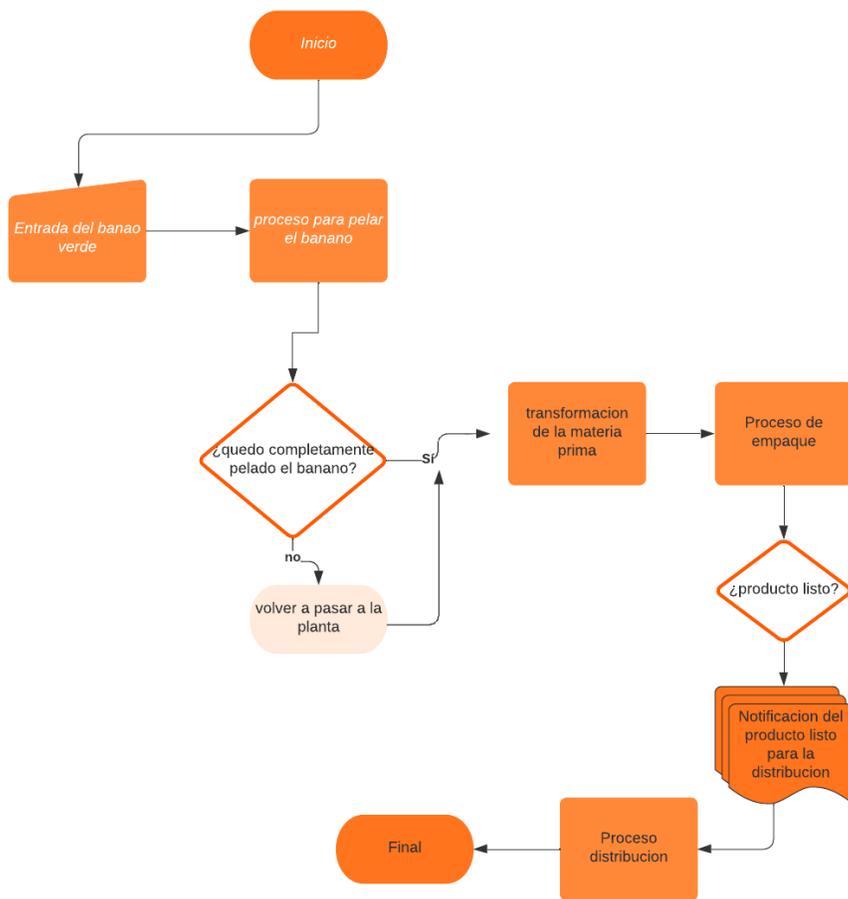
Fuente: propia

Flujo de operaciones

Teniendo en cuenta la elaboración de los productos, se desarrolla el siguiente flujo grama que muestra el esquema operativo de la empresa para la elaboración de los productos.

Figura 5

Flujograma de operaciones



Fuente: propia

Ubicación empresarial

La localización de Bannamet estará en la ciudad de Santa Marta, se ubicará en el mercado publico así aprovechando la plaza en la que se encuentra, donde se encuentran los pequeños y medianos comerciantes.

Macro localización y Micro localización

Tabla 11

Micro y macro localización



Macro	Micro	
<p>Tipo de lugar: Magdalena es una parte de Colombia ubicada en el Mar Caribe, sus actividades económicas son muy diversas. Con su capital, Santa Marta, es un destino turístico muy importante. Además, tiene una carencia en la producción de productos a base del banano verde.</p> <p>Estado de las vías de acceso: Una de las principales vías es la que une Barranquilla con Santa Marta y recorre La Guajira hasta la frontera con Venezuela, que forma parte del Eje del Caribe, está siendo la ruta del sol que comienza en el centro del país y termina en Santa Marta, conecta la mayor parte del país en la región centro-oriental, incluyendo la capital de la república.</p>	<p>Esta se ubicará en el mercado de la ciudad, así todos los insumos serán de fácil acceso para la producción, este es un sector concurrido por familias y grandes comerciantes.</p>	
	Ubicación	Mercado de Santa Marta
	Relación equilibrio de precio – calidad	Propiedad del inversor
	Precio del terreno	Propiedad del inversor
	Revisión del terreno inmediato	Negocios: venta de comidas, carnes, verduras, entre otros
	Análisis de la estructura urbana	El mercado de Santa Marta cuenta con gran cantidad de comerciantes de ventas al por



		mayor y detal, además de transportar alimentos a diferentes partes del departamento de la magdalena
--	--	---

Fuente: propia

Necesidades y requerimientos

identificando el esquema empresarial propuesto, así como las necesidades técnicas y comercial del negocio, a continuación, se muestra el consolidado técnico requerido por parámetro de análisis:

Tabla 12

Maquinaria y equipos de oficina

Maquinaria y equipos de oficina			
Cantidad	Artículo	Valor unitario	Valor total
2	Computador de escritorio	\$ 350.000,00	\$ 700.000,00
1	Aire acondicionado	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
1	Escritorio para oficina	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
1	Silla ofimática	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
1	Estante ofimático	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Total, consolidado			\$ 1.910.000,00

Fuente: propia

Se evidencia en la tabla No. 12, los elementos requeridos para el desarrollo de la empresa, la cotización permitió conocer el montaje administrativo de la empresa.



Tabla 13

Maquinaria de cocina

CANTIDAD	Maquinaria de cocina	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Estufa industrial de 2 puestos	\$ 450.000	\$ 900.000
1	peladora industrial de banano	\$ 899.000	\$ 899.000
1	aplanador industrial	\$ 350.000	\$ 350.000
2	ollas 15 litros	\$ 149.000	\$ 298.000
2	picadora	\$ 350.000	\$ 700.000
Total, consolidado			\$ 3.147.000,00

Fuente: propia

En la tabla No. 13, se identifica la maquinaria necesaria para el procesamiento de los productos, así como de las capacidades de producción.

Tabla 14

Instrumentos de cocina

CANTIDAD	Instrumentos de cocina	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	espátulas	\$ 10.000	\$ 20.000
4	cuchillos	\$ 25.000	\$ 100.000
2	Tablas para picar	\$ 15.000	\$ 30.000
1	cucharas	\$ 6.000	\$ 6.000
1	tenedores	\$ 6.000	\$ 6.000



3	recipientes	\$	\$
		30.000	90.000
Total, consolidado			\$
			252.000,00

Fuente: propia

La tabla No. 14, evidencia los instrumentos necesarios para el proceso de transformación y preparación, con estas herramientas de cocina se realizará los cortes de los vegetales, la preparación final de sustituto cárnico y los patacones precocidos.

Tabla 15

Personal operativo

Personal operativo	CARGO	TIPO DE CONTRATO	Salario devengado por el empleado	Salario total para pagar (SD + CL + PS + PRF)
	Administrador operativo	Indefinido	\$ 1.617.000	\$ 2.347.612,20
	Cocinero	indefinido	\$ 1.317.000	\$ 1.317.000,00
	Contador	Prestación de servicios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000,00
	asistente administrativo	indefinido	\$ 1.117.000	\$ 1.117.000,00

Fuente: propia

La tabla No.15, Relevante a las necesidades iniciales de la fuerza de trabajo y del personal operativo de la empresa, teniendo en cuenta los salarios básicos devengados por los trabajadores (incluidos los beneficios de transporte), las contribuciones legales, los beneficios sociales y beneficios del contribuyente. Estos conceptos se encuentran en el apartado salarial.



Lo anteriormente expuesto da un total de \$5.309.000 para las necesidades requeridas para la realización del montaje de la empresa.

Gastos de puesta en marcha

Para el inicio de la empresa se desarrolló la siguiente tabla en donde se observa los aspectos para tener en cuenta a nivel de constitución, esto para la organización logística y funcional del negocio, incluyendo adecuaciones locativas, formalizaciones legales y demás criterios a nivel de inversión inicial

Tabla 16

Gastos puesta en marcha

Concepto	Gastos de puesta en marcha	Presupuesto
Legalización ante Cámara de Comercio	Registro mercantil	\$
	Constitución de sociedad	800.000,00
	Inscripción en libros de legalización	
	Matriculación de personería jurídica	
	Legalización de ente patrimonial	
Gastos administrativos iniciales	Arriendo locativo presupuestado por 3 meses	\$ 2.400.000
	Servicios públicos presupuestados por 3 meses	\$1.050.000
	Nómina del administrador presupuestado por 3 meses	\$ 7.042.837
	Nómina de operario por 3 meses	\$ 3.000.000
Gastos de ventas iniciales	Presupuesto para promoción y publicidad por 3 meses	\$ 3.577.500
Total, gastos puesta en marcha		\$ 17.870.336,60

Fuente: propia



Inversiones totales previstas

La inversión total se compone por los gastos de puesta en marcha de \$17.870.336,60, más las necesidades y requerimientos \$5.309.000, así obteniendo una inversión mínima de \$23.179.336.60; se tiene previsto efectuar una inversión total de \$30.000.000, incluyendo capitales propios (\$10.000.000) y capitales externos (\$20.000.000).

Tabla 17

Inversiones Previstas

Inversión para efectuar	Concepto	Valor estimado	Inversión mínima requerida
	Gasto de puesta en marcha	\$ 17.870.336,60	\$ 23.179.336,60
	Inversión en recursos técnicos	\$5.309.000,00	
	Inversión propia	\$10.000.000	\$30.000.000
	Inversión externa (Fondo emprender - recursos financieros)	\$20.000.000	

Fuente: propia



Estudio financiero

Gastos operativos

Gastos de administración

En la siguiente tabla se expondrá todos los gastos de tipo administrativo con los cuales se tiene previsto contar desde el comienzo de operaciones.

Tabla 18

Gastos administrativos

Concepto	Valor mes	Valor año 2023	Valor año 2024	Valor año 2025	Valor año 2026
Arriendo	\$800.000	\$9.600.000	\$10.560.000	\$11.616.000	\$12.777.600
Servicios públicos	\$350.000	\$4.200.000	\$4.620.000	\$5.082.000	\$5.590.200
Nómina	\$5.981.612,20	\$71.779.346	\$78.957.281	\$86.853.009	\$95.538.310
Dotación	\$25.000	\$300.000	\$330.000	\$363.000	\$399.300
Provisión gastos de administración	\$250.000	\$3.000.000	\$3.300.000	\$3.630.000	\$3.993.000
Total, gastos administrativos	\$7.406.612	\$88.879.346	\$97.767.281	\$107.544.009	\$118.298.410

Fuente: propia

Gastos de nómina

Análisis de los gastos de nómina que se muestran a continuación.



Tabla 19

Nomina empresarial

Personal operativo	CARGO	TIPO DE CONTRATO	Salario devengado por el empleado	Salario total para pagar (SD + CL + PS + PRF)
	Administrador operativo	Indefinido	\$ 1.617.000	\$ 2.347.612,20
	Cocinero	Indefinido	\$ 1.317.000	\$ 1.317.000,00
	Contador	Prestación de servicios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000,00
	asistente administrativo	Indefinido	\$ 1.117.000	\$ 1.117.000,00

Fuente: propia

Tabla 20

Gastos de venta

Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año (meses)	Vr. unitario	Vr. total, año 2023	Vr. total, año 2024	Vr. total, año 2025	Vr. total, año 2026
------------------------------	-------------------	--------------------------------	---------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------



Publicidad	Página web	1	\$550.000	\$550.000	\$605.000	\$665.500	\$732.050
	Manejo de redes sociales. Gestor De Comunidades	20	\$180.000	\$3.600.000	\$3.960.000	\$4.356.000	\$4.791.600
	Vallas publicitarias (2). \$1.200.000 por valla	8	\$1.200.000	\$9.600.000	\$10.560.000	\$11.616.000	\$12.777.600
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales	10	\$200.000	\$2.000.000	\$2.200.000	\$2.420.000	\$2.662.000
TOTAL, CONSOLIDADO				\$15.750.000	\$17.325.000	\$19.057.500	\$20.963.250
Promedio mensual				\$1.312.500			

Fuente: propia

Costos fijos

Para el inicio de las operaciones de la empresa se tendrán en cuenta los siguientes costos.

Tabla 21

Costos fijos

Concepto	Costos fijos				
	Valor mensual	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024	Valor año 2025
Arriendo	\$ 800.000	\$ 9.600.000	\$ 10.560.000	\$ 11.616.000	\$ 12.777.600
Servicios públicos	\$ 350.000	\$ 4.200.000	\$ 4.620.000	\$ 5.082.000	\$ 5.590.200



Nómina del personal de planta	\$ 5.981.612	\$ 71.779.346	\$ 78.957.281	\$ 86.853.009	\$ 95.538.310
Procesos publicitarios (promedio)	\$ 1.312.500	\$ 15.750.000	\$ 17.325.000	\$ 19.057.500	\$ 20.963.250
Provisión gastos administrativos	\$250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.300.000	\$ 3.630.000	\$ 3.993.000
Total, costos fijos	\$ 8.694.112	\$ 104.329.346	\$ 104.202.281,04	\$ 114.622.509,14	\$ 126.084.760,06

Fuente: propia

Punto de equilibrio ponderado

En este apartado de identificarán las cantidades a producir, ya que este es el punto activo (volumen

Ventas), donde el ingreso total es igual al costo total, es decir puntos de actividad sin ganancias ni pérdidas.

Tabla 22

Líneas comerciales

Línea comercial	Sublíneas de producto	CU	PVP	MC. REAL
Línea 1. Sustituto cárnico	sustituto 150 gr	\$4.863	\$7.000	\$ 2.137
	sustituto 350 gr	\$ 9.458	\$ 13.000	\$ 3.542
Línea 3. Patacones precocidos	bandeja de 5 unidades	\$ 1.790	\$ 4.000	\$ 2.210
	bandeja de 10 unidades	\$ 2.530	\$ 6.000	\$ 3.470

Fuente: propia



Tabla 23 Margen de contribución ponderado

Líneas comerciales	MC.POND	POND. DEM	PV. POND	CU. POND
Línea 1. Sustituto cárnico	\$ 2.839	50%	\$10.00	\$ 7.161
Línea 3. Patacones precocidos	\$ 2.840	50%	\$5.000	\$ 2.160
TOTAL		100%		

Fuente: propia

Tabla 24

MCPT - PEPT

MCPT	\$ 2.839,7
PEPT	3255,9

Fuente: propia

Tabla 25

Consolidados del PE

Líneas comerciales	PEM. UDS	PEM. \$	SUBLINE AS	PEM. SUB. UDS	PEM. SUB \$	PE. DIAR. UDS	PE. DIAR. \$
-------------------------------	-----------------	----------------	-----------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	---------------------



Línea 1. Sustituto cárnico	1627,97	\$ 4.622.297	2	814,0	\$ 2.311.149	67,83	\$192.595,73
Línea 3. Patacones precocidos	1627,97	\$ 4.623.437	2	814,0	\$ 2.311.718	67,83	\$192.643,21
TOTAL	3255,941542	\$ 9.245.734			TOTAL, DÍA	135,66	\$385.238,93
					TOTAL, MES	3255,941542	\$9.245.734,40

Fuente: propia

Tabla 26

PEM. UDS

Líneas comerciales	PEM. UDS	Venta anual
Línea 1. Sustituto cárnico	1679,814371	20157,77246
Línea 2. Patacones precocidos	1679,814371	20157,77246

Fuente: propia

Supuestos económicos

Tabla 27

Supuestos económicos

	Un.	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Variables Macroeconómicas							

Inflación	%
Devaluación	%
IPP	%
Crecimiento PIB	%
DTF T.A.	%

Ventas, Costos y Gastos

Precio Por Producto

Sustituto cárnico 1	\$ / unid.
Sustituto cárnico 2	\$ / unid.
Bandeja de patacones 5 Uds. 3	\$ / unid.
Bandeja de patacones 10 Uds. 4	\$ / unid.

Unidades Vendidas por Producto

Sustituto cárnico 1	Unid.
Sustituto cárnico 2	Unid.
Bandeja de patacones 5 Uds. 3	Unid.
Bandeja de patacones 10 Uds. 4	Unid.

Total, Ventas

Precio Promedio	\$
Ventas	Unid.
Ventas	\$

Costos Unitarios Materia Prima

10,00%	10,00%	11,00%	11,00%	12,00%
7,00%	7,00%	8,00%	8,00%	9,00%
23,00%	23,00%	23,00%	25,00%	25,00%
4,00%	4,00%	3,00%	3,00%	2,00%
1,00%	1,00%	1,50%	1,50%	2,00%

7.000	7.700	8.470	9.317	10.249
13.000	14.300	15.730	17.303	19.033
4.000	4.400	4.840	5.324	5.856
6.000	6.600	7.260	7.986	8.785

9.768	10.745	11.819	13.001	14.301
9.768	10.745	11.819	13.001	14.301
9.768	10.745	11.819	13.001	14.301
9.768	10.745	11.819	13.001	14.301

7.500,0	8.250,0	9.075,0	9.982,5	10.980,8
39.071	42.978	47.276	52.004	57.204
293.034.738,8	354.572.033,9	429.032.161,1	519.128.914,9	628.145.987,0

Costo Materia Prima Producto 1	\$ / unid.
Costo Materia Prima Producto 2	\$ / unid.
Costo Materia Prima Producto 3	\$ / unid.
Costo Materia Prima Producto 4	\$ / unid.
Costo Materia Prima Producto 5	\$ / unid.
Costos Variables Unitarios	
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.
Otros Costos de Fabricación	
Otros Costos de Fabricación	\$
Costos Producción Inventariables	
Materia Prima	\$
Mano de Obra	\$
Materia Prima y M.O.	\$
Depreciación	\$
Agotamiento	\$

4.863	5.350	5.885	6.473	7.120
9.458	10.404	11.444	12.589	13.848
1.790	1.969	2.166	2.382	2.621
2.530	2.783	3.061	3.367	3.704
	0	0	0	0

4.660,4	5.126,4	5.639,0	6.202,9	6.823,2
0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4.660,4	5.126,4	5.639,0	6.202,9	6.823,2

0	0	0	0	0
---	---	---	---	---

182.085.926	220.323.970	266.592.004	322.576.325	390.317.353
0	0	0	0	0
182.085.926	220.323.970	266.592.004	322.576.325	390.317.353
821.810	903.991	1.003.430	1.113.807	1.247.464
0	0	0	0	0



Total	\$	182.907.736	221.227.961	267.595.434	323.690.132	391.564.818
Margen Bruto	\$	37,58%	37,61%	37,63%	37,65%	37,66%
Gastos Operacionales						
Gastos de Ventas	\$	14.310.000	15.741.000	17.315.100	19.046.610	20.951.271
Gastos Administración	\$	96.938.813	106.632.694	117.295.963	129.025.560	141.928.116
Total, Gastos	\$	111.248.813	122.373.694	134.611.063	148.072.170	162.879.387
Inversiones (Inicio Período)						
Terrenos	\$					
Construcciones y Edificios	\$					
Maquinaria y Equipo	\$	3.147.000				
Muebles y Enseres	\$	252.000				
Equipo de Transporte	\$					
Equipos de Oficina	\$	1.910.000				
Semovientes pie de Cria	\$					
Cultivos Permanentes						
Total, Inversiones	\$	0	0	0	0	0
Otros Activos						
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0
Impuestos Renta						

Renta Presuntiva sobre patrimonio Liquido	%						
Renta Presuntiva	%						
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	20.000.000					
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		-	-	2.973.674	25.431.160	68.872.337
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		-	-	-	-	-

Estados financieros



Balance general

Tabla 28

Balance general

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
BALANCE GENERAL						
Activo Corriente						
Efectivo	24.691.000	17.565.195	23.178.921	45.241.524	88.544.284	158.880.878
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total, Activo Corriente:	24.691.000	17.565.195	23.178.921	45.241.524	88.544.284	158.880.878
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	3.147.000	3.115.530	3.046.296	2.958.715	2.815.006	2.627.339
Muebles y Enseres Neto	252.000	221.760	182.952	135.384	75.138	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	1.910.000	1.680.800	1.386.660	1.026.128	569.501	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total, Activos Fijos:	5.309.000	5.018.090	4.615.908	4.120.228	3.459.646	2.627.339
Total, Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL, ACTIVO	30.000.000	22.583.285	27.794.829	49.361.752	92.003.930	161.508.217
Pasivo						
Obligaciones Financieras	20.000.000	16.000.000	12.000.000	8.000.000	4.000.000	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
TOTAL, PASIVO	20.000.000	16.000.000	12.000.000	8.000.000	4.000.000	0



Patrimonio						
Capital Social	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	821.154	3.316.431	5.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	-	2.973.674	25.431.160	68.872.337
Utilidades del Ejercicio	0	-4.416.715	8.211.543	24.952.762	45.124.747	68.854.577
Revalorización patrimonio	0	1.000.000	2.000.000	2.614.161	4.131.593	8.781.303
TOTAL, PATRIMONIO	10.000.000	6.583.285	15.794.829	41.361.752	88.003.930	161.508.217
TOTAL, PAS + PAT	30.000.000	22.583.285	27.794.829	49.361.752	92.003.930	161.508.217

Estado de resultados

Tabla 29

Estado de resultado

	2023	2024	2025	2026	2027
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	293.034.739	354.572.034	429.032.161	519.128.915	628.145.987
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	182.085.926	220.323.970	266.592.004	322.576.325	390.317.353
Depreciación	821.810	903.991	1.003.430	1.113.807	1.247.464
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	110.127.003	133.344.072	161.436.727	195.438.782	236.581.169
Gasto de Ventas	14.310.000	15.741.000	17.315.100	19.046.610	20.951.271
Gastos de Administración	96.938.813	106.632.694	117.295.963	129.025.560	141.928.116



Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-1.121.810	10.970.378	26.825.663	47.366.613	73.701.783
Otros ingresos					
Intereses	2.825.805	2.260.644	1.766.490	1.177.660	612.653
Otros ingresos y egresos	-2.825.805	-2.260.644	-1.766.490	-1.177.660	-612.653
Revalorización de Patrimonio	-1.000.000	-1.000.000	-614.161	-1.517.431	-4.649.711
Ajuste Activos no Monetarios	530.900	583.990	706.628	784.357	949.785
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-82.181	-198.878	-331.132	-534.628
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total, Corrección Monetaria	-469.100	-498.191	-106.411	-1.064.206	-4.234.553
Utilidad antes de impuestos	-4.416.715	8.211.543	24.952.762	45.124.747	68.854.577
Impuestos (35%)	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	-4.416.715	8.211.543	24.952.762	45.124.747	68.854.577

Flujo de caja proyectado

Tabla 30

Flujo de caja

	2023	2024	2025	2026	2027
FLUJO DE CAJA					
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	-1.121.810	10.970.378	26.825.663	47.366.613	73.701.783
Depreciaciones	821.810	903.991	1.003.430	1.113.807	1.247.464



Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Operativo	-300.000	11.874.369	27.829.093	48.480.420	74.949.247
Flujo de Caja Inversión					
Inversión Activos Fijos	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000
Intereses Pagados	-2.825.805	-2.260.644	-1.766.490	-1.177.660	-612.653
Dividendos Pagados	0	0	0	0	0
Capital	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	-6.825.805	-6.260.644	-5.766.490	-5.177.660	-4.612.653
Neto Periodo	-7.125.805	5.613.725	22.062.604	43.302.760	70.336.594
Saldo anterior	24.691.000	17.565.195	23.178.921	45.241.524	88.544.284
Saldo siguiente	17.565.195	23.178.921	45.241.524	88.544.284	158.880.878



Criterios de decisión financiera

Tabla 31

Criterios de decisión

En el siguiente apartado se determinarán los criterios de inversión, los cuales aportarán una perspectiva administrativa.

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	13%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	37,96%
VAN (Valor actual neto)	28.054.793
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,37
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	66,67%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	36 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes



Conclusiones y logros

En el mercado están las oportunidades de creación e innovación, por eso se determina la necesidad de llevar a cabo procesos de introducción de nuevas ideas sobre productos preexistentes, de esta forma se le apunta a la modelación de un prospecto de negocio centrado en el desarrollo de producto a base de banano verde, siendo este un bien de fácil acceso en el plano económico y comercial.

Logros del estudio comercial

En el proyecto se determinaron los criterios para el desarrollo del plan comercial, en este se reconocieron los escenarios competitivos del negocio, así como el perfil del cliente objetivo que se tiene previsto atender desde el inicio de actividades. La cobertura inicial será en la ciudad de Santa Marta, y el modelo comercial se llevará a cabo a través de negocios minoristas y mayoristas.

Cabe resaltar que la competencia que se obtiene es mínima, en la parte de los patacones se encuentra totalmente nula y en la parte del sustituto se evidencio solo dos productos que pueden ser competencia, pero sus precios son elevados, esto representa una oportunidad de mercado.

Logros del estudio técnico

Se determinó las necesidades técnicas requeridas para la organización operativa y funcional de la empresa, en este estudio se desarrolló las fichas técnicas de los productos, la ubicación locativa del negocio, los gastos de puesta en marcha y los criterios de inversión.

La empresa tiene previsto contar como ubicación central inicial en el mercado de la ciudad de Santa Marta, y se tiene previsto acotar una inversión total de \$23.179.336, incluyendo la

distribución de los gastos de puesta en marcha y demás requerimientos en recursos técnicos. Desde el punto de vista estratégico se tiene planeado efectuar una inversión total de \$30.000.000.



Logros estudio financiero

El estudio financiero determino la factibilidad que tiene la empresa en cuanto a su implantación y constitución a futuro, acá se evaluó el modelo de costos, gastos, ganancias y estado económico en equilibrio. Los resultados fueron positivos con un Valor Actual Neto – VAN de \$28.054.793, involucrando un Tasa Interna de Retorno – TIR evaluativa del 37,96%; bajo estos escenarios se plantea un periodo total de recuperación de la inversión de un año y cuatro meses, con un nivel de endeudamiento del 66,67%, teniendo en cuenta los recursos propios aportados para el inicio del proyecto (\$10.000.000), y recursos externos proveniente de entidades financieras de \$20.000.000; es de resaltar que la empresa puede tener un crecimiento progresivo si se desarrolla estratégicamente de manera ordenada y cumple con las metas propuestas en el plano técnico financiero.



Bibliografía

- +, r. (15 de julio de 2022). *red+ noticias* . Obtenido de [https://redmas.com.co/w/la-desnutricion-ha-matado-a-137-ninos-en-colombia-este-2022-dice-la-defensoria#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20entidad%2C%20de%20los,2.135\)%20son%20por%20desnutrici%C3%B3n%20severa](https://redmas.com.co/w/la-desnutricion-ha-matado-a-137-ninos-en-colombia-este-2022-dice-la-defensoria#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20entidad%2C%20de%20los,2.135)%20son%20por%20desnutrici%C3%B3n%20severa).
- agronegocios. (s.f.). Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/mas-de-90-del-banano-local-es-de-exportacion-2887702>
- Alarcon, M. (2013). *universidad nacional de colombia*. Obtenido de cáscara de plátano (musa aab) como un nuevo recurso de fibra dietaria: aplicación a un producto cárnico: <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/51519/1015397077.2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- banrepecultural. (s.f.). Obtenido de <https://www.banrepecultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-258/la-industria-bananera-y-el-inicio-de-los-conflictos-sociales-siglo-xx>
- Benavides, J., & Varon, M. (2017). *Estudio de factibilidad para la producción y comercialización de plátano pelado y empacado al vacío en la empresa asomusaceas del valle*. Obtenido de Universidad del valle : <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/12702/0586375%20O.K.pdf?sequence=1>
- Calderón, J., Carrillo, R., & Ortega, Y. (2018). *universidad jorge lozano*. Obtenido de Plan de negocios para la producción y distribución de productos precocinados a base de plátano en el D.T.C.H Santa Marta: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3448/Plan%20>



de%20negocios%20Patancrush%20febrero%2026%20%202018%20aprobado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

CCSM. (2022). *CCSM*. Obtenido de [https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/send/78-investigaciones/51953-informe-anual-jurisdiccion-2022.html#:~:text=Dicho%20informe%20es%20elaborado%20por,49%2C9%25%](https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/send/78-investigaciones/51953-informe-anual-jurisdiccion-2022.html#:~:text=Dicho%20informe%20es%20elaborado%20por,49%2C9%25%20datosmacro.com)

datosmacro.com . (abril de 2022). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia#:~:text=La%20tasa%20de%20variacion%20anual,es%20del%2005%2C7%25>.

Diario libre . (2020). Obtenido de <https://www.diariolibre.com/revista/los-beneficios-del-platano-verde-para-la-salud-GA17608680>

Echeverria, C., & Cadena, M. (2020). *universidad central de ecuador*. Obtenido de Proyecto para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados a base de plátano verde, localizada en el Distrito Metropolitano: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23179>

FAO. (2022). Obtenido de <https://www.fao.org/colombia/noticias/detail-events/en/c/1599463/>

Garcia, A., Ventura, S., & Mendoza, J. (2019). *itca revista*. Obtenido de Diversificación de productos alimenticios a base de cáscaras de vegetales para uso como materia prima en la preparación de alimentos, :

https://docs.bvsalud.org/biblioref/2021/03/1151075/rt2019_cascaras-de-vegetales.pdf

hoy diario del magdalena . (23 de 08 de 2021). Obtenido de

<https://www.hoydiariodelmagdalena.com.co/archivos/558091/los-tenderos-a-punto-de->



Rendón Coello, C. (s.f.). *universidad politecnica saleciana de ecuador* . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4844>

Rendon, C. (2009). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4844>

Rendon, C. (2009). *Diseño de un modelo de negocios para la producción y comercialización de un nuevo producto alimenticio a base de plátano verde, utilizando BPM*, . Obtenido de Salesina de Ecuador : <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4844>

Rico, M., & Ruiz, A. (2 de marzo de 2020). *la republica*. Obtenido de la republica:

<https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-colombianos-no-saben-alimentarse-bien-2971569#:~:text=Salud-,60%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20colombiana%20tiene%20malas,a%20la%20hora%20de%20alimentarse&text=El%20sobrepeso%20y%20la%20obesidad,d%C3%Aa>

Salina, J., & Encarnacion, S. (2017). Obtenido de

<https://bdigital.zamorano.edu/server/api/core/bitstreams/bd9f3e6d-7003-4a00-8f5e-bf1f49f9eb7d/content>

Sánchez, A. M. (25 de noviembre de 2019). *agronegocio* . Obtenido de

<https://www.agronegocios.co/agricultura/sabyi-y-alves-entre-las-marcas-colombianas-que-ofrecen-sustitutos-de-carne-2936942>

semana. (20 de agosto de 2022). *semana* . Obtenido de <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/el-sobrepeso-y-la-obesidad-en-colombia/202155/>



tesis universidad de guayaquil. (s.f.). Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2F

positorio.ug.edu.ec%2Fbitstream%2Fredug%2F3666%2F1%2F1113.pdf&clen=2918616

tiempo, e. (s.f.). Obtenido de [https://www.eltiempo.com/economia/pobreza-y-crisis-en-colombia-](https://www.eltiempo.com/economia/pobreza-y-crisis-en-colombia-durante-pandemia-covid-19-588463)

[durante-pandemia-covid-19-588463](https://www.eltiempo.com/economia/pobreza-y-crisis-en-colombia-durante-pandemia-covid-19-588463)

Zanin, T. (2 de enero de 2020). *tuasaude*. Obtenido de [https://www.tuasaude.com/es/beneficios-](https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-banana-verde/#:~:text=La%20banana%20verde%2C%20llamado%20tambi%C3%A9n,ayuda%20a%20aliviar%20el%20estre%C3%B1imiento.)

[de-la-banana-](https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-banana-verde/#:~:text=La%20banana%20verde%2C%20llamado%20tambi%C3%A9n,ayuda%20a%20aliviar%20el%20estre%C3%B1imiento.)

[verde/#:~:text=La%20banana%20verde%2C%20llamado%20tambi%C3%A9n,ayuda%2](https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-banana-verde/#:~:text=La%20banana%20verde%2C%20llamado%20tambi%C3%A9n,ayuda%20a%20aliviar%20el%20estre%C3%B1imiento.)

[0a%20aliviar%20el%20estre%C3%B1imiento.](https://www.tuasaude.com/es/beneficios-de-la-banana-verde/#:~:text=La%20banana%20verde%2C%20llamado%20tambi%C3%A9n,ayuda%20a%20aliviar%20el%20estre%C3%B1imiento.)



Anexos

Encuesta

BANNAMEAT

Es un proyecto creado por un grupo de emprendedores, es un sustituto cárnico a base de la cáscara de banano en estado verde, que posee grandes beneficios y además ayuda a mejorar la salud de personas que poseen diferentes enfermedades (ácido úrico, diabetes, cáncer, colon irritable, lupus, entre otros).

1. ¿Sabes que es un sustituto cárnico?

Si

No

Tal vez

2. ¿Te gustaría probar un sustituto cárnico?

Definitivamente lo probaría

Probablemente lo probaría

Pudiera probarlo

Definitivamente no lo probaría

3. ¿Compraría nuestro producto?

Si

No

Tal vez

4. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por nuestro producto?

\$2.500 - \$3.000

\$3.500 - \$4.000



\$5.500 - \$6.000

5. ¿Cuál sustituto cárnico probarías?

Tortillas de lentejas

Empastado de cáscara de banano verde

Ninguno

6. ¿Considera usted importante cuidar su alimentación con un sustituto cárnico?

Importante

Muy importante

Me es indiferente

7. ¿Conoce los beneficios del sustituto cárnico?

Si

No

8. ¿Qué tan fácil encontrar un sustituto cárnico?

Nunca

Casi nunca

Siempre

Frecuentemente

9. ¿Dónde le gustaría encontrar información de nuestro producto?

Radio

Internet

Televisión

Todas las anteriores



10. ¿Qué te parece nuestro producto?

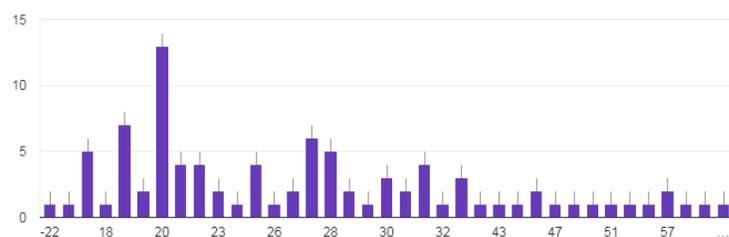
Interesante

Muy interesante

Me es indiferente

Edad

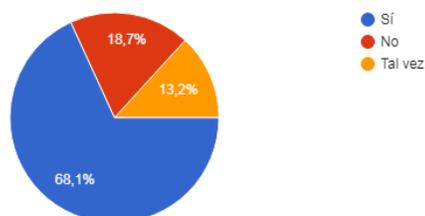
91 respuestas



Tomamos una muestra de edades entre los 16 hasta 60 en la universidad, la edad más encuestada fue de 20 años

1. ¿Sabes que es un sustituto cárnico?

91 respuestas

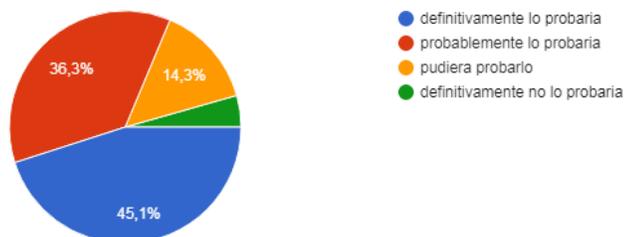


La población sabe un 68,1% sobre un sustituto cárnico, el 18,7% no sabe y el 13,2% tiene idea de lo que es.



2. ¿Te gustara probar un sustituto carnico empastado?

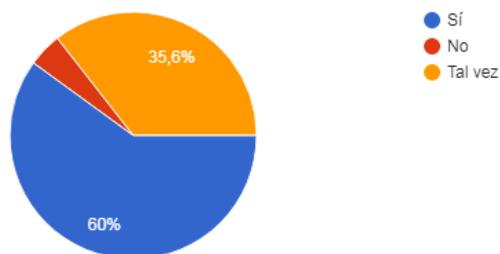
91 respuestas



El 45,1% definitivamente probaría, 36,3% probablemente lo probaría y un 14,3% pudiera probarlo

3. ¿Comprarias nuestro producto?

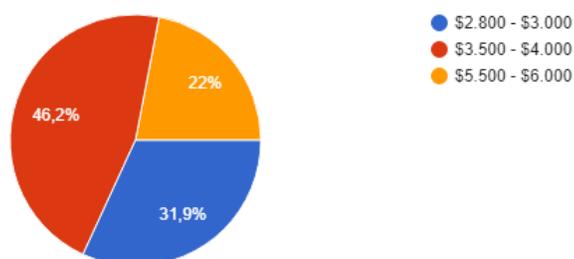
90 respuestas



El 60% de la población encuestada compraría nuestro producto y un 35, % tal vez lo compraría

4. ¿ Cuanto estaria dispuesto usted a pagar por nuestro producto?

91 respuestas

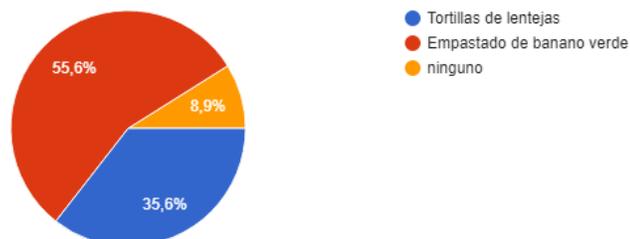




La población escogió con un 46,2% \$3.500 - \$4.000; 31,9% \$2.500 - 3.000 y un 22% 5.500 - 6.000

5. ¿Cual sustituto carnico probarias?

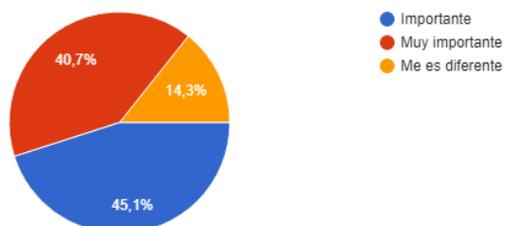
90 respuestas



A nuestra población le gustaría probar nuestro producto con un 55,5%; las tortillas de lentejas en un 36,5% y ninguno el 8,9%

6. Considera usted que es importante cuidar su alimentacion mediante un sustituto carnico?

91 respuestas

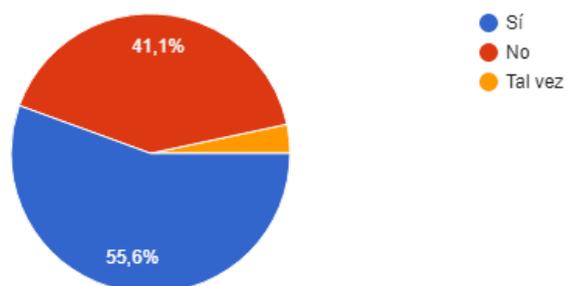


La importancia de alimentarse sana muy importante 40,7%; importante 45,1% y le es indiferente 14,3%



7. ¿Conoce los beneficios del sustituto carnico?

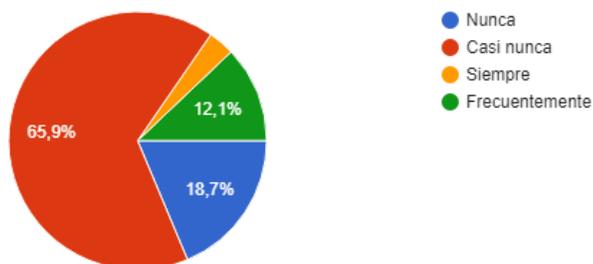
90 respuestas



Conocen los beneficios un 55,6%; no lo conocen 41,1%

8. ¿ que tan facil encuentras un sustituto carnico en el mercado?

91 respuestas

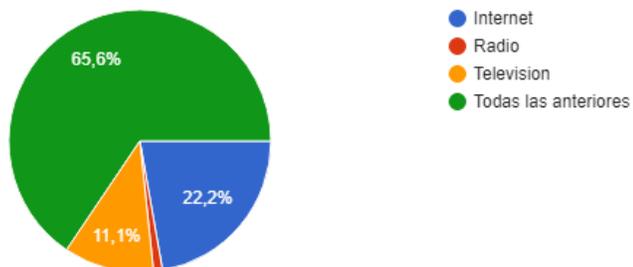


Un sustituto en el mercado se encuentra casi nunca con un 65,9%; nunca 18,7% y frecuentemente 12,1%



9. ¿Donde le gustaria encontrar informacion o publicidad del producto?

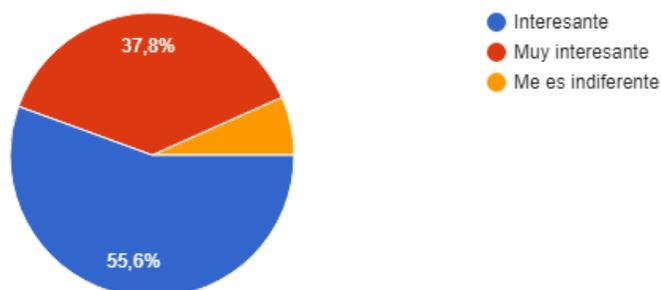
90 respuestas



Les gustaría encontrar información en todas con un 65,6%; televisión 11,1% e internet 22,2%

10. ¿ Que te parece nuestro producto innovador como lo es BANNAMEAT?

90 respuestas



Nuestro proyecta género ser importante con un 55,6% y muy importante 37,8%