

Fundación Universitaria
SAN MATEO

GASTRONOMÍA



Fundación Universitaria
SAN MATEO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y AFINES
PROGRAMA PROFESIONAL EN GASTRONOMIA

**ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE
BEBIDAS ARTESANALES A BASE DE UCHUVA, MORA Y FRESA.**

TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCIÓN DE GRADO

ANGELA ESPERANZA ORJUELA GONZALEZ

DIRECTOR (A)

Katherine Avendaño González.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO

BOGOTÁ 2019 -2

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	16
CAPITULO I.....	17
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	17
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
JUSTIFICACIÓN	18
OBJETIVOS	19
<i>Objetivo General</i>	19
<i>Objetivos Específicos</i>	19
CAPITULO II.....	20
MARCO TEÓRICO.....	20
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES	29
BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
CAPITULO III.....	30
DISEÑO METODOLÓGICO	30
GENERALIDADES	30
TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
POBLACIÓN	32
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	32
CAPITULO IV	33
DESARROLLO DE LA INVESTIGACION	33

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
TIPO DE ESTABLECIMIENTO	64
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 1	64
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 2	66
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 3	66
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 4	66
CAPÍTULO V.	71
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA.....	73

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 beneficios de la uchuva</i>	22
<i>Ilustración 2 beneficios de la fresa</i>	23
<i>Ilustración 3 Morfología de la mora</i>	26
<i>Ilustración 4 Impuesto de los licores.</i>	34
<i>Ilustración 5 Localización de la empresa</i>	47
<i>Ilustración 6 Prueba alcoholímetro de la uchuva</i>	67
<i>Ilustración 7 Prueba alcoholímetro de la Mora</i>	68
<i>Ilustración 8 Prueba alcoholímetro de la fresa</i>	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Grafico 1 El bajo consumo de las bebidas artesanales</i>	29
<i>Grafico 2 Tipo de investigación</i>	31
<i>Grafico 3 Población de la investigación</i>	32
<i>Grafico 4 Instrumentos de recolección de datos</i>	32
<i>Grafico 5 Marco de referencia</i>	33
<i>Grafico 6 ¿En su negocio vende licores artesanales a base de frutas exóticas?</i>	40
<i>Grafico 7 ¿Le interesaría vender licores artesanales en su negocio?</i>	41
<i>Grafico 8 ¿Sus clientes le han solicitado una nueva alternativa de bebida alcohólica?..</i>	42
<i>Grafico 9 ¿Cree usted que sus clientes estarían dispuestos a consumir licores artesanales a base fruta exótica?</i>	42

<i>Grafico 10 ¿Cuál presentación cree usted que sería la más apropiada para vender la licor artesanal a base de frutas?</i>	<i>43</i>
<i>Grafico 11 ¿Cuál cree usted que sería el precio comercial para los licores artesanales a base de fruta exótica?</i>	<i>44</i>
<i>Grafico 12 . ¿Consume usted licores?</i>	<i>45</i>
<i>Grafico 13 ¿Los licores artesanales a base de fruta exótica le parece una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable?</i>	<i>46</i>
<i>Grafico 14 ¿Cuál de los 3 licores exóticos con características tropicales le ha gustado?</i>	<i>47</i>
<i>Grafico 15 Proceso productivo de los licores artesanales.....</i>	<i>49</i>
<i>Grafico 16 Organigrama</i>	<i>51</i>

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1</i> <i>Inutrientes de la uchuva</i> _____	22
<i>Tabla 2</i> <i>características de la fresa</i> _____	24
<i>Tabla 3</i> <i>variedad de fresas</i> _____	24
<i>Tabla 4</i> <i>características de la mora</i> _____	26
<i>Tabla 5</i> <i>Antecedentes de la investigación local</i> _____	27
<i>Tabla 6</i> <i>Antecedentes de la investigación local</i> _____	28
<i>Tabla 7</i> <i>Antecedentes de la investigación nacional</i> _____	28
<i>Tabla 8</i> <i>Antecedentes de la investigación nacional</i> _____	28
<i>Tabla 9</i> <i>Antecedentes de la investigación internacional</i> _____	29
<i>Tabla 10</i> <i>análisis DOFA</i> _____	37
<i>Tabla 11</i> <i>Modelo canvas</i> _____	38
<i>Tabla 12</i> <i>Demográfico.</i> _____	40
<i>Tabla 13</i> <i>¿En su negocio vende licores artesanales a base de frutas exóticas?</i> _____	40
<i>Tabla 14</i> <i>¿Le interesaría vender licores artesanales en su negocio?</i> _____	41
<i>Tabla 15</i> <i>. ¿Sus clientes le han solicitado una nueva alternativa de bebida alcohólica?</i> _____	41
<i>Tabla 16</i> <i>¿Cree usted que sus clientes estarían dispuestos a consumir licores artesanales a base fruta exótica?</i> _____	42
<i>Tabla 17</i> <i>. ¿Cuál presentación cree usted que sería la más apropiada para vender la licor artesanal a base de frutas?</i> _____	43
<i>Tabla 18</i> <i>¿Cuál cree usted que sería el precio comercial para los licores artesanales a base de fruta exótica?</i> _____	44
<i>Tabla 19</i> <i>¿Consume usted licores?</i> _____	45

<i>Tabla 20 ¿Los licores artesanales a base de fruta exótica le parece una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable?</i>	45
<i>Tabla 21 ¿Cuál de los 3 licores exóticos con características tropicales le ha gustado?</i>	46
<i>Tabla 22 Maquinaria y equipos</i>	50
<i>Tabla 23 perfil de administrador</i>	51
<i>Tabla 24 perfil de operario</i>	52
<i>Tabla 25 perfil de vendedor</i>	53
<i>Tabla 26 Inversión inicial</i>	54
<i>Tabla 27 Financiamiento</i>	54
<i>Tabla 28 Condiciones de financiamiento</i>	54
<i>Tabla 29 Receta estándar del licor de mora.</i>	55
<i>Tabla 30 información nutricional de la mora</i>	55
<i>Tabla 31 Receta estándar de licor de fresa</i>	56
<i>Tabla 32 información nutricional de la fresa</i>	56
<i>Tabla 33 Receta estándar de licor de uchuva</i>	57
<i>Tabla 34 información nutricional de la uchuva</i>	57
<i>Tabla 35 nomina</i>	58
<i>Tabla 36 Costos y gastos</i>	58
<i>Tabla 37 Utilidad.</i>	59
<i>Tabla 38 5.7. Punto de equilibrio</i>	59
<i>Tabla 39 Proyección de ventas</i>	59
<i>Tabla 40 producción por día</i>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla 41 Retorno de la inversión</i>	61

<i>Tabla 42</i>	<i>Integrantes del grupo focal</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 43</i>	<i>Información de los resultados del grupo focal</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 44</i>	<i>muestra de resultado de laboratorio uchuva</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 45</i>	<i>muestra de resultado de laboratorio mora</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 46</i>	<i>muestra de resultado de laboratorio fresa</i>	<i>69</i>

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios, por ser la fuente de inspiración y darnos fuerzas en cada momento de debilidad para ser cada día mejores.

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría darle las gracias al coordinador de investigación, el señor Royer Yesid Gutiérrez, quien compartió y brindo su conocimiento para culminar exitosamente esta investigación junto con la docente Ingrid Marcela Peñuela Díaz quien fue la persona que me asesoro de la mejor manera, brindando sus conocimientos.

Al docente Medardo Sáenz quien con su experiencia y técnica en el campo de los licores, supo colaborar con la realización de este trabajo.

A todas aquellas personas que con su colaboración supieron brindar sus conocimientos para la finalización de esta investigación.

ABREVIATURAS

BPM: (Buenas Practicas Manufactura)

Almíbar: sustancia liquididad de distintos grados de espesor que se obtiene disolviendo azúcar en agua y cociendo la mezcla a fuego lento, hasta que tome consistencia.

Destilación: separación de una sustancia volátil de otra que no, consiste en filtrar un líquido o hacer que gotee a lo largo de la separación de un componente respecto a otra medio del calor.

Drupa: Fruta carnosa de forma redonda que tiene en su interior semilla.

Etanol: se obtiene de la caña de azúcar, conocido como alcohol que se presenta como un líquido incoloro inflamable, con un punto de ebullición de 78°.

Infusión: introducción de agua hirviendo y tiene contacto con alguna hierva o semilla para extraer las características organolépticas al agua.

Licor: Bebida alcohólica de alta graduación que se obtiene por destilación, especialmente de sabor dulce elaborada con esencias o extractos de vegetales.

Maceración: Es un proceso de extracción de solido a líquido, el producto solido posee una serie de componentes solubles.

Metanol: Líquido incoloro, obtenido por la destilación de la madera a baja temperatura o mediante la reacción del monóxido de carbono e hidrogeno.

Alambique: Aparato para destilar formado por un recipiente, donde se calienta un líquido hasta convertirlo vapor.

RESUMEN

En el presente proyecto busca que a través de la investigación se pueda lograr la instalación de una planta procesadora de licores de uchuva, Mora y Fresa en la ciudad de Bogotá, de forma artesanal; ya sea por método de fermentación o destilación, este trabajo lo implementara por método de fermentación, a partir de frutas de origen del Municipio de Silvania.

La idea de comercializar este producto tuvo como iniciativa el mejorar la producción de las bebidas artesanales en el departamento de Cundinamarca, ya que fueron consideradas una pérdida financiera y además un peligro para salud; por el cual este proyecto busca mejorar el proceso de elaboración de estas bebidas artesanales bajo la norma sanitarias que rigen en Colombia, ya que los productores artesanales no son considerados competidores fuertes por parte de los legales.

Por lo tanto la Empresa AGUAMANTO S.A. busca como resultado una nueva alternativa de licores artesanales con buena calidad que están a la par o pueden ser considerados mejor que la competencia.

Tomando en cuenta que en la ciudad de Bogotá no existen empresas productoras de estos tipos de licores en cuanto a la variedad de frutas, es una ventaja con relación a la competencia ya que manejan diferentes productos en el mercado. Al elaborar este tipos de licores a base de frutas insignias de nuestro país, a más de ser consideradas como frutas exóticas con carácter afrodisíaco son deliciosas y saludables, poseen características medicinales ya que mejora problemas digestivos y permiten mantener una piel saludable, además de sus vitaminas y características de los cítricos que evitan enfermedades.

A la luz de lo anterior se busca fomentar una idea de negocio en el sector de la candelaria, mostrando la importancia que tiene las bebidas artesanales en el desarrollo de la industria de alimento y bebidas.

PALABRAS CLAVE: licor, bebidas artesanales y frutas exóticas.

ABSTRACT

In the present project, the aim is to achieve, through research, the installation of a processing plant for Cape gooseberry, blackberry and strawberry liquor in the city of Bogota, in an artisan way; either by fermentation or distillation method, this work will be implemented by fermentation method, from fruits of origin of the Municipality of Sylvania.

The idea of marketing this product was to improve the production of artisanal drinks in the department of Cundinamarca, since they were considered a financial loss as well as a health hazard. This project seeks to improve the production process of these artisanal drinks under the health regulations that apply in Colombia, since the artisanal producers are not considered strong competitors by the legal ones.

Therefore, AGUAMANTO S.A. is looking for a new alternative of good quality artisan liquors that are on par with or can be considered better than the competition.

Taking into account that in the city of Bogotá there are no companies producing these types of liquors in terms of the variety of fruits, it is an advantage over the competition since they handle different products in the market. When making this type of liqueur based on emblematic fruits of our country, besides being considered exotic fruits with an aphrodisiac character, they are delicious and healthy; they have medicinal characteristics since they improve digestive problems and allow maintaining a healthy skin, in addition to their vitamins and citrus characteristics that avoid diseases.

In light of the above, it seeks to promote a business idea in the candlestick sector, showing the importance of artisanal drinks in the development of the food and beverage industry.

KEY WORDS: liquor, artisanal drinks and exotic fruits

INTRODUCCIÓN

La identidad es un conjunto de características que representa las expresiones culturales, en función de costumbres y tradiciones que se transmiten a las generaciones futuras, para así mantener una identidad propia, que diferencia a cada territorio del mundo.

En Colombia las bebidas artesanales son consideradas un peligro para la salud humana lo dice el periodista (Lozano, R. (2018) del “TIEMPO”, por la cifras que revela el estudio realizado en la producción de chicha, churrinche, aguarapo, licores del pacifico y sabajón representa un factor económico irregular para la nación y también en su proceso de elaboración, ya que no cumple con las normas sanitarias para la producción, de estas bebidas, en la capital como en el departamento de Cundinamarca.

Por consiguiente las personas a finales de siglo XIX constantemente realizaban esta bebidas ya que era tradición y sabían su forma de preparación en el cual se conformaron las tiendas llamadas chicherías en donde se venden estas bebidas de tradición.

Por tanto la presente investigación se hace con el fin de no perder los valores de tradición en las bebidas artesanales ya que es la evidencia de una historia, el estilo y el símbolo que representan estas bebidas artesanales.

Se quiere cambiar el contexto de la preparación de una forma más industrial, que construye una identidad con la realización de esta investigación; en donde se quiere resaltar la frutas exóticas con carácter afrodisiaco son deliciosas y saludables como lo son: la uchuva, fresa y mora, con la metodología cualitativa y cuantitativa en donde juega con gran importancia la obtención de datos cuantificable, en la observación, ya que por este método se puede dar un resultado exacto de la preferencias en el consumo, por medio de encuestas, muestras de la bebidas.

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Presentación del problema de investigación

“En el territorio nacional el consumo de licores etílicos sin desnaturalizar, con alcohol menor a 80% volumen el cual representa en un porcentaje del 9%, con importación 3 Millones de litros como lo menciona” (Medina, J. (2018); la producción de licores artesanales en zonas rurales de Colombia está consideras como perdida financiera y que genera peligro para la salud lo dice el periodista (Lozano, R. (2018) y afirma que realizan un estudio por parte de Euro monitor Internacional que dice que la producción de chicha, chirinche, guarapo, (licores del pacifico) y sabajón representa un mercado irregular de 72 millones de dólares (205.618 millones de pesos) al año, perdiéndose un patrimonio gastronómico inmaterial, que es la representación de nuestras costumbres y tradiciones, y además puntualiza que los productores artesanales no son considerados competidores fuertes por parte de los legales (Nieto, 2020).

Y además los ponderan como un riesgo para la salud de los consumidores porque fabrican sin ningún tipo de normas técnicas ni estándares de calidad.

Y a pesar de que la tendencia de los últimos años era negativa, **entre el 2015 y el 2017 se percibió un leve incremento (0,7 por ciento) en la demanda por volumen de estas bebidas embriagantes, impulsado por una mayor base de consumidores**, dado a estos resultados se puede desarrollar una producción y distribución de bebidas alcohólicas artesanales en Cundinamarca, ya que indica que hay un crecimiento del 0.7%; esto genera una oportunidad en el mercado para impulsar esta bebidas que son la representación de una región llena de tradición y costumbres.

Y cuenta con una población de 185.453 personas que constituye a toda la provincia de Sumapaz, con una unidad agropecuaria de 18.957 en donde se verá atribuido el proyecto.

Se considera como proveedores principales a los agricultores del Municipio de Silvania. Generando una oportunidad de empleos y mejor comercialización de estas frutas tropicales en la región.

Pregunta de Investigación

¿Cómo generar nuevas alternativas de negocio para la producción de bebidas artesanales a base de uchuva, mora y fresa en la ciudad de Bogotá?

Justificación

Existen diversos motivos por el cual se ha realizado este proyecto de investigación sobre licores artesanales a base de frutas exóticas del Municipio de silvania por tanto se evidenciar la pérdida de cultivación de frutas origen de la zona.

Para recuperar patrimonio cultural inmaterial, se debe ayudar al agricultor por medio de la compra de la materia prima, a un precio justo, en que el beneficiario sea primordialmente el campesino e industrializar la elaboración de productos caseros generando fuente de empleo a la población rural del Municipio de Silvania; ya que en cuanto al área de cultivos en Colombia el DANE “estableció que de 8,5 millones de hectáreas que se destinan para la agricultura el 83,9% son cultivos (7,1 millones de hectáreas); 2,5% son de barbecho (0,2 millones de hectáreas); y 13,6% son de descanso (1,2 millones de hectáreas).

Por tanto los subsectores de producción informa con detalle que tan solo 35,1% de 8,5 millones de hectáreas son cultivos agroindustriales; 22,3% son tubérculos y plátanos; 16% cereales; **14,6% frutas**; 6,8% plantaciones forestales; 4,2% hortalizas, verduras y legumbres; **0,8% para las plantas aromáticas y medicinas**; y 0,2% en flores y follajes.

“Aurelio Iragorri, ex ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, reconoció el esfuerzo del DANE con las cifras reveladas y sostuvo que estas cifras son un insumo y una herramienta importantes para el desarrollo del sector agropecuario en el país”. (Agro net, 2017).

El cual indica que tan solo el 14% de las tierras colombianas se cultivan frutas y el 0.8% plantas aromáticas cuando es un país rico, en una diversidad de fauna, flora y minerales este proyecto quiere implementar más la cultivación de frutas propias de origen de la región para impulsar la compra y venta de los licores artesanales a nivel local en la ciudad de Bogotá comercializándolo en algunos bares y restaurantes como canales de distribución, garantizando un producto de calidad, brindando una gama de sabores, colores y aromas característicos de las frutas en fermentación.

Manteniendo precios justos de la economía colombiana, generando hábitos para el consumo de estos licores, apoyando a la comunidad rural como al sostenimiento de la empresa.

Este proyecto está sustentado en la ley 1506 del 2014 en donde se establece el certificado de las buenas prácticas de manufactura-BPM, para la fabricación, elaboración, hidrate o envase de bebidas alcohólicas.

Objetivos

Objetivo General

Establecer un nuevo plan de negocio para la producción de bebidas artesanales a base de uchuva, mora y fresa en la ciudad de Bogotá.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar del perfil del comprador.
- ✓ Determinar las características del mercado objetivo.
- ✓ Planificar estrategias de ventas para el comprador local.
- ✓ Evaluar económicamente el plan de negocio propuesto.

CAPITULO II

Marco teórico

El licor (del latín liquōr,- oris) es una bebida alcohólica aromatizada, dicha bebida se obtiene por la mezcla de la fruta o de una sustancia vegetal con una determinada cantidad de levadura, agua y azúcar. También se conoce licores macerados que son sustancias medicinales.

Por tanto la producción de licores artesanales en pequeña escala son consideran un hueco financiero y perjudicial para la salud pública del país aunque estas bebidas son consideradas por otras personas parte de la historia, costumbres y tradiciones en la que cierra una población.

Mediante este estudio se pretenden de demostrar la factibilidad en la producción de licor de uchuva, mora y fresa, el cual representa un mercado potencial en bebidas no tradicionales.

Esto nos da la pauta de una verdadera oportunidad de inversión y de rentabilidad, de acuerdo a nuestra investigación de mercado en un margen superior al 60 % el sabor y aroma de las frutas influye mucho en la percepción y aceptación de este producto, que al ser considerado artesanal tiene propiedades sedantes y está recomendado para abrir el apetito; es mucho más allá de su mero empleo recreativo, tienen importantes cualidades que, siempre que los empleen con moderación, pueden ser importantes para el organismo.

✓ **Historia, Propiedades y beneficios de las frutas que son empleadas para los licores.**

A. Uchuva

La uchuva es conocida científicamente como *Physalis peruviana* L, esta planta pertenece a la familia de solanáceas y al género *Physalis* pero también es conocida como uvilla, tepareey makowi, chuchuva, aguaymanto o cape gooseberry; según el ministerio de agricultura el fruto cuenta con más de 80 especies y tiene en sus raíces, en los andes suramericanos, donde desde la época precolombina se ha usado como un alimento silvestre.

La uchuva es considerada como una esfera de color amarillo que se encuentra protegida por un cáliz y posee un diámetro entre 1.25 a 2.5 cm adicionalmente cuenta con un peso de 4 a 10 gramos.

La producción de esta fruta se da en una planta arbustivos que generalmente tiene una altura de 1 a un 1.5 metros, en sus características de la forma de la hoja, es conforma de un corazón y tamaño entre 5 a 15 cm; este fruto cuenta con sabor ácido y se puede consumir fresco, solo o

acompañado con diferentes frutas, también procesados como mermeladas, yogures y enlatados, en el presente trabajo se elabora un licor artesanal con el presente fruto.

Gracias a esto la uchuva en los últimos años se ha consolidado como una fruta tropical de gran consumo a nivel mundial.

La uchuva es considerada con múltiples beneficios medicinales como la purificación de la sangre, el cuidado del nervio óptico, tratamiento de cataratas, afecciones de boca y garganta, su beneficio intestinal diurético y calcificado natural.

La producción del fruto en el municipio de silvania es propicia a las condiciones ambientales y climáticas, ya que cuenta con una producción de 5 toneladas al año por la productora Claudina pulido en su pequeña finca ubicada en la vereda subía del municipio de silvania ya que este fruto se centra en tres departamentos: Boyacá, Antioquia y Cundinamarca.

Los cultivos de uchuva en el país han estado, en su mayoría, en manos de pequeños productores con bajo nivel de asistencia técnica; esto ha generado diversas prácticas basadas en la experiencia de cada cultivador, lo que a su vez implica un alto consumo de agroquímicos, ausencia de tecnología y elevado uso de mano de obra.

Cultivo y Cuidado del fruto

La uchuva se da de manera sexual o asexual. Usualmente a través de las semillas que son extraídas y se colocan en un recipiente plástico en el cual se somete a un proceso de fermentación por un tiempo de 24 a 72 horas, después de esto se lava muy bien y se seca a la sombra sobre un papel absorbente. Una vez secas, se almacenan por ocho días, luego se siembra en un suelo ya desinfectado y se espera la cosecha del fruto.

La uchuva prefiere suelos más arenosos con una textura arcillosa con un buen drenaje y alto contenido de materia orgánica y un PH que debe estar entre 5.5 a 6.8. Con una humedad relativa entre 70% y 80%.

Nutrientes de la fruta de uchuva

Es un alimento energético natural, estupendo para niños y deportista sin desmerecer a las demás personas; en su composición muestra registros altos de proteínas y fósforo, primordiales para el crecimiento y desarrollo correcto de los diferentes órganos humanos. En la siguiente tabla muestra los beneficios más destacados de esta fruta.

Tabla 1 nutrientes de la uchuva

TABLA DE NUTRIENTES DE LA UCHUCA		
NUTRIENTE	FUNCIÓN	SIMBOLO
Vitamina A	Se caracteriza también por ser una fuente importantísima de beta carotenos que al ser consumidos se metabolizan y se convierten en Vitamina A dentro de nuestro cuerpo, por lo que se le atribuye la fortificación del nervio óptico y el mantenimiento de la piel y el cabello	Vit. A
Vitamina C	funciones indispensables para nuestro organismo como la formación de colágeno, estimula la absorción del hierro de los alimentos y favorece la resistencia a las infecciones	Vit. C
complejo B (tiamina, niacina y vitamina B12)	que ayudan en el proceso de transformación de azúcares, el metabolismo energético de las células y muy importantes en el crecimiento y normal desarrollo del sistema nervioso	COMPLEJO B
proteína y fósforo	tiene propiedades formadoras en nuestro cuerpo además de favorecer el transporte de energía a través de las células	(P)
Pectina (fibra soluble)	Lo que le confiere propiedades laxantes siendo efectivo su consumo para mejorar problemas como el estreñimiento.	
Rica en agua	una fruta altamente hidratante con bajo valor calórico a pesar de ser rica en azúcares, principalmente la sacarosa y en menor cantidad glucosa y fructosa	H2 O



Ilustración 1 beneficios de la uchuva

Ilustración 1. Auto imagen: Lizet Gómez. <http://lizethsanchez.com/index.php/galeria/>

B. Fresa

Existe una gran cantidad de especies de fresa a través del mundo; Aunque no se sabe bien su origen, se intuye en dos zonas de procedencia, una primera en Europa, específicamente en los Alpes Europeos y una segunda en el sur de América, más precisamente en Chile.

Aunque algunos historiadores intuyen que la fresa era cultivada en jardines de Grecia y Roma, pero hay tan poca evidencia que esta duda esta información pero lo más probable es que fuera una planta silvestre más apreciada como ornamental que por el valor doméstico de la fruta.

En el año 1300 los franceses trasplantaron fresas silvestres del bosque, *Fragaria vesca* en los jardines de sus casas y estas produjeron frutos más grandes pero no igual a las de hoy en día; En Inglaterra se implementa la cultivación de fresas, ya en fincas a mediados de los años 1500, y ya para finales de este siglo se conocían las tres especies europeas de *Fragaria* las cuales son: “Fresa menuda del bosque, la especie de carga doble y por último la almizcleña gran fructificadora”.

No obstante que el mejoramiento de las fresas ocurrió en Europa su desarrollo fue completado con las formas americanas, que fueron introducidas en el siglo XVII.



Ilustración 2 beneficios de la fresa

Ilustración 2. Beneficios de la fresa. “<https://co.pinterest.com/pin/402016704235960665/>”

Botánica

La fresa pertenece a la familia Rosaceae, junto a una gran variedad de frutales conocidas como manzana, mora y frambuesas.etc

La planta de fresa es una hierba perenne de bajo crecimiento (15- 45 cm) con un follaje verde brillante que emerge del cuello de la planta, las hojas son alternas con 3 folíolos de borde acerrados, un peciolo piloso y estípulas en la base.

La fresa se crece en tierra ligeramente acida, sueltos, aireados y bien drenados, con temperaturas bajas induce floración y producción de fruto, en temperaturas altas influye el desarrollo vegetativo y formación de hojas.

Características físico- químicas

Las propiedades físico- químicas de una fresa varía según la variedad entre 16,53 y 6,65gr. Su concentración de azúcar oscila entre 6,7 y 7,28 grados Brix

Características Organolépticas

El sabor es condicionado por el balance de azúcar y acidez, ya que cuenta con una serie de azúcares y ácidos con diferentes grados de concentración según la variedad. Generalmente son cónicas y alargadas; sin embargo, dependiendo de la variedad puede variar la forma. Su olor es característico de la fruta. La fresa ha de tener un brillo intenso y un color rojizo oscuro y uniforme, aunque puede ser más rosado o anaranjado dependiendo de la variedad. El color natural en estado maduro es rojo y solo dos variedades maduran con un color blanco. Su pulpa es de color blanco pero también puede ser rojizo de acuerdo a la variedad. Su textura es suave con firmeza moderada firmeza a alta firmeza.

Tabla 2 características de la fresa

Rango de pH: Moderadamente ácido, valores entre 5,7 y 6,5
Familia: Rosáceas
Nombre científico: Fragaria vulgaris sp. Fragaria chiloensis
Su concentración de azúcar oscila entre 6,7 y 7,28 grados Brix.

Variedades

Tabla 3 variedad de fresas

variedad	Características
Camarosa	Es la variedad más cultivada por su adaptación a diferentes climas, se cultiva en todo la región sub- tropical húmedas de América como lo son

	(florida y argentina) pasando por regiones mediterráneas (España, Portugal, marruecos, chile, Italia y el sur de california). A los agricultores colombianos les gusta por su alta productividad y su buena resistencia post-cosecha.
Ventana	Se produce en zonas frías (mayores a 2800msnm) presenta mayor productividad y mejor calidad de fruta comparada a la Camarosa. Su fruto es más grande que la anterior, firme, con un color interno como externo más claro que el Camarosa; No se deforma fácilmente debido a su excelente polinización, además resiste a problemas sanitarios del suelo.
Camino real	Su fruto es grande similar al de Camarosa, firme, de un color interno y externo más oscuro que del Camarosa, los agricultores afirman esta fruta mayor cuidado en la fase inicial en su siembra, mayor tolerante a los problemas de hongos como phytophthora.
Palomar	Es el fruto con mayor calidad de características organolépticas del mercado, la producción de este fruto es inferior a la de ventana, pero al ser de menor tamaño se pueden sembrar más plantas por hectáreas implementado más superficie.
Albi3n	Se caracteriza por su sabor, tama1o y firmeza, ya que pesa 32gr por fruta. Es de muy f3cil recolecci3n y es resistente actividades de post-cosecha. En Colombia actualmente es la variedad de mayor crecimiento, se destaca por su adaptabilidad en zona entre los 2500-2800 msnm.
San Andreas	Este fruto de excelente calidad de poca necesidad de frio en vivero, resistente a enfermedades.
Monterrey	Es muy dulce, por la falta de acidez, la planta es m3s vigorosa que la variedad Albi3n, esta fruta es mayor comercial para los pa3ses de correa, Jap3n y china.
Por tola	Es una variedad m3s productiva, es tolerante a la lluvia y es tama1o similar a la de Albi3n pero de color m3s claro no tan rojizo.

C. Mora

La mora es originaria de las zonas altas tropicales de Am3rica principalmente de Colombia, Ecuador, Panam3, Guatemala, Honduras, M3xico y el salvador. El g3nero Rubus es uno de los mayores n3meros de especies en el reino vegetal, se encuentra en casi todo el mundo excepto en zonas des3rticas.

Para otros historiadores la mora o zarza silvestre da or3genes en Murcia desde 3pocas paleol3ticas, siendo posiblemente unos de los frutos, que consum3an los prehist3ricos de Cieza y de la comarca del noroeste de la regi3n.

Europa y Asia son las dos, que actualmente constituyen el centro de origen de esta especie, ya que gran parte de su territorio posee las caracter3sticas geogr3ficas y clim3ticas para el crecimiento de zarzamora.

A la luz de lo anterior el presente trabajo elaborar la bebida como mora de castilla ya que es la variedad fruta quesada en Colombia, suele desarrollarse en suelos arcillosos, ya que permite el almacenamiento de agua y elevación de húmeda.

Características física- químicas

La mora es un fruto bajo en calorías, rico en vitamina C; contiene potasio, fibra, hierro, calcio, taninos y diversos ácidos orgánicos. Posee además pigmentos naturales con acción antioxidante como los antonianos, los cuales le dan su color característico (Cabezas Carrillo, M. d. (2008).

Características Organolépticas

Frutos de 2 a 4 cm de longitud, con colores que van del rojo al púrpura o del rojo al rojo oscuro (Gobernación del Huila. (S.f)

Tabla 4 características de la mora

Rango de pH: entre 5,2 y 6,7.
Familia: Rosáceae
Nombre Científico: Rubus Glaucus Benth
Su concentración de azúcar oscila entre 5,7 y 6,28 grados Brix.

Morfología



Ilustración 3 Morfología de la mora

<file:///C:/Users/Angel%20Orjuela/Downloads/Mora.pdf>

✓ Proceso de los licores Artesanales.

El primer método para la elaboración de las bebidas artesanales, es lavar la fruta, mezclarla con levadura, un jarabe preparado con azúcar y agua, esta mezcla ya mencionada se convierte en un alcohol que contiene un eleva el grado de alcohol en el licor, sin perder su sabor dulce.

Para lograr un licor de calidad y con un gran sabor, se debe mantener en un lugar fresco a temperatura y humedad pertinente a cada licor elaborado, una vez abierta la botella se debe consumir en su menor tiempo, para que esta no pierda sus características organolépticas.

La recomendación por excelencia es el uso de un mueble bar o un mueble cerrado en el que no entren los rayos del sol y, por tanto, no haya una temperatura elevada en su interior. Si bien es cierto que la mayoría de estos muebles tienen un cristal traslúcido, lo ideal es que no lo tengan para conservar las bebidas en buen estado. Y, por supuesto, una despensa también es válida siempre y cuando reúna estos dos requisitos. (Diario femenino, (2019).

Chicha Bebida Artesanal

La chicha como otras bebidas artesanales de Colombia son consideradas un problema social; en donde entra a participar la medicina y el estado a finales del siglo XIX; en donde se comienza a demonizar, patologizar, la producción y el consumo masivo de la chicha y esto se presenta dentro del bogotazo, con la muerte de Jorge Eliecer Gaitán, nace una ley nacional en donde la práctica de producción masiva de esta bebida es prohibida por consiguiente se destacan diferentes significados científicos por parte de los médicos y químicos a finales del siglo XIX, y comienzos del siglo XX. (Pohl, 2018).

Antecedentes de la investigación

1. Locales

Tabla 5 Antecedentes de la investigación local

Título del trabajo	Estudio de mercado de vinos franceses en Colombia
Autor	Alexandre Azais de Vergeron
Año / país	2010/ Bogotá Colombia
Objetivo	Realizar un estudio de mercado que determine la viabilidad de la distribución de vinos franceses en Colombia para orientar la toma de decisiones de potenciales inversionistas.

Tabla 6 Antecedentes de la investigación local

Título del trabajo	Oportunidades de negocio en el sector cervecero colombiano
Autor	Gustavo Andrés Hernández Rojas y Isabella Loaiza Saa
Año / país	2013/ Bogotá Colombia (universidad el Rosario).
Objetivo	El presente trabajo analiza el sector cervecero colombiano y las oportunidades de importación de cerveza artesanal generadas por el TLC Estados Unidos- Colombia...

Bebidas Artesanales.

- ❖ **Chicha:** se considera una bebida artesanal, por esto es nombrada en el presente trabajo junto con el masato y guarapo que son bebidas insignia de la capital de Colombia. “Elaboración artesanal”.

2. Nacionales

Tabla 7 Antecedentes de la investigación nacional

Título del trabajo	plan de negocio para la producción de cerveza artesanal rubia en el municipio de Cogua - Cundinamarca
Autor	Sebastián Fernando Briñez Castillo y Andrés Felipe Forero Pachón
Año	2017
Objetivo	Establecer un plan de negocio para una empresa productora de cerveza artesanal rubia con una capacidad de producción baja en el municipio de Cogua ubicado a 50 minutos del norte de Bogotá.

Tabla 8 Antecedentes de la investigación nacional

Título del trabajo	Plan de negocios para la producción y comercialización de licores artesanales, a partir de frutas tropicales y bajo los criterios de sustentabilidad.
Autor	Katherine Paola Bueno Vélez
Año	2018 ciudad Pereira
Objetivo	Desarrollar un plan de negocios para la producción y comercialización de licores artesanales, a partir de frutas tropicales y bajo los criterios de sustentabilidad.

Bebidas Artesanales.

- ❖ Guarapo: son elaborados de forma artesanal por el campesino.
- ❖ Masatos: son elaborados de forma artesanal por el campesino.

3. Internacionales

Tabla 9 Antecedentes de la investigación internacional

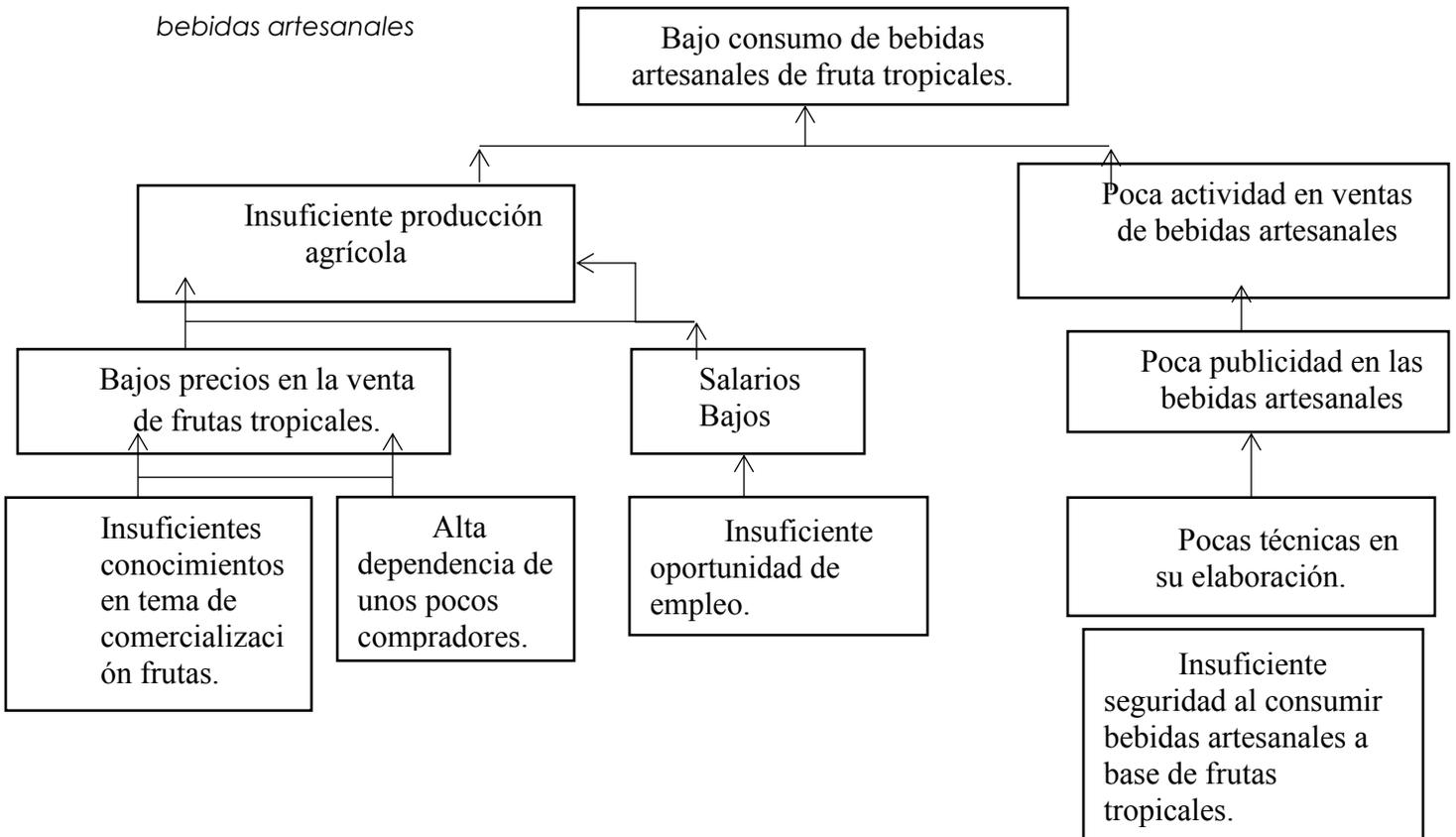
Título del trabajo	“Estudio técnico económico para la instalación de una planta procesadora de licor de ciruela”
Autor	Gutiérrez Soledispa Jorge Andrés
Año / país	2014/ Ecuador
Objetivo	Evaluar técnica y económicamente la instalación de una planta procesadora de licor de ciruela.

Bebidas Artesanales.

- ❖ licores **Jägermeister**: elaborado a base de **especias, hiervas y raíces**.
- ❖ el **Glühwein**: se compone principalmente de **vino caliente con especias y azúcar**.
- ❖ la **rakia o rakija**: se obtiene de la **destilación de frutas fermentadas**.

Bases teóricas o fundamentos conceptuales

Grafico 1 el bajo consumo de las bebidas artesanales



Bases legales de la investigación

En el desarrollo de generar emprendimiento dentro del programa de gastronomía y en el presente proyecto de investigación el emprendimiento está relacionada con la aplicación de la Ley 1014 del 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes para hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar un buen servicio al público que ira dirigido.

La Política de Emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son:

- ✓ Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial
- ✓ Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
- ✓ Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
- ✓ Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
- ✓ Promover emprendimiento que incorpora ciencia, tecnología y la innovación.

El decreto 1686 de 2012 del ministerio de salud, El decreto establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano. (Alcaldía de Bogotá. (S.F)

La Política de Emprendimiento se rige bajo la siguiente normatividad:

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de la micro, pequeñas y medianas empresa.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

Generalidades

Calderón (2014) señala que el diseño metodológico “es un Conjunto de procedimientos para dar respuesta a la pregunta de investigación y comprobar la hipó tesis”. En otras palabras, es la estructura sistemática para la corrección de datos, ordenamiento y análisis de la información, que

permite la interpretación, de los resultados en función al problema que se investiga (Gutiérrez, 2019).

Tipo de investigación

De manera que el objetivo del presente estudio es analizar el bajo consumo de licores artesanales a través de la fermentación de las frutas de la provincia del Municipio de Sumapaz.

Por lo tanto se desarrollara una investigación aplicada de manera trasversal, considerando que el tema de la investigación tiene una sustentación teórica, el cual se procedió a realizar una investigación de tipo experimental para conocer en detalle la forma en que la población de Bogotá, se puedan identificar con un nuevo licor artesanal.

Por último el alcance del proyecto es correlacional ya que asocia dos variables mediante un patrón predecible para un grupo o población, en esta medida hablamos de los comerciantes y la población campesina para poder mejora la fabricación de estas bebidas artesanales y generar seguridad al consumidor como al comprador de nuestro producto.

Grafico 2 tipo de investigación.



Enfoque de la investigación mixta

1. Cuantitativo: se podrá relacionar información a través de encuestas que se realizarán a los compradores que son empresarios gastronómicos, el cual es nuestro cliente potencial.

2. Cualitativo: se podrá comprender los motivos para dar a conocer los licores artesanales en la ciudad de Bogotá.

Población

La población se define que “Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer, algo de una investigación”. Esto lo afirma (López, 2004). Adicionalmente se caracteriza por ser un grupo de personas en el cual viven en un determinado lugar del planeta, se puede establecer que la población objetiva de esta investigación estará conformada por los empresarios gastronómicos ubicados en la localidad de la candelaria, con poder adquisitivo medio- alto en el cual se les ofrece una nueva línea de licores artesanales a base de frutas tropicales que son exóticas y genera diversas propiedades y beneficios para el ser humano.

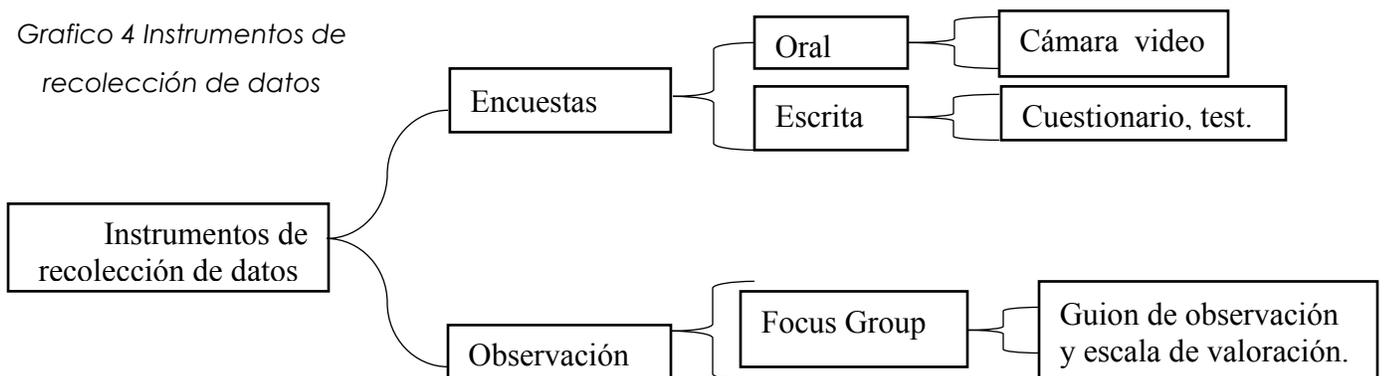
En esta investigación se analizaran dos poblaciones a las cuales son:

Grafico 3 población de la investigación



Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Grafico 4 Instrumentos de recolección de datos

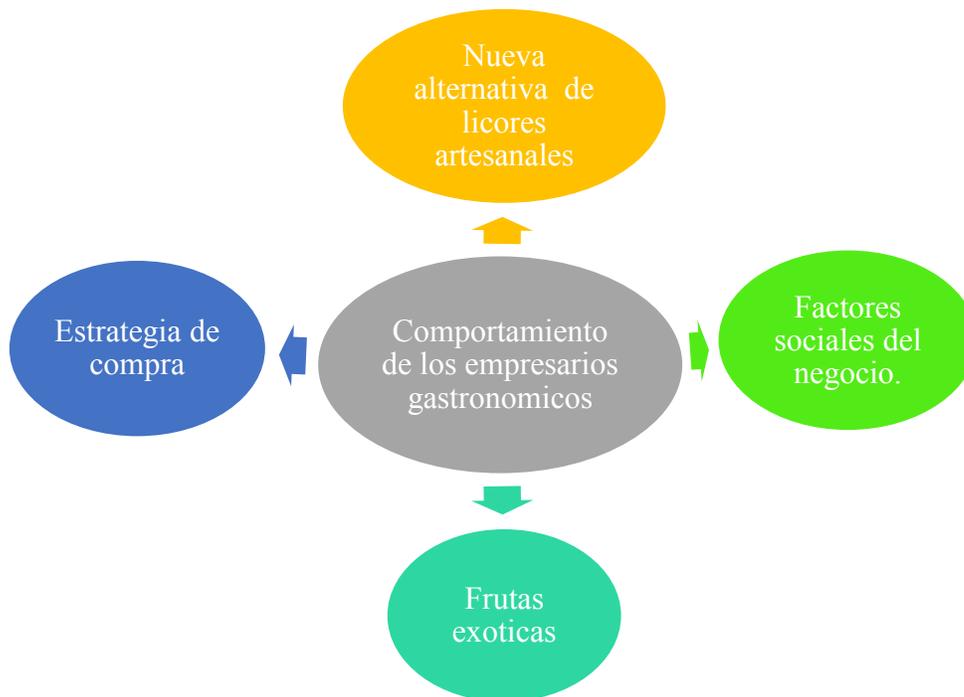


Focus Group: Al analizar de manera cualitativa los posibles perfiles del comprador de bebidas artesanales a base de Uchuva, Mora y Fresa; sus costumbres y sus medios de comunicación, en donde se pueda entender el comportamiento del grupo entrevistado.

Marco de Referencia

Nos basaremos en el estudio del comportamiento de los empresarios gastronómico para impulsar el consumo de los licores artesanales, analizando los siguientes:

Grafico 5 marco de referencia



CAPITULO IV

DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.1. Análisis del sector general – PESTEL

a. Político:

El sector licorero enfrentará dos retos fuertes para 2019. El primero es el paso del IVA monofásico al plurifásico para las cervezas, y el segundo tiene que ver con la base gravable que fijó el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) para el impuesto ad valorem de los licores, que ha generado alzas en los precios de hasta 300%. (Montes, S. (2019) Revista la república.



Ilustración 4 Impuesto de los licores.

Ilustración. Impuesto de los licores en Colombia.

<https://www.larepublica.co/empresas/estas-son-las-nuevas-condiciones-que-enfrentara-el-sector-licorero-para-2019-2812218>

b. Económico:

Precisamente, **el pasado 5 de diciembre de 2019** el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (**Dane**) **informó que la variación anual de la inflación había llegado al 3,84%**, en noviembre del año anterior. Esto significa que para este año el impuesto a los licores, vinos, aperitivos y similares, tendrá un aumento de 3,84%.

Por tanto el ministerio de hacienda evidencia el crecimiento de los licores teniendo en cuenta lo contemplado de la ley 1816 del 2016 en donde estipula que el alcance de la tarifa de alcohol incrementa el precio del consumidor.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) reveló este viernes que el Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia creció 3,3% en el 2019, el más alto desde 2014.

La entidad anunció que durante el cuarto trimestre del año pasado la economía del país registró un crecimiento del 3,4% respecto a igual periodo de 2018, la referencia más alta para el último trimestre desde 2014.

c. Sociopolítico:

Es un mercado muy pequeño, pero está en crecimiento a nivel local y es el único segmento del negocio que aumenta.

Las ventas de licores artesanales decrecen un poco, y la gente las está tomando menos. Porque se consume menos las bebidas artesanales? –sin embargo, la gente quiere comer y tomar mejor, por eso el segmento artesanal crece.

d. Tecnológicos: estas son las maquinarias para la elaboración de los licores artesanales a base de frutas exótica, como lo es la uchuva, mora y fresa.

- Trituradora
- Prensa manual
- Deposito inoxidable de 100lt para fermentación
- Bomba de trasiego con mangueras y racordería
- Deposito inoxidable de 100lt siempre lleno almacenamiento
- Encorchadora de pie
- Etiqueta manual

e. Ecológicos: una de la industria que menos contaminación ambiental produce en nuestro país es la fabricación de licores ya que esta utiliza de los productos son agrícolas

f. Legal:

- Ley 1816 del 2016: El impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos similares está conformado por un componente específico y uno ad valorem.
- Decreto 1686 del 2012: El reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano.
- Pymes: “en Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mipymes”.
- Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 525 de 2009. Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.

- Decreto 2175 de 2007. Por el cual se regula la administración y gestión de las carteras colectivas.

1.2. Análisis del sector específico – 5 fuerzas de porte.

a. Rivalidad entre competidores.

En la zona donde tenemos pensado ubicar la empresa, en la localidad de la candelaria, la competencia sería directamente con licores industriales, ya que es el de mayor consumo en este momento; pero la ventaja que se tiene, es que sería la única empresa productora y distribuidora de licores artesanal a base de fruta en la zona,.

Frente a la investigación realizada sobre las empresas que son principales productoras de bebidas artesanales está el negocio de La Bendita Chichera que se encuentra localizada en el chorro de Quevedo en la cual fabrican bebidas ancestrales que son elaboradas de forma artesanal, además de esta tenemos un rival fuerte que es la producción de cerveza artesanal ya que es considerada una bebida alcohólica.

Por lo tanto se advierte sobre la fuerte competencia que hay en este sector empresarial y la necesidad de crear productos de bajos costos, mejor calidad e innovadores para su fácil acceso al mercado.

b. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Debido a que los licores artesanales se embarcan en una nueva alternativa para el mercado, a través del tiempo, los licores se convertirán en una nueva bebida más emblemática y comercializada en toda la ciudad de Bogotá, Sin duda la industria de licores artesanales tiene un bajo crecimiento pero cada vez se exige en volverse más innovadores para mantenerse en este negocio.

c. Productos sustitutos

La mayoría de la amenaza que tiene los licores artesanales es los licores fabricados en línea, es decir los licores industriales, a pesar que estos tipos de licores tienen otras características como en la cantidad, porcentaje de alcohol, sabor y lo más importante el precio que tiene en el mercado.

El aguardiente, la cerveza, la sangría, el vodka y entre otros estas bebidas son productos sustitutos y existentes en el mercado capitalino, las mismas que tiene un alto nivel de consumo por parte de la sociedad además tienen una gran acogida en los bares y restaurantes.

d. Poder de negociación de los proveedores

Se tendría diferentes proveedores de los cuales se necesitan los productos para la fabricación de los licores artesanales.

El poder de negociación será un factor importante para la producción de los licores, ya que el costo de las frutas como los son de uchuva, mora y fresa que se necesita para satisfacer la demanda determina el precio del producto terminado, el cual debe ser competitivo a los rivales, a nivel regional existen varios proveedores de las diferentes frutas; para el desarrollo de la producción se empezara con convenios y negociadores con los proveedores de la provincia de Sumapaz, ya que se pierde la práctica de cultivos de la frutas menciona.

e. Poder de negociación de los compradores

La base del poder de negociación está enfocada con los empresarios gastronómicos dándoles una nueva alternativa de licores artesanales, que serviría de acompañamiento para las comidas y elaboración de una gama de cocteles para el caso de los bares o discotecas, pero en la actualidad existe muy poca demanda, sin embargo nos da la pauta de la creación de estrategias de publicidad, servicio, garantías, promociones y entre otras

Los licores de uchuva, mora y fresa son producidos y comercializados a precios asequibles se quiere lograr un posicionamiento en el mercado establecido, cumpliendo con los requisitos que los futuros cliente satisfaga.

1.3. Análisis DOFA

Tabla 10 análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ser una distribuidora de licores artesanales. Elaborar licores a base de frutas como los son de Uchuva, Mora y fresa. Materia prima de calidad- frutas de origen de la provincia de Sumapaz. Precios justos.	Ser una empresa nueva en el mercado. Escases de infraestructura tecnológica. Productos nocivos para la salud- si es consumida en exceso. No consumible para todas las edades. Producto de no consumo diario.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Desarrollar catas y talleres enfocados a los licores artesanales Zona de distribución, punto de venta Variedad de productos y nueva tecnología (4.0)	Incrementa competidores directos como indirectos. Incremento del dólar. Preferencia por lo conocido. Muchas restricciones legales para la producción y comercialización.

1.4. Modelo Canvas

Tabla 11 Modelo Canvas

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES	SEGMENTACION
<p>Asociación con el mismo agricultor de las frutas. Bares, Restaurantes, Supermercados de barrios. Transporte por Rappi.</p>	<p>Catas de las bebidas artesanales Evaluación de calidad del producto, promociones, bonos, venta de las bebidas. -Atención al cliente</p>	<p>-Buena asistencia pre y post venta. -Consumo de los productos en nuestro mismo punto de fabricación. -preparación de cocteles los días Lunes, Martes y Miércoles con nuestros licores artesanales. -Un nuevo licor artesanal a partir de las frutas exóticas propias de origen del Municipio de Sylvania (uchuva, fresa y mora).</p>	<p>-Asistencia personal. - Generando descuentos y degustaciones gratis. -servicio a domicilio. -base de datos de los clientes a fin de dar obsequios en fechas especiales.</p>	<p>La empresa decidió enfocarse en clientes de un poder adquisitivo medio- alto de la localidad de candelaria principalmente en turistas y empresarios, que se encuentre realizando la compra de un licor artesanal para su establecimientos; En el caso de los turistas que se encuentran realizando un viaje de ocio y recreación; y que desean probar algo nuevo. -sin excluir a las parejas y grupos de amigos mayores de 18 años edad que desean probar un licor artesanal.</p>
	<p>RECURSOS CLAVES</p>		<p>CANALES</p>	
	<p>Plataformas tecnológicas y vendedores expertos. -capital de inversión. -proveedores. -personal que opera en el mostrador y en la parte externa.</p>		<p>- ubicado en una zona transitada. -Publicidad por redes sociales(Facebook y Whatsapp -Publicidad física (volantes, pendones) -Teléfono fijo y celular</p>	
<p>COSTOS</p>			<p>FLUJO DE INGRESOS</p>	
<p>Infraestructura de tecnología. Gastos administrativos. Gastos de marketing. -pago de nómina, pago de servicios básicos, arriendo. -gastos en trámites legales para la licencia de licores. -pagos a proveedores.</p>			<p>Ventas de las bebidas artesanales online y en el punto de venta; talleres de catas de las bebidas. -pago en efectivo -pago con tarjeta de crédito. - pagos contra entrega.</p>	

--	--

1.5. Las 4P de la estrategia de Henry Mintzberg

- a. Producto: nueva alternativa de licores artesanales a base de frutas tropicales y exóticas como lo son la uchuva, mora y fresa, en un solo tipo de tamaño con una única presentación.
- b. Precio: se adapta rápidamente a la competencia
- c. Plaza: Empresarios gastronómicos de la localidad de candelaria y para el consumo general, adultos y jóvenes mayores de edad, se tiene un punto de venta que este tiene en la misma planta
- d. Promoción:
 - Aportan una cantidad variable de energía y vitaminas.
 - Son licores con sabores suaves y delicados permite tomarse solo o combinar con otros ingredientes.
 - Se componen del 100% de fruta natural y tiene un grado de alcohol entre 10 a 15% de volumen
 - Tomarse una selfie con sus amigos tomando nuestro licor artesanal y reclama una gratis.
 - Destapa y gana.

2. PLAN DE MERCADO

2.1. Análisis de la competencia

La competencia directa en el plan de negocio es casa apolo y La Bendita Chichera que ya son empresas reconocidas ya posicionada en el mercado, además cuenta con una variedad de tipos de licores con diversos sabores con los cuales han logrado impactar en el mercado y tener exclusividad en sus clientes.

2.2. Análisis de la demanda y de la oferta

La demanda y oferta de los licores en Colombia van desde los 7.000 pesos, pasando por 30.000 y 50.000 pesos hasta superar los 150.000 pesos. Todo depende del presupuesto y de las exigencias del consumidor.

Aunque el consumo *per cápita* de chicha y sus volúmenes de elaboración no se han cuantificado de manera rigurosa, un artículo del diario El Tiempo informó que 613.449 litros de esta bebida se venden en el Callejón del Embudo (en el centro de Bogotá) en un fin de semana. (Molina, V. (2019).

2.3. Fortaleza de producto

Aguamanto S.A. ofrece licores artesanales a base de frutas tropicales con alto nivel de fabricación que son seguros para el consumo y que aportan una cantidad variable de energías y vitaminas que son 100% naturales el cual es una nueva alternativa para el mercado.

3. MERCADO OBJETIVO

3.1. Perfil demográfico

Los empresarios que encuentran una oportunidad de brindar un nuevo producto a sus clientes y que le interese que ellos pasen un buen rato es su establecimiento, el cual son administradores de bares o restaurantes que les gusta marcar la diferencia en su cartera de licores.

Tabla 12 Demográfico.

sexo	Femenina y Masculino
Edad	18 a 65 Años.
Estrato	3 en adelante
Ubicación	Localidad de la candelaria.

3.2. Análisis de la encuesta 1

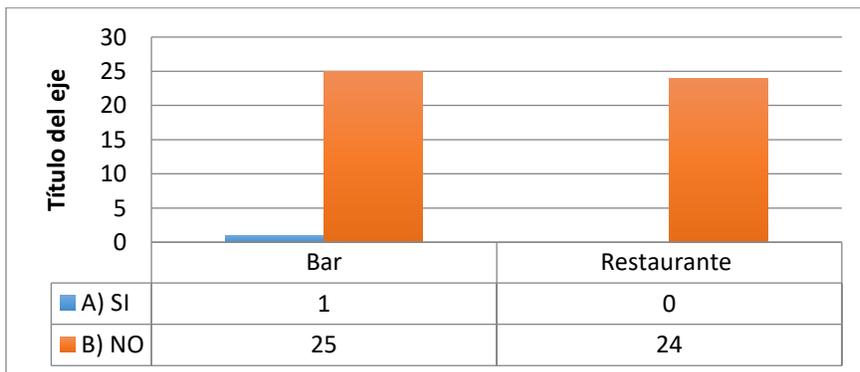
Para saber la demanda que tiene este tipo de producto en la localidad de la candelaria se realizó dos, uno se encuestó a los administradores de los establecimientos del mercado objetivo y dos a los consumidores finales respectivamente las cuales se muestran a continuación.

- Pregunta.1 A continuación se da la respuesta de la pregunta 1(véase a la tabla y la figura)

Tabla 13 ¿En su negocio vende licores artesanales a base de frutas exóticas?

pregunta1. ¿En su negocio vende licores artesanales a base de frutas exóticas?	Tipo de negocio		
	Bar	Restaurante	Total
A) SI	1	0	1
B)NO	25	24	49
Total	26	24	50

Grafico 6 ¿En su negocio vende licores artesanales a base de frutas exóticas?



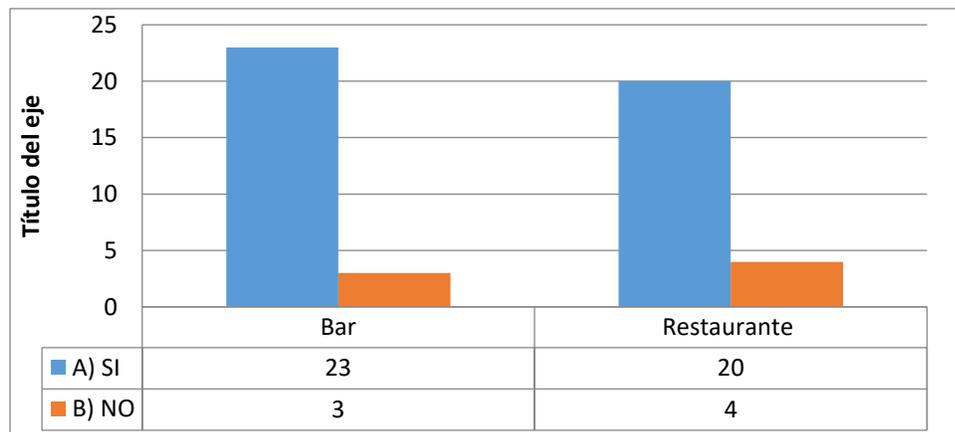
De los 26 bares encuestados solo 1 vende licores artesanales y de ninguno de los 24 restaurantes encuestados vende licores artesanales para acompañamiento de sus comidas.

- Pregunta 2. A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 2 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 14 ¿Le interesaría vender licores artesanales en su negocio?

Pregunta 2. ¿Le interesaría vender licores artesanales en su negocio?	Tipo de negocio		
	Bar	Restaurante	Total
A) SI	23	20	43
B)NO	3	4	7
Total	26	24	50

Grafico 7 ¿Le interesaría vender licores artesanales en su negocio?



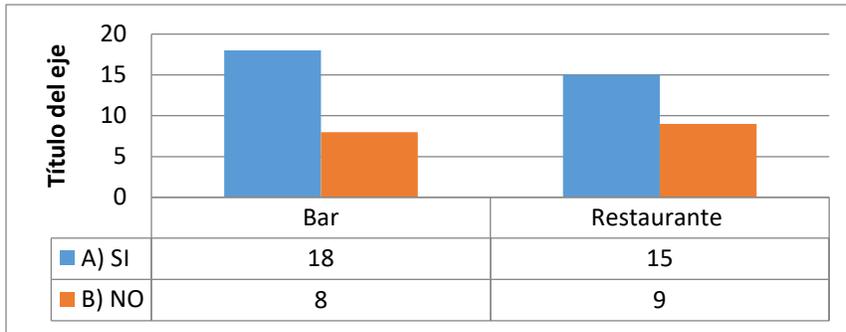
De los 26 bares encuestados hay 23 interesados en vender licores artesanales a base de frutas exóticas de la provincia de Sumapaz y de 24 restaurantes encuestados solo el 20 están interesado de igual manera.

- Pregunta 3. A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 3 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 15 . ¿Sus clientes le han solicitado una nueva alternativa de bebida alcohólica?

Pregunta 3. ¿Sus clientes le han solicitado una nueva alternativa de bebida alcohólica?	Tipo de negocio		
	Bar	Restaurante	Total
A) SI	18	15	33
B)NO	8	9	17
Total	26	24	50

Grafico 8 ¿Sus clientes le han solicitado una nueva alternativa de bebida alcohólica?



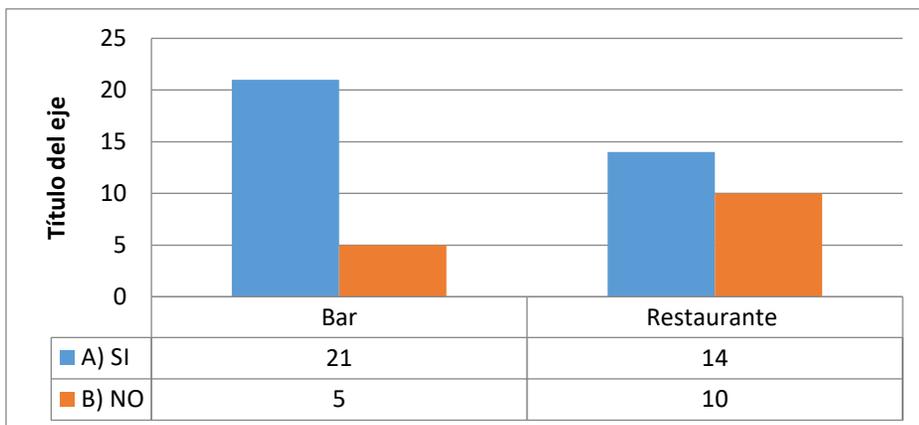
A 18 de los 26 bares encuestados los clientes han manifestado querer de gustar una nueva alternativa de bebida alcohólica sin desnaturalizar si es artesanal o industrial, y 15 de los restaurantes encuestados han solicitado una nueva bebida para acompañar sus comidas.

- **Pregunta 4.** A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 4 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 16 ¿Cree usted que sus clientes estarían dispuestos a consumir licores artesanales a base fruta exótica?

Pregunta 4. ¿Cree usted que sus clientes estarían dispuestos a consumir licores artesanales a base fruta exótica?	Tipo de negocio		
	Bar	Restaurante	Total
A) SI	21	14	35
B)NO	5	10	15
Total	26	24	50

Grafico 9 ¿Cree usted que sus clientes estarían dispuestos a consumir licores artesanales a base fruta exótica?



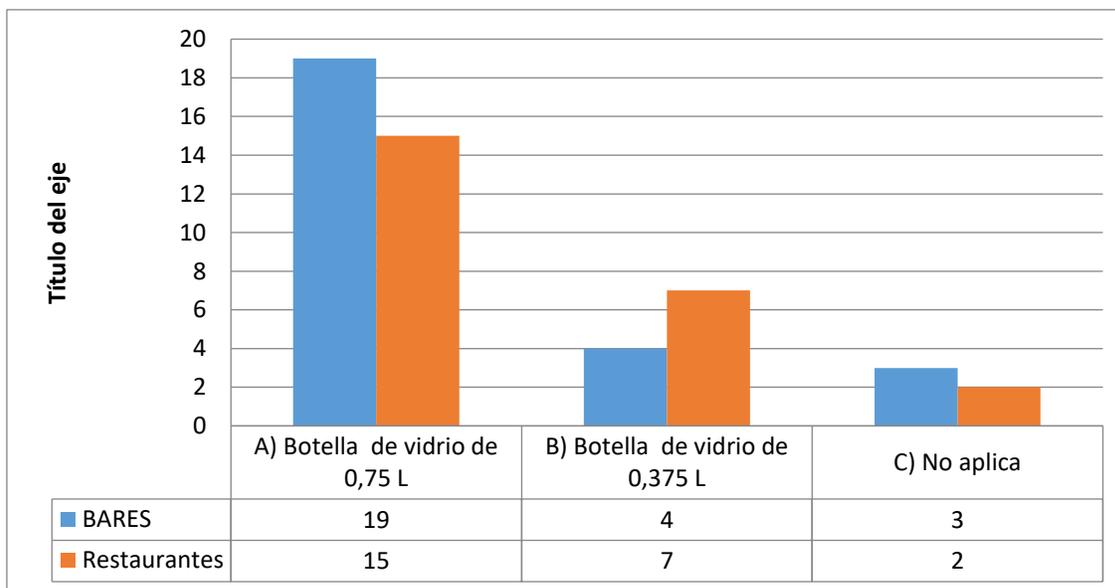
Teniendo conocimiento el administrador de sus cliente; 21 bares de los 26 encuestados creen que su cliente estaría dispuesto a consumir productos de Aguamanto S.A, de igual manera de 14 de los 24 restaurantes cree que sería adecuado para un aperitivo para sus clientes a la hora de compartir su cena.

- **Pregunta 5.** A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 5 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 17 . ¿Cuál presentación cree usted que sería la más apropiada para vender la licor artesanal a base de frutas?

Pregunta 5. ¿Cuál presentación cree usted que sería la más apropiada para vender la licor artesanal a base de frutas?	Tipo de negocio		
	Bar	Restaurante	Total
A) Botella de vidrio de 0,75 L	19	15	34
B) Botella de vidrio de 0,375 L	4	7	11
C) No aplica	3	2	5
Total	26	24	50

Grafico 10 ¿Cuál presentación cree usted que sería la más apropiada para vender la licor artesanal a base de frutas?



Se propuso dos tipos de presentación para la venta de los licores artesanales a base de fruta exótica de la provincia de Sumapaz, una botella de vidrio de 0.75mL y una botella de vidrio de 0,375mL de las cuales la botella de 0.75ml fue claramente la preferida por los bares y restaurantes encuestados.

- Pregunta 6. A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 6 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 18 ¿Cuál cree usted que sería el precio comercial para los licores artesanales a base de fruta exótica?

Pregunta 6. ¿Cuál cree usted que sería el precio comercial para los licores artesanales a base de fruta exótica?	Tipo de negocio		
	Bar	Restaurante	Total
A) Entre 12.000 a 18.000	14	17	31
B) Entre 20.000 a 25.000	8	4	12
C) No aplica	4	3	7
Total	26	24	50

Grafico 11 ¿Cuál cree usted que sería el precio comercial para los licores artesanales a base de fruta exótica?



Según la apreciación de los encuestados, en este caso los administradores de bares y restaurantes dice que el precio más justo deriva de la opción A ya que en esta se clasifica las bebidas artesanales en Colombia.

Análisis de la encuesta. En términos generales la encuesta fue ejecutada satisfactoriamente y arrojó un resultado positivo para la ejecución del plan de negocio, ya que realizando el análisis de la información se obtuvo que los licores artesanal a base de fruta exóticas tendrá gran acogida en los bares y restaurantes de la localidad de candelaria y este sería un punto de partida para pensar extender el producto a otras partes de la ciudad y ampliar la clientela, esto va de la mano con la ampliación de la planta para aumentar su producción y así cumplir con la visión propuesta para los próximos 5 años. Además, lograr determinar el precio de venta a los empresarios que sería de 15.000 pesos por un licor de 0.75ml.

Con el fin de detallar un poco más el mercado se realizó una encuesta a los consumidores finales para determinar el consumo de cerveza y el precio.

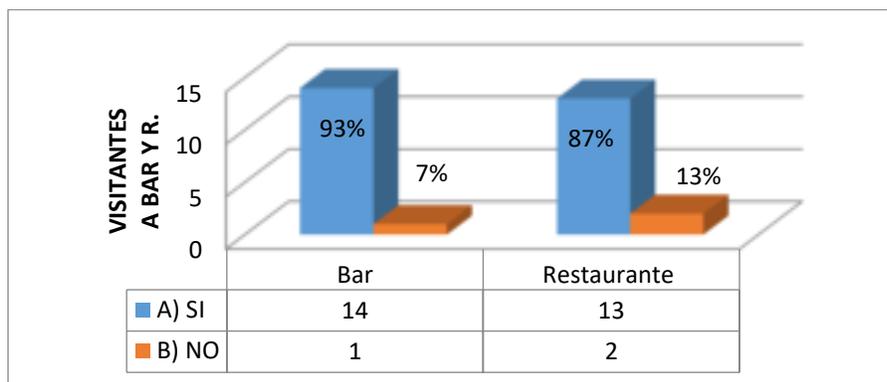
3.3. Análisis de la encuesta 2.

- Pregunta 1 encuesta 2. A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 1 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 19 ¿Consume usted licores?

Pregunta 1. ¿Consume usted licores?	Tipo de negocio			
	Bar	Restaurante	%	%
A) SI	14	13	93	87
B) NO	1	2	7	13
Total	15	15	100	100

Grafico 12 . ¿Consume usted licores?



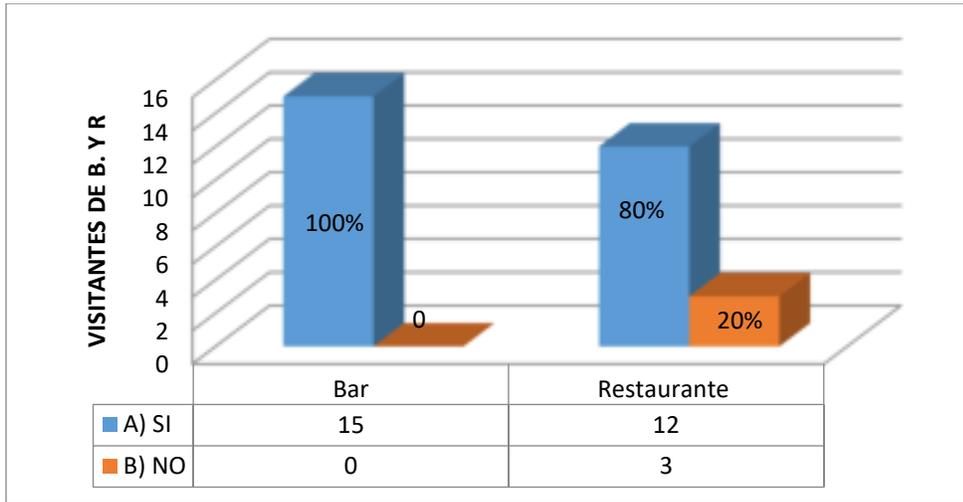
De 14 encuestados en bares el 93% si consume licores y tan solo el 7% visita este lugar pero no consume licor, de igual manera de 13 encuestados el 87% si consumen licores para acompañar su comida tan solo 13% no lo hacen prefieren bebidas sin alcohol.

- Pregunta 2 encuesta 2. A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 2 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 20 ¿Los licores artesanales a base de fruta exótica le parece una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable?

Pregunta 2. ¿Los licores artesanales a base de fruta exótica le parece una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable?	Tipo de negocio			
	Bar	Restaurante	%	%
A) SI	15	12	100	80
B) NO	0	3	0	20
Total	15	15	100	100

Grafico 13 ¿Los licores artesanales a base de fruta exótica le parece una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable?



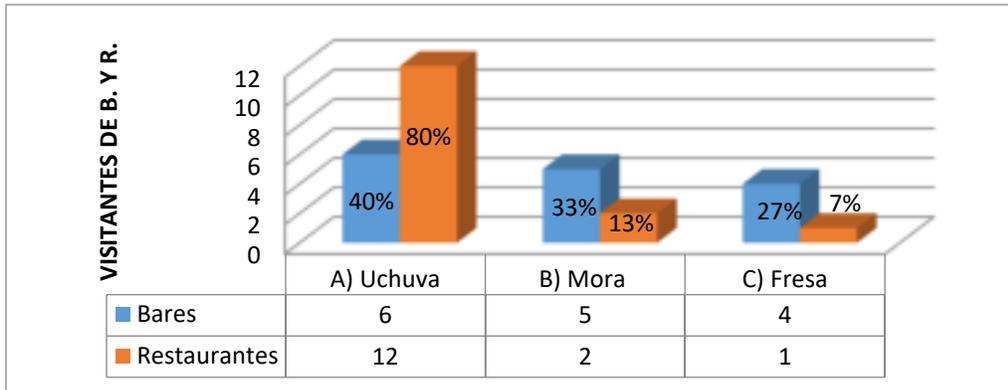
Los licores artesanales a base de fruta exótica y tropical son considerados una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable entre amigos o en pareja, el 100% de las personas que visitan los bares afirma que sería una buena opción para encontrar a su pareja, y en los restaurantes el 20% de los visitantes le agradaría tener una cena romántica acompañada de este excelente licor y tan solo el 20% de ellos le desagradó la propuesta.

- Pregunta 3 encuesta 2. A continuación, se presentan los resultados de la pregunta 3 (véase a la tabla y la Figura).

Tabla 21 ¿Cuál de los 3 licores exóticos con características tropicales le ha gustado?

Pregunta 3. ¿Cuál de los 3 licores exóticos con características tropicales le ha gustado?	Tipo de negocio			
	Bar	Restaurante	%	%
A) Uchuva	6	12	40	80
B) Mora	5	2	33	13
C) Fresa	4	1	27	7
Total	15	15	100	100

Grafico 14 ¿Cuál de los 3 licores exóticos con características tropicales le ha gustado?



Los resultado registraron que la preferencia en sabores en los restaurantes fue del 80% del licor de uchuva a diferencia al de mora y fresa que cada uno marco un 13% y 7% a con menor preferencia de igual manera los visitantes de los bares a firmaron la preferencia del licor de uchuva con un 40% entre los 3 licores artesanales

Nos ayuda a identificar a través del consumidor final tiene como preferencia el sabor de UCHUVA en mayor demanda sin tener mayor importancia el precio del mismo, el sabor siempre es bueno degustar la variedad y calidad.

Análisis de la encuesta 2. Para los encuestados que vienen siendo los consumidores finales, los licores artesanales tienen un precio justo y les parece una buena opción para reemplazar cualquier bebida en un evento social o una comida.

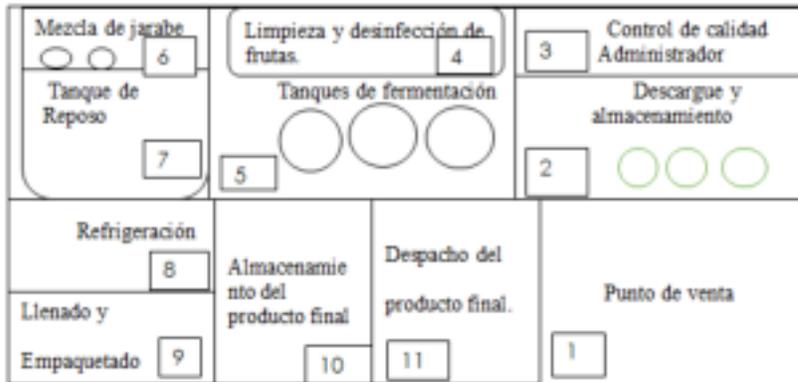
4. PLAN ORGANIZACIONAL

4.1. Localización de la empresa

La sede principal será ubicada en la localidad de la candelaria en la carrera 5 con calle 12c en donde se encuentra la bodega con la que se cuenta para desarrollar todo el proceso productivo y administrativo de la empresa, además se encuentra en un punto estratégico cercano al centro de la candelaria, en donde se encuentran gran mayoría de los bares y restaurantes donde se piensa distribuir y vender el producto terminado



Ilustración 5 Localización de la empresa



4.2. Constitución de la empresa

Las entidades implicadas son la DIAN, las Cámara de comercio y una entidad bancaria. Un porcentaje superior al 90% de las empresas que se constituyen en el país es S.A.S (Sociedades por Acciones Simplificadas) por lo que vamos a usar este tipo social para describir el proceso de formación.

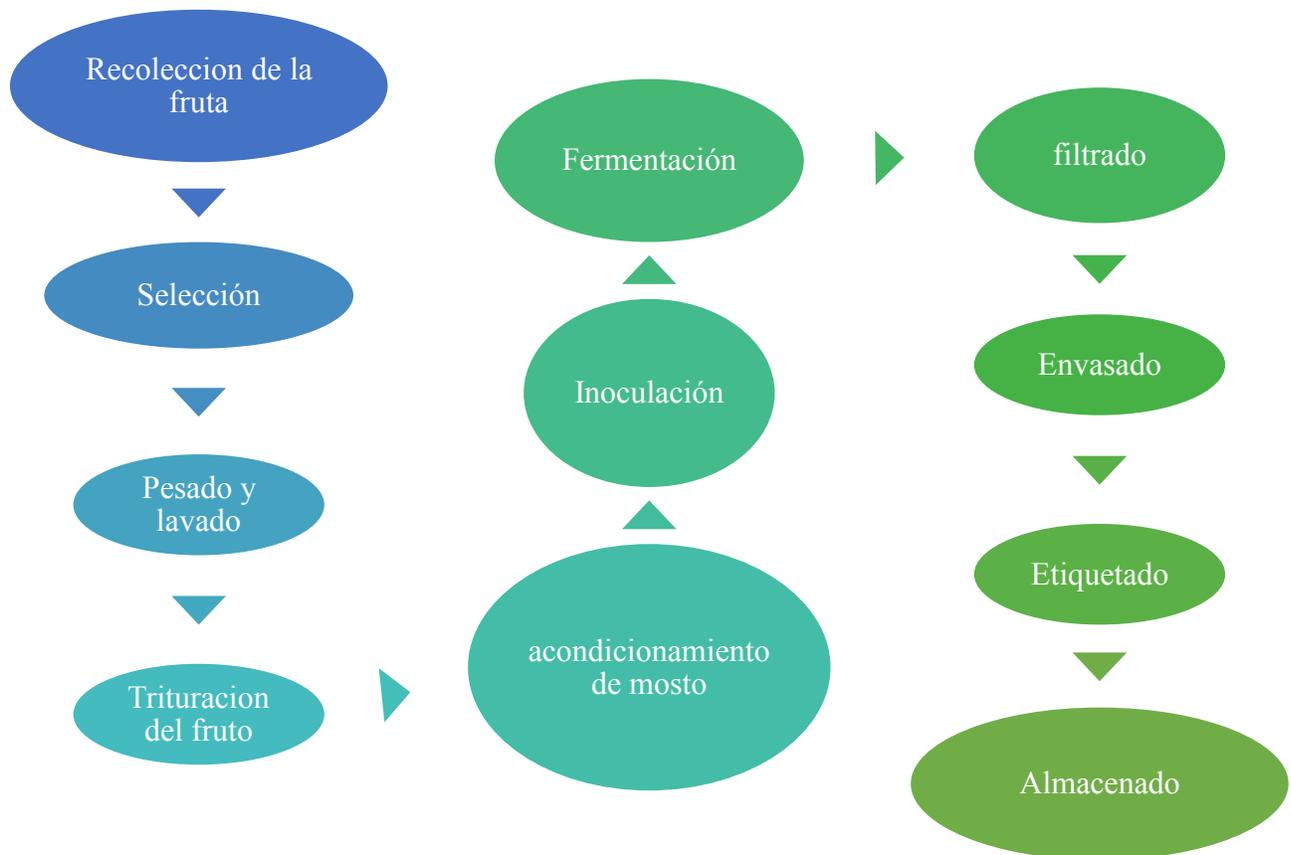
Estos son los pasos que debe seguir:

- Paso 1. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad. Recomendamos cualquiera los siguientes.
- Paso 2. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
- Paso 3. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- Paso 4. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
- Paso 5. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
- Paso 6. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

- Paso 7. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.
- Paso 8. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
- Paso 9. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados³¹.

4.3. Proceso productivo de los licores artesanales

Grafico 15 4.3. Proceso productivo de los licores artesanales



4.4. Maquinaria y Equipo

Tabla 22 Maquinaria y equipos

EQUIPOS Y UTENSILIOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
TRITURADORA 12R	1	\$ 1.079.325	\$ 1.079.325
DEPOSITO INOXIDABLE DE FERMENTACION /CP*200R	1	\$ 621.678	\$ 621.678
DEPOSITO INOXIDABLE DE ALMACENAMIENTO/CP *100R	5	\$ 350.000	\$ 1.750.000
BOMBA DE TRASIEGO CON MANGUERA Y RECORDARIAS	1	\$ 42.000	\$ 42.000
TABLAS	2	\$ 10.000	\$ 20.000
CUCHILLO	2	\$ 20.800	\$ 41.600
OLLAS	2	\$ 198.000	\$ 396.000
MESAS DE TRABAJO	2	\$ 150.000	\$ 300.000
NEVERA (Horizontal) refrigeración -congelación	1	\$ 1.940.000	\$ 1.940.000
ESTUFA(Tamalera)	1	\$ 205.000	\$ 205.000
LICUADORA	1	\$ 195.000	\$ 195.000
FILTRADOR	2	\$ 5.800	\$ 11.600
ETIQUETA MANUAL	1	\$ 0	\$ 0
DESIMETRO	1	\$ 50.000	\$ 50.000
ALCOHOLIMETRO	1	\$ 50.000	\$ 50.000
ENCORCHADORA DE PIE	1	\$ 164.716	\$ 164.716
BASCULA /CP 30KG	1	\$ 139.000	\$ 139.000
TERMOMETRO	1	\$ 25.000	\$ 25.000

4.5. Sistema de incentivo

El personal más importante desde el punto de vista de la atención son los vendedores, debido a que entran en contacto directo con el cliente y deben ser capaces de responder dudas, hacer sugerencias y dominar los temas relacionados con el mundo de la cerveza. Deben estar motivados y sentirse partícipe del negocio. Para cumplir con este objetivo se ha considerado un sistema de propinas, independiente del sueldo fijo, la cual será acumulada y distribuida equitativamente entre los vendedores para evitar eventuales problemas de Intereses entre ellos.

4.6. Misión, Visión, Valores y objetivo

Misión

Satisfacer las necesidades de los consumidores, mediante la producción y la comercialización de licores artesanales para el desarrollo de la población agricultora del Municipio de Sylvania; perfeccionando cada día más en la calidad; trabajando para el mejoramiento continuo de nuestra marca y de los procesos que se llevan a cabo, generando compromiso con el sector, logrando nuestras metas sostenibles.

Visión

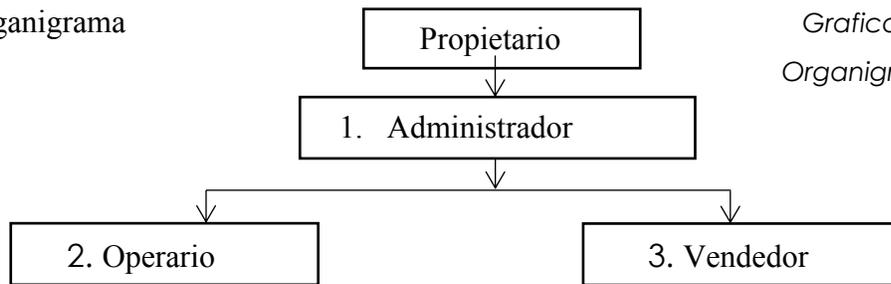
Ser reconocida en la localidad de la candelaria como una distribuidora y punto de venta de licores Artesanales a base de frutas tropicales, con una proyección a dar a conocer una nueva alternativa de consumo con calidad, generando seguridad al consumidor final además lograr nuevas tecnologías para la eficiencia y eficacia en el mercado.

Valores y objetivo: Generar una oportunidad en el mercado con producto de origen de la provincia de Sumapaz, innovando en tecnología y responsabilidad social hacia el medio ambiente.

Políticas

La Administración deberá rediseñar y posteriormente mantener la estructura orgánica de la compañía enfocada hacia el cliente, orientada a satisfacer sus necesidades y al desarrollo de productos y servicios innovadores, acordes con los avances tecnológicos.

4.7. Organigrama



*Grafico 16
Organigrama*

4.8. Perfil y funciones

Tabla 23 perfil de administrador

AGUAMENTO S.A	
PERFIL DEL CARGO	
CARGO	Administrador
TIPO DE CONTRATO	A termino fijo, se prologa cada 3 meses y después de la prolongación para a término indefinido
JORNADA LABORAL	Lunes a viernes de 7:30 am a 5:00 pm y sábados de 8:00 am a 12:00 pm.
SALARIO MENSUAL	Salario mínimo mensual legal vigente
FORMACIÓN	
Administración de empresas (2 años de experiencia)	
CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS	
Manejo de Excel avanzado, matemática financiera, mercadeo y gerencia de proyectos	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	

<p>Controlar la estrategia financiera de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - coordinar las acciones de análisis financiero - Realizar pago a proveedores de materias primas - Realizar informes de gestión. - Controlar los procesos de la empresa - Investigar y controlar nuevos mercados - Manejo de personal - Realizar proyecciones de ventas - Optimizar recursos económicos y financieros, manejando los costos de la empresa
OBSERVACIONES
No hay observaciones

Tabla 24 perfil de operario

AGUAMENTO S.A	
PERFIL DEL CARGO	
CARGO	Operario
TIPO DE CONTRATO	A termino fijo, se prologa cada 3 meses y después de la prolongación para a término indefinido
JORNADA LABORAL	Lunes a viernes de 7:30 am a 5:00 pm y sábados de 8:00 am a 12:00 pm.
SALARIO MENSUAL	Salario mínimo mensual legal vigente
FORMACIÓN	
Estudios técnicos o tecnólogos en ingeniería de alimentos (1 año de experiencia en procesos de manufactura y manejo de máquinas industriales)	
CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS	
Manejo de Excel intermedio y conocimiento o certificado en BPM	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<p>Mantenimiento de las instalaciones físicas de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diligenciar registros y formatos - Ejecutar pruebas de calidad del producto. - Realizar operaciones de acuerdo al proceso productivo. - Realizar la distribución del producto terminado en caso de que sea requerido. <p>Realizar todas las actividades encomendadas que se relacionen con sus funciones.</p>	

OBSERVACIONES
El horario de trabajo puede variar de acuerdo al aumento en la producción.

Tabla 25 perfil de vendedor

AGUAMENTO S.A	
PERFIL DEL CARGO	
CARGO	Vendedor
TIPO DE CONTRATO	A termino fijo, se prologa cada 3 meses y después de la prolongación para a término indefinido
JORNADA LABORAL	Lunes a viernes de 7:30 am a 5:00 pm y sábados de 8:00 am a 12:00 pm.
SALARIO MENSUAL	Salario mínimo mensual legal vigente
FORMACIÓN	
Mercadería (experiencia en ventas de productos manufactureros)	
CONOCIMIENTOS COMPLEMENTARIOS	
Manejo de Excel intermedio, servicio al cliente	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
Cumplir con las metas establecidas en la proyección de ventas. - Contactar, atender y hacer seguimiento al cliente (servicio posventa) - Recepción de quejas y reclamos por parte de los clientes, remitirlas gerente general. - Visitar y buscar nuevos clientes con el fin de abrir nuevos mercados para la compañía.	
OBSERVACIONES	
No hay observaciones	

5. Plan financiero

5.1. Inversión inicial

Tabla 26 5.1. Inversión inicial

PLAN DE INVERSIÓN INICIAL	
INVERSION FIJA	VALOR
Maquinaria y herramientas	\$ 7.030.919
Mobiliaria	\$ 3.255.300
Transporte	\$ 88.000
Alquiler del local	\$ 2.800.000
Total de la inversión fija	\$ 13.174.219
CAPITAL DE TRABAJO	
Costo de materia prima	\$ 7.980.000
Mano de obra directa	\$ 4.359.864
Mano de obra indirecta	\$ 1.839.858
Servicios básicos	\$ 4.691.624
Costos de licencias	\$ 4.139.000
Imprevisto	\$ 1.500.000
Total del capital de trabajo	\$ 24.510.346
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL	\$ 37.684.565

5.2. Financiamiento

La inversión no puede ser cubierta en totalidad por el propietario ya que solo se tiene \$20.000.00 de pesos. Motivo por el cual se debe acceder a un crédito en el Banco de Bogotá por 17.684.565, por un valor que representa el 47% de la totalidad de la inversión.

Tabla 27 5.2. Financiamiento

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
FUENTE	VALOR	%
Fondos propios	\$ 20.000.000	53%
Préstamo bancario	\$ 17.684.565	47%
FINANCIAMIENTO	\$ 37.684.565	100%

5.3. Condiciones de financiamiento.

Tabla 28 Condiciones de financiamiento

INVERSION FINANCIERA		
Monto en \$	\$	17.684.565
Tasa de interés	3%	530.537
Monto en \$	\$	17.684.565
Periodo de pago(meses)		48
Total del retorno Inv.		368.428

CRONOGRAMA DE PAGO POR PRESTAMO TEA 3%					
AÑO	SALDO INICIAL	INTERESES (\$)	AMORTIZACIÓN	CUOTA ANUAL (\$)	SALDO FINAL
1	\$ 17.684.565	\$ 530.537	\$ 4.227.089	\$ 4.757.626	\$ 13.457.476
2	\$ 13.457.476	\$ 403.724	\$ 4.353.902	\$ 4.757.626	\$ 9.103.574
3	\$ 9.103.574	\$ 273.107	\$ 4.484.519	\$ 4.757.626	\$ 4.619.055
4	\$ 4.619.055	\$ 138.572	\$ 4.619.055	\$ 4.757.626	\$ 0
TOTAL INTERESES		\$ 1.345.940	\$ 17.684.565		

5.4. Costo de producción

Tabla 29 Receta estándar del licor de mora.

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACION:		Licor de Mora Artesanal				
Peso	750ml	RECETA No		001		
		1 Botella		1		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente		Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
1	Mora	kl	1.000	750	\$ 2,80	\$ 2.100
2	Azucar	kl	600	450	\$ 2,92	\$ 1.314
3	levadura	kl	5	4	\$ 10,00	\$ 38
4	Agua	kl	2.000	1.500	\$ 0,22	\$ 325
Costo total de materia prima						\$ 3.776
Costo total de Materia Prima						\$ 3.776
Margen de error o variación en % (10% merma)						\$ 378
Costo total de la preparación						\$ 4.154
Costo de una porción						\$ 5.539
% Costo materia prima establecida por gerencia						60%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 9.231
IVA o IPC					19%	\$ 1.754
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 10.985
Precio Carta						\$ 11.000
Precio Real Venta						\$ 9.246
% Real de Costo de Materia Prima						60%
IVA o IPC generado						\$ 11.880

Tabla 30 información nutricional de la mora

INFORMACIÓN NUTRICIONAL					
PORCIÓN 100 g					
PORCIÓN POR ENVASE: 1					
L. Mora	Por Porción				
Calorias	45gr	2,4%			
Proteínas	1,19 gr	2,3%			
Carbohidratos	6,24 gr	2%			
Fibra	3,16gr	10,5%			
Grasas	1 gr	1,9%			
Colecterol	0mg				
Sodio	2,4 mg	0,2%			
Potasio	190mg	9,5%			
Agua					
Vitamina A	0,05mg	5%	Vitamina B3	0,6mg	0%
Vitamina B2	0,04mg	3,1%	Vitamina C	17mg	18,9%
Calcio	44mg	3,7%	Hierro	0,5mg	11,3%
Magnesio	0mg	0%	Fosforo	30mg	4,3%

Porcentaje de valores diarios esta en 2000 calorias, tus valores diarios puede ser mayores o menores dependiendo de su necesidad calórica.

Tabla 31 Receta estándar de licor de fresa

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACION:		Licor de Fresa Artesanal				
peso	750 ml	RECETA No		003		
		1 Botella		1		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingređiente		Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
	Fresas	kl	1.000	750	\$ 6,60	\$ 4.950
	Azucar	kl	300	225	\$ 2,92	\$ 657
	levadura	kl	5	4	\$ 10,00	\$ 38
	Agua	kl	2.000	1.500	\$ 0,22	\$ 325
Costo total de materia prima						\$ 5.969
Costo total de Materia Prima						\$ 5.969
Margen de error o variación en % (10% merma)						\$ 597
Costo total de la preparación						\$ 6.566
Costo de una porción						\$ 8.755
% Costo materia prima establecida por gerencia						70%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 12.507
IVA o IPC					19%	\$ 2.376
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 14.883
Precio Carta						\$ 15.000
Precio Real Venta						\$ 12.624
% Real de Costo de Materia Prima						69%
IVA o IPC generado						\$ 16.200

Tabla 32 información nutricional de la fresa

INFORMACION NUTRICIONAL	
PORCIÓN 100 g	
PORCIÓN POR ENVASE: 1	
L. Fresa	Por Porción
	134kj
Energía	32kcl
Proteinas	0,67g
Carbohidratos	7,68g
fibra	2g
azucar	4,66g
Grasas	0,3g
Grasas saturada	0,015g
Grasas polinsaturada	0,155g
Colesterol	0mg
Sodio	1mg
Potasio	153mg
Agua	90%
Vitamina C 58mg	vitamina B2 0,022mg
vitamina B3 0,386mg	Acido Fólico
Calcio 16,0mg	Hierro 0,41mg
Magnesio 13,0mg	Manganeso 0,386mg
Porcentaje de valores diarios esta en 2000 calorías, sus valores diarios puede ser mejores o menores dependiendo de su necesidad calorica.	

Tabla 33 Receta estándar de licor de uchuva

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN MATEO						
RECETA ESTÁNDAR						
NOMBRE DE LA PREPARACIÓN:		Licor de Uchuva Artesanal				
PESO	750ml	RECETA No		001		
		1Botella		1		
PLATO PRINCIPAL						
Código	Ingrediente	Unidad Medida	Cantidad Unitaria	Cantidad Total	Valor Unidad	Valor Total
1	Uchuva	kl	1.000	750	\$ 2,00	\$ 1.500
2	Azucar	kl	600	450	\$ 2,92	\$ 1.314
3	levadura	kl	5	4	\$ 10,00	\$ 38
4	Agua	kl	1.000	750	\$ 0,43	\$ 325
Costo total de materia prima						\$ 3.176
Costo total de Materia Prima						\$ 3.176
Margen de error o variación en % (5% merma)						\$ 159
Costo total de la preparación						\$ 3.335
Costo de una porción						\$ 4.447
% Costo materia prima establecida por gerencia						60%
Precio potencial de venta de una porción						\$ 7.411
IVA o IPC					19%	\$ 1.408
Precio potencial de venta con impuesto						\$ 8.819
Precio Carta						\$ 9.000
Precio Real Venta						\$ 7.592
% Real de Costo de Materia Prima						59%
IVA o IPC generado						\$ 9.720

Tabla 34 información nutricional de la uchuva

INFORMACION NUTRICIONAL		
PORCIÓN 100 g		
PORCIÓN POR ENVASE: 1		
L. Uchuva	Por Porción	
Energia	53KCL	
Proteinas	1,90 gr	4%
Carbohidratos	17,20 gr	6%
fibra	3,6 gr	14%
azucar	0,02 gr	
Grasas		
Grasas saturada	0,02 gr	
Grasas poliisaturada	0,02 gr	
Colesterol	0mg	
Sodio	0,02 gr	
Potasio	292 mg	6%
Agua	85gr	
Vitamina C 20mg	22%	vitamina B3 0,8mg 5%
vitamina A 519Pg	58%	vitamina B2 0,17mg 10%
Calcio 10,55mg	1%	Hierro 1,24mg 7%
Fosforo 37,9mg	3%	Zinc 0,4mg 4%
Porcentaje de valores diarios esta en 2000 calorías, sus valores diarios puede ser mayores o menores dependiendo de su necesidad calorica.		

Tabla 35 nomina

NOMINA															
Cargo	Salario Basico	Auxilio de transporte	Salario Mensual	Desouento empleados		Total a pagar a empleados	Seguridad Social			Aportes a paraficiales Sena 2% ICBF 3% Caja 4%	Provisiones de Nómina				Total Valor empleados
				EPS 4%	Pension 4%		Salud 8.5%	Pension 12%	ARL 0,52%		Cesant 8,33%	Int. Cesant 1%	Prima 8.33%	Yaca. 4.17%	
ADMINISTRADOR	\$ 877.803	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ 807.579	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 79.002	\$ 81.689	\$ 9.803	\$ 81.689	\$ 36.604	\$ 1.453.958
OPERARIO	\$ 877.803	\$ 102.000	\$ 979.803	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ 807.579	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 79.002	\$ 81.618	\$ 9.794	\$ 81.618	\$ 36.604	\$ 1.452.953
VENDEDOR	\$ 877.803	\$ 102.000	\$ 979.803	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ 807.579	\$ 74.613	\$ 105.336	\$ 4.565	\$ 79.002	\$ 81.618	\$ 9.794	\$ 81.618	\$ 36.604	\$ 1.452.953
											Total Nomina Mensual				

5.5.Costo y gastos promedio

Tabla 36 Costos y gastos

INGRESOS		
Licor botella 1 lt -uchuva	\$ 26.470.588	12.605,04
Licor botella 1 lt -MORA		
Licor botella 1 lt -FRESA		
COSTOS DE PRODUCCION		
materia prima	\$ 7.980.000	3.800
empaque y etiqueta	\$ 3.502.800	1.668
mano de obra directa	\$ 5.812.817	5.468
Costos indirectos fab	\$ 3.115.969	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ 20.411.586	
Gastos administrativos		
Administrador Y DE VENTAS	\$ 1.453.958	
Camaras de seguridad	\$ 79.900	
Software		
Internet y telefonia	\$ 56.000	
Contador / prestacion serv	\$ 250.000	
TOTAL GASTOS ADMON	\$ 1.839.858	
Gastos de ventas y distribucion		
Jefe de ventas y distribucion	\$ 1.452.953	
Comision x ventas (1%/ventas)	\$ 264.706	
Asesor ventas	\$ 168.160	
marketing	\$ 150.000	
pagina web	\$ 100.000	
transporte	\$ 88.000	
TOTAL GASTOS DE VENTA	\$ 2.223.819	
Gastos financieros		
Intereses del banco y cuota	\$ 530.537	
Retorno inversion	\$ 368.428	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 898.965	
TOTAL COSTOS Y GASTOS A-V-F	\$ 25.374.228	
UTILIDAD	\$ 1.096.360	
UTILIDAD %		4%

5.6. Margen de utilidad

Tabla 37 Utilidad.

UTILIDAD	\$ 1.096.360
UTILIDAD %	4%

5.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se refiere a un nivel de ventas que cubra todos los costos implicados para producir (Costos Fijos + Costos Variables) obteniéndose un nivel de ventas que haga que no haya pérdidas ni ganancias en el periodo considerado. Para determinar el nivel de demanda de equilibrio se ha considerado la siguiente relación:

Tabla 38 5.7. Punto de equilibrio

Punto de equilibrio en unidades	\$	13.891.428	\$	13.891.428	1.946
		12.605		5.468	7.137

5.8. Proyección de ventas

Tabla 39 Proyección de ventas

venta mensual	
Unidades	2.100
Cajas x 10 unidades	210
Ventas semanales unidades	525
Meta de venta diaria x unidades	88
Meta de venta diaria x cajas	9

- Proyección de la producción en un horizonte 4 años

En el plan de producción se traza en varios escenarios los cuales son: pesimista, conservador y optimista; en este caso se implementara el caso de conservador a partir del primer año con la cantidad de litros que se debe producir mensualmente el cual es 2100lt, en donde estos 2100lt se

* 12 mes para obtener la cantidad de producción en un año, para los siguientes años se realiza una tasa de crecimientos del 3%

Proyección de la producción en un horizonte 4 años				
	AÑOS			
ESCENARIO	1ER AÑO	2DO AÑOS	3 ER AÑOS	4 TO AÑOS
CONSERVADOR	25200	25956	26734,68	28071



- Proyección de ventas

En la proyección de ventas se calculara el ingreso anual de cada año proyectado, se puede observar que se ha tomado las cantidades de litros de cada año proyectado en el cuadro anterior mientras que el precio se toma el valor a la venta para el primer año y para los siguientes se realiza una tasa de crecimiento que espera la parte administrativa la cual crezca al terminar los cuatro años.

PROYECCIÓN DE VENTAS			
PERIODO	PRECIO PROMEDIO MENSUAL	CANTIDAD	INGRESO ANUAL
1ER AÑO	\$ 12.605	25200	\$ 317.646.000
2DO AÑOS	\$ 12.983	25956	\$ 336.990.641
3 ER AÑOS	\$ 13.373	28552	\$ 381.810.397
4 TO AÑOS	\$ 13.774	29979	\$ 412.927.944

COSTO DE PRODUCCION				
---------------------	--	--	--	--

PERIODO	Materiales e insumos	Mano de obra directa	gastos indirectos de fabricación	costo de la producción
1ER AÑO	\$ 95.760.000	\$ 69.753.808	37.391.624	202.905.432
2DO AÑOS	\$ 98.632.800	\$ 71.846.423	38.513.373	208.992.595
3 ER AÑOS	\$ 108.496.080	\$ 79.031.065	42.364.710	229.891.855
4 TO AÑOS	\$ 113.920.884	\$ 82.982.618	44.482.946	241.386.448

En el costo de la producción lo que se hace es calcular, cuanto se debe producir para al año, ya que la materia prima total se divide por la cantidad de litros que se realiza por mes ósea 2100 litros , esto nos dará la cantidad de materia prima para un litro la cual debe multiplicar se por la cantidad de litros de cada año, que en el primer año es 25200 litros y así consecutivamente con los demás ítem que son mano de obra y gastos indirectos de fabricación, el cual se suman y es el total del costo de producción por cada año.

Tabla 40 producción por día

DEPRECIACIÓN ANUAL DE LOS ACTIVOS					
Depreciación	Monto	Vida útil (Años)	Depreciación %	Depreciación \$	V. RESIDUAL
Equipos y utensilios	\$ 7.030.919	5	20%	\$ 1.406.184	
Muebles y Enseres	\$ 3.255.300	10	10%	\$ 325.530	\$ 325.530
Total de la depreciación *año				\$ 1.731.714	\$ 325.530

En la depreciación anual de los activos tenemos lo que es equipos y utensilios más los muebles y enseres en donde se les dio una vida útil, para los equipos de 5 años y para los muebles de 10 años el cual la depreciación por cada ítem es 1/ por la vida útil de cada uno. Por ejemplo en el primer caso 1/5 da 0.2 ósea 20% para definir la depreciación de este ítem se toma el monto por el 20% y luego se suma todos

5.9.Retorno de inversión

Tabla 41 Retorno de la inversión

Gastos financieros		
Intereses del banco y cuota	\$ 530.537	producción por tandas /c-3días 175,00
Retorno inversión	\$ 368.428	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 898.965	

- Estado de ganancias y perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS				
	1 AÑO	2 AÑO	3AÑO	4 AÑO
VENTAS	\$ 317.646.000	\$ 336.990.641	\$ 381.810.397	\$ 412.927.944
COSTO DE PRODUCCION	\$ 202.905.432	\$ 208.992.595	\$ 229.891.855	\$ 241.386.448
UTILIDAD BRUTA	114.740.568	127.998.046	151.918.542	171.541.496
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 22.078.295	\$ 22.740.644	\$ 23.422.864	\$ 24.125.549
GASTO DE VENTA	\$ 26.685.828	\$ 27.486.403	\$ 28.310.995	\$ 29.160.325
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 65.976.444	\$ 77.770.999	\$ 100.184.683	\$ 118.255.622
DEPRECIACIÓN	\$ 1.731.714	\$ 1.731.714	\$ 1.731.714	\$ 1.731.714
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.034.750	\$ 1.034.750	\$ 1.034.750	\$ 1.034.750
GASTOS FINANCIEROS	\$ 530.537	\$ 403.724	\$ 273.107	\$ 138.572
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 166.427	\$ 293.240	\$ 423.857	\$ 558.392
IMPUESTO 30%	\$ 49.928	\$ 87.972	\$ 127.157	\$ 167.518
UTILIDAD NETA EN \$	\$ 116.499	\$ 205.268	\$ 296.700	\$ 390.875

El estado de ganancias y pérdidas es la herramienta financiera muy importante para evaluar la gestión económica de la empresa de Aguamanto S.A el cual es una guía para tomas decisiones administrativas, el estado de ganancia y pérdidas resume las transacciones correspondientes a los ingresos generados por la empresa, así como los costó y gastos incurriendo en un periodo determinado.

En la diferencia de estos dos conceptos entre ingresos y gastos se obtiene la perdida lograda por la empresa por un periodo.

FLUJO DE CAJA ECONOMICO					
RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS * VENTAS					
VENTAS		\$ 317.646.000	\$ 336.990.641	\$ 381.810.397	\$ 412.927.944
VALOR RESCATE DE ACTIVO					\$ 325.530
TOTAL DE INGRESOS		\$ 317.646.000	\$ 336.990.641	\$ 381.810.397	\$ 413.253.474
COSTO DE PRODUCCION		202.905.432	208.992.595	229.891.855	241.386.448
GASTOS OPERATIVOS		\$ 27.728.720	\$ 30.501.591	\$ 33.551.751	\$ 36.906.926
IMPUESTO		\$ 49.928	\$ 87.972	\$ 127.157	\$ 167.518
INVERSION	\$ 37.684.565				
TOTAL DE EGRESOS	\$ 37.684.565	\$ 230.684.080	\$ 239.582.159	\$ 263.570.763	\$ 278.460.891
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-\$ 37.684.565	\$ 86.961.920	\$ 97.408.483	\$ 118.239.634	\$ 134.792.583

FLUJO DE CAJA FINANCIERO					
RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESO* VENTAS					
VENTAS DE PRODUCTOS		\$ 317.646.000	\$ 336.990.641	\$ 381.810.397	\$ 412.927.944
VALOR RESCATE DE ACTIVO FIJO					\$ 325.530
PRESTAMO	\$ 17.684.565				
TOTAL DE INGRESOS	\$ 17.684.565	\$ 317.646.000	\$ 336.990.641	\$ 381.810.397	\$ 413.253.474
COSTO DE PRODUCCIÓN		\$ 202.905.432	\$ 208.992.595	\$ 229.891.855	\$ 241.386.448
GASTOS DE OPERACIÓN		\$ 27.728.720	\$ 30.501.591	\$ 33.551.751	\$ 36.906.926
INTERESES		\$ 530.537	\$ 403.724	\$ 273.107	\$ 138.572
AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO		\$ 4.227.089	\$ 4.353.902	\$ 4.484.519	\$ 4.619.055
IMPUESTOS		\$ 49.928	\$ 87.972	\$ 127.157	\$ 167.518
INVERSIÓN	\$ 37.684.565				
TOTAL EGRESOS	\$ 37.684.565	\$ 235.441.706	\$ 244.339.785	\$ 268.328.389	\$ 283.218.517
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$ 20.000.000	\$ 82.204.294	\$ 92.650.856	\$ 113.482.008	\$ 130.034.957

En base a los datos presentados anteriormente, se obtienen los siguientes indicadores:

INDICADORES DE EVALUCIÓN	VALOR
VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO (VANE) \$	\$ 259.868.850
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO (VANF) \$	\$ 207.793.722
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICA TIR	242%
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA TIR	424%
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN (EN AÑOS)	0,235581683

El VAN indica que el proyecto es rentable, ya que es superior a cero, por su parte la TIR es alta y mayor a la tasa mínima de rentabilidad exigida que calculamos en un 16% lo que también nos indica que el proyecto es bueno. Por último el periodo de recuperación de la inversión es del año 0.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

TIPO DE ESTABLECIMIENTO

Es un plan de negocio inspirado en la elaboración de bebidas de artesanales del departamento de Cundinamarca, dándole un valor histórico, en cual la población se podrá identificar; con una bebida de valor social, que muestras el valor del trabajo artesanal de una población; La presente empresa tiene como misión la producción y comercialización en los mejores productos en licores, cuya principal función es el de brindar bebidas con alta calidad en procesos de elaboración de cada botella envasada, en su plata de la ciudad de Bogotá.

Resultados del objetivo específico no. 1

Con la presente investigación se obtuvo una nueva línea de bebidas alcohólicas artesanales de frutas propias de origen del Municipio de Sylvania, más exactamente en la vereda de Subía, con las siguientes frutas que son: la uchuva, mora y fresa. Se busca la generación de una nueva gama de sabores y aroma característico que contienen estas bebidas. Por consiguiente, aportara una base nutricional para el ser humano, desarrollando a la par una campaña de consumo responsable

- ✓ Identificar del perfil del comprador empresarial como natural.

Tabla 42 Integrantes del grupo focal

Nº	Nombre	Edad	Ocupación	Perfil de consumidor
1	Ángel Montero	23	Universitario	Extrovertido, toma de todo pero que tenga alcohol.
2	José Mora	38	Empresario A&B	Persona independiente, socialmente activo por sus negocios, le gusta tomar una buena copa de licor después de cerrar un negocio en su lugar preferido.
3	Richard Boy	30	Turista extranjero	Curioso, le gusta probar bebidas nuevas.
4	Rosa Ordoñez	35	sommelier	Entusiasta, positivo y muy leal a las bebidas que toma en discotecas y bares si le parece excelente.
5	Leonel Avella	40	Bar tender	Rumbero, soltero y socialmente activo e independiente, le gusta ser creativo con nueva bebidas que llegan a si discoteca.
6	Luzdiba prieto	50	E. Administradora	Nivel educativo de licenciatura, busca desconectase del estrés que vive a

				diario y pasar un buen rato tomando algo nuevo.
--	--	--	--	---

Tabla 43 Información de los resultados del grupo focal

Variable	Aspecto Positivo	Aspecto negativo	Hallazgo de Solución
Identificar el perfil del consumidor de la bebida artesanal.	De 4 de los 6 participantes consumen licores artesanales, buscan desconectasen del estrés y pasar un rato agradable con amigos o familiares.	2 de los participantes prefieren otras bebidas.	Se debe promocionar los licores artesanales, que sean protagonistas, por ejemplo: cata de licores, para culturizar al consumidor y promover la responsabilidad social
Factores que influyen en la compra	<ul style="list-style-type: none"> • El sabor, color y aroma. • Promociones • Descuentos • Precio • Responsabilidad Social 	N/A	El principal factor que influye en la participación de los licores artesanales en la actualidad es que brinde la mayor seguridad al consumir final.
Influencia al momento de comprar el licor	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de la familia. • Opinión de amigos • Promociones • Sentido de Confianza 	N/A	Los comentarios de los amigos y la preferencia de la familia son los aspectos más relevantes al comprar
Inversión en un licor Artesanal	De 4 de los 6 participantes están dispuestos a pagar desde 12Mil a 18 Mil pesos.	1 participante está dispuesto a pagar más.	El precio no es un obstáculo para adquirir una bebida artesanal con responsabilidad social.

Análisis de la técnica del grupo focal: Se concluye que los participantes entrevistados grupalmente, toman una misma perceptiva de los licores artesanales a base de fruta exótica, la cual define el perfil de comprador final, en donde cada uno de los participante la buscan para desconectarse del estrés que vive a diario y pasar un buen rato tomando algo nuevo, por otro, los visitantes, no tan frecuentes en estos lugares buscan una experiencia genuina para ser guiados

u orientados a la hora de elegir una bebida ya que ellos son más curiosos y le gusta probar nuevas bebidas .

Resultados del objetivo específico no. 2

- ✓ Determinar las características del mercado objetivo.

El mercado objetivo son los bares y restaurantes de localidad de la candelaria y aquellos habitantes que son residentes como visitantes que los frecuentan, se segmenta de esta manera el mercado ya que no existe un producto diferencial en esta zona de la localidad y porque los turistas que visitan eventualmente este lugar tienen preferencia por bebidas alcohólicas no tradicionales y se espera cubrir con el producto esa necesidad que se genera.

Dado que Colombia es un país consumidor masivo de licores y este sector tiene una gran demanda, es necesario crear un producto que sea atractivo, que cumpla con las necesidades que el mercado objetivo tiene como requisito para ser aceptados por la mayoría de los consumidores.

Resultados del objetivo específico no. 3

- ✓ Planificar estrategias de ventas para el comprador local.

Se dará a conocer el producto en algunos bares y restaurantes de la localidad de la candelaria, inicialmente se obsequiaron algunas muestras y promociones del producto a los empresarios gastronómicos y demás personas que sean residentes o visitantes, realizando anuncios con carteles, volantes y como medio masivo las redes sociales.

Con esta estrategia de promoción y se incentivó el consumo de licores artesanales y también promocionar de forma paralela los lugares donde será ofrecido el producto para el consumidor final.

Resultados del objetivo específico no. 4

- ✓ Evaluar económicamente el plan de negocio propuesto.

Se puede concluir que la producción de licores artesanales en la localidad de la candelaria, pueden ser un producto innovador, ya que tiene un mercado demandante, consumidor final de estos productos, basándose en los conocimientos de los empresarios sobre los gustos y preferencia de los consumidores finales.

Resultados de laboratorio.

Tabla 44 muestra de resultado de laboratorio uchuva

Muestra de resultados de laboratorio				
Licor de uchuva				
20/03/2020	20/03/2020	20/03/2020	20/03/2020	20/03/2020
1. Selección del fruto	2. Limpieza y desinfección	3. Trituración del fruto	4. Agregamos 1.5ml de agua más 600gr de azúcar y cocinamos por 30 min.	5. Licuar el fruto de uchuva
				
20/03/2020	20/03/2020	20/03/2020	20/03/2020	20/03/2020
6. Filtrar	7. Agregar un litro de agua.	8. Bajar temperatura a 41°C	9. Agregar la levadura safcider 5gr.	10. Tanque de fermentación por un mes.
				



Ilustración 6 Prueba alcoholímetro de la uchuva

Tabla 45 muestra de resultado de laboratorio mora

Muestra de resultados de laboratorio				
Licor de Mora				
18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020
1. Selección del fruto	2. Limpieza y desinfección	3. Trituración del fruto	4. Agregamos 1L de agua más 600gr de azúcar y cocinamos por 30 min.	5. Licuar el fruto de uchuva
				
18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020
6. Filtrar	7. Agregar un litro de agua.	8. Bajar temperatura a 41°C	9. Agregar la levadura safcider 5gr.	10. Tanque de fermentación por un mes.
				



Ilustración 7 Prueba alcoholímetro de la Mora

Tabla 46 muestra de resultado de laboratorio fresa

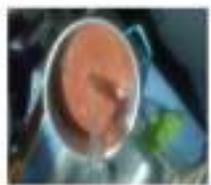
Muestra de resultados de laboratorio				
Licor de Fresa				
18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020
1. Selección del fruto	2. Limpieza y desinfección	3. Trituración del fruto	4. Agregamos 1.5ml de agua más 600gr de azúcar y cocinamos por 30 min.	5. Licuar el fruto de uchuva
				
18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020	18/03/2020
6. Filtrar	7. Agregar un litro de agua.	8. Bajar temperatura a 41°C	9. Agregar la levadura safcider 5gr.	10. Tanque de fermentación por un mes.
				



Ilustración 8 Prueba alcoholímetro de la fresa

Bocetacion de la botella para los licores



Etiqueta



Imagen propia



Imagen propia

Bitácora

BITACORA	12-ago	12-sep	12-oct	12-nov	12-dic	12-ene	12-feb
Actividades	DIA 1	CXA 1	30 DIAS	DIA 2	CXA 2	30 DIA	DIA 3
Paso 1. Vienta agarradito de el frasco y se agrega medio litro de fruta ya picada, tapar el recipiente y dejarlo reposar en un lugar fresco y seco							
Paso 2. Dejar reposar por un mes.							
Paso 3. Concurrido este tiempo se filtra la bebida de sus orlas, lo filtrado se retira la fruta							
Paso 4. se pone hervir a litro de agua y luego se le agrega 250gr de azúcar y dejar hervir entre 5 minutos							
Paso 5. se mezcla el fermentado y el jarabe y se envasa en sus botellas de vidrio.							
Paso 6. Se deja reposar por un mes; en su lugar fresco y seco.							
Paso 7. Por último se moxtila de refrigeracion hasta de cocamos.							

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES

- La creación de una empresa productora de licores artesanales a base de fruta de uchuva, mora y fresa en la localidad de la candelaria es viable ya que cuenta con una población demandante del 0.7%.
- De acuerdo al análisis de FODA las condiciones tanto internas como externas de la organización en la localidad de la candelaria son favorables para comercialización de licores artesanales el cual tendrá una gran aceptación entre los consumidores finales.
- Al no existir una empresa de este tipo en el sector, existe una demanda por lo cual es factible a la creación de esta nueva empresa.
- La recuperación de la inversión se realizara en el año 0 ya que las ventas proyectas se estiman por **\$ 26.470.588** basándose sobre el punto de equilibrio que son 2100 litros por mes con una inversión de tan solo **\$ 37.684.565**; según lo observado en el análisis financiero, hecho a 4 años la empresa contara con buena liquidez, solvencia y rentabilidad.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la implementación de las siguientes propuestas:

- Realizar un seguimiento periódico de las actividades realizadas y plantear modificaciones que siempre tengan como objetivo una mejora en el rendimiento de la empresa.
- Utilizar canales de promoción adecuados es vital para el éxito del plan de negocios, ya que el mercado objetivo es reducido.
- Se recomienda realizar descuentos, que pueden ser por compra al por mayor. Esto puede traer más atracción de clientes y beneficios para la empresa.
- Se recomienda a partir del año 0, luego de haber cumplido el periodo de recuperación de la inversión, evaluar la factibilidad de expansión del negocio en relación al contexto y necesidades del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Lozano, R. (2018). En chicha y otros tragos artesanales se gasta \$206.000 millones. *El Tiempo*, Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/gasto-en-tragos-artesanales-en-colombia-229626>
- Medina, J. (2018). Bebidas Alcohólicas. *Canal de Noticias CVN*, Recuperado de <https://www.cvn.com.co/importacion-de-bebidas-alcoholicas/>
- Agronet, (2017).
- Uchuva Colombia, (2012). *Historia de la Uchuva Colombiana*. Recuperado de <http://distriuchuva.blogspot.com/>
- Diario Femenino, (2019). *Cómo conservar los licores*. Recuperado de <https://www.diariofemenino.com/cocina/bebidas/como-conservar-los-licores-segun-el-tipo-para-que-duren-muchos-anos/>
- Pacharan Barañano,(2018). *Destilado de Uchuva*. Recuperado de <http://licoresbaranano.blogspot.com/2013/03/destilado-de-uchuva.html>
- Gisbet, A. (2014). *Las bebidas Tradicionales del Mundo*. Recuperado de <https://www.verema.com/blog/licores-destilados/1198468-32-bebidas-tradicionales-paises-mundial>
- Verema. (2015). *Las mejores marcas de destilados y licores*. Recuperado de <https://www.verema.com/blog/licores-destilados/1260025-mejores-marcas-destilados-licores-2014-segun-revista-drinks-international>
- Deléitese Gastrómana. (2016). *Bebidas típicas colombianas*. Recuperado de <http://www.deleitese.co/estas-son-las-10-bebidas-tipicas-colombianas-363>

Gómez, M., y Ramos, Y. (2010). *Tipos de investigación*. Recuperado de <https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Gutiérrez-Quecano, R. (2019). La restauración del proceso del aprendizaje-investigativo de la gastronomía colombiana, a partir de su arraigo cultural. *Sosquua*, 1(1), 82-99. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v1i1.23>

López, P. (2008). *Población Muestra y Muestreo*. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012%20L%C3%B3pez

La Nota.com. (2017). *Líderes sector licores de Colombia*. Recuperado de <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2017-lideres-sector-licores-de-colombia.html>

Nieto, A. (2020). *Gastronomía y turismo: una reflexión cultural*. Editorial Universitaria San Mateo.

Bejarano, J. (1950). *La derrota de un vicio*. Bogotá: Editorial Queima. Calvo, O. y Saade, M. (2002).

Calvo, O., y Saade, M. (200). *La ciudad en cuarentena chicha patología social y profilaxis*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Llano, M. y Campuzano, M. (1994).

Llano, M. y Campuzano, M. (1994). *La chicha, una bebida fermentada a través de la historia, Bogotá, Colombia: cerec*

Academia Nacional (1927). *Sociedad Geográfica*, Bogotá: imprenta nacional.

LICORES ARTESANALES, TRADICIÓN Y CULTURA, Revista volar Colombia,
Recuperado de [https://revistavolarcolombia.com/estilo-de-vida/buena-mesa/licores-
artesanales-tradicion-y-cultura/](https://revistavolarcolombia.com/estilo-de-vida/buena-mesa/licores-artesanales-tradicion-y-cultura/) Moncayo, C. (2016).

Sierra, F. (1923). *La legislación de la lucha antialcohólica en Santander*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rahrf/v16n1/v16n1a08.pdf>

Colombia.co. (2018). *Las bebidas usadas para hacer el perfecto maridaje*. Recuperado de <https://www.colombia.co/cultura-de-colombia/gastronomia/bebidas-artesanales-y-ancestrales-colombianas-deleitan-los-mas-exigentes-paladares-del-mundo/>

Álzate, A. (2006). *Historia y Sociedad*. Editorial: Facultad de ciencias humanas y económicas, Universidad Nacional de Colombia; Medellín, Revista.

Russi, C. (2005). *La chicha Prohibición, vida y celebración*. Recuperado de <https://expresodelcentro.wordpress.com/2009/05/14/la-chicha-prohibicion-vida-y-celebracion/>

Salazar, A. (1918). *Sobre el alcohol y la prohibición en los debates médicos*. Revista América de Historia social, Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4556/455649674004.pdf>

Ley 1816. (2016). *Destilación de licores*. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/bebidas-alcoholicas/LEY-1816-DEL-19-DE-DICIEMBRE-DE-2016.pdf>

Calderón, L. (2012). *El diseño metodológico*. Recuperado de https://es.slideshare.net/mares_lili/diseo-metodologico-31197079

QuestionPro. (2019). *Que es un estudio Trasversal*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/>

Montano, J. (S:F). *Investigación no experimental*. Recuperado de

<https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>

Dzu, M. (S.F). *Enfoque en la investigación*. Recuperado de

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES39.pdf

Guzmán, L. (2019). *Las propiedades de la uchuva*. Recuperado de

<https://foman.com.co/las-propiedades-la-uchuva/>

Fruticultura, (S.f). *El cultivo de Mora*. Recuperado de

https://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_mora_parte_i_.asp

Colombia.com. (2017). *Beneficios de la fresa para la salud*. Recuperado de

<https://www.colombia.com/vida-sana/bienestar/sdi/167888/6-beneficios-de-la-fresa-para-la-salud>.

Pohl, S. y Rodríguez, J. (2018). Nuestra historia es un festejo: la chicha y la cerveza en la vida nacional. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=ORLqGgN4c00&list=UUhZOxqPLDYCVgU9bvOm4QBQ&index=60>

Cabezas Carrillo, M. d. (2008). Evaluación nutritiva y nutracéutica de la Mora de castilla (Rubus glaucus) deshidratada a tres temperaturas por el método de secado en bandejas.

Recuperado de <file:///C:/Users/Angel%20Orjuela/Downloads/Mora.pdf>

Gobernación del Huila. (S.f). Producción limpia cultivo de la Mora (Rubus glaucus)

Recuperado de <file:///C:/Users/Angel%20Orjuela/Downloads/Mora.pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá. (S.F). La mora. Recuperado de

<file:///C:/Users/Angel%20Orjuela/Downloads/Mora.pdf>

Molina, V. (2019). *El boom de la chicha: de la tradición indígena al negocio ambulante.*

Recuperado de <https://plazacapital.co/esquinas/3455-el-boom-de-la-chicha-de-la-tradicion-indigena-al-negocio-ambulante>

Herrera, M. (2020). *Revista radio Rcn, Impuestos a licores.* Recuperado de <https://www.rcnradio.com/economia/impuesto-licores-aumenta-384-este-ano> Presidencia de la república de Colombia. (2020) El Dane reveló que en 2019 el PIB de Colombia creció al 3,3%, el más alto desde el 2014

<https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Dane-revelo-que-en-2019-el-PIB-de-Colombia-crecio-al-3-3-el-mas-alto-desde-el-2014-200214.asp>

ANEXOS

Encuesta número 1. A los administradores de los establecimientos del mercado objetivo.

Nombre: _____ sexo F M

1. ¿En su negocio vende licores artesanales a base de frutas exóticas?
 - a) Si
 - b) no
2. ¿Le interesaría vender licores artesanales en su negocio?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Sus clientes le han solicitado una nueva bebida alcohólica?
 - a) Si
 - b) no
4. ¿Cree usted que sus clientes estarían dispuestos a consumir licores artesanales a base fruta exótica?
 - a) Si
 - b) No
5. ¿Cuál presentación cree usted que sería la más apropiada para vender la licor artesanal a base de frutas?
 - a) Botella de vidrio de 0.75ml
 - b) Botella de vidrio de 0.375ml

- c) No aplica
- 6. ¿Cuál cree usted que sería el precio comercial para los licores artesanales a base de fruta exótica?
 - a) Entre 12.000 a 18.000
 - b) Entre 20.000 a 25.00
 - c) No aplica

Encuesta número 2. A las a las persona que visitan los bares y restaurantes, el consumidor final.

Nombre: _____ sexo F M

1. ¿Consume usted licores?
 - a) Si
 - b) No
2. ¿Los licores artesanales a base de fruta exótica le parece una buena opción a la hora de acompañar una comida o compartir un momento agradable?
 - a) Si
 - b) No
3. ¿Cuál 3 licores exóticos con características tropicales le ha gustado?
 - a) Uchuva
 - b) Mora
 - c) Fresa

Anexo N° 2 Factora de compra de la levadura.

EQUIPOS Y UTENSILIOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
TRITURADORA 12lt	1	\$ 1.079.325	\$ 1.079.325
DEPOSITO INOXIDABLE DE FERMENTACION /CP*200lt	1	\$ 621.678	\$ 621.678
DEPOSITO INOXIDAME DE ALAMCENAMIENTO/CP *100lt	5	\$ 350.000	\$ 1.750.000
BOMBA DE TRASIEGO CON MANGUERA Y RECORDARIAS	1	\$ 42.000	\$ 42.000
TABLAS	2	\$ 10.000	\$ 20.000
CUCHILLO	2	\$ 20.800	\$ 41.600
OLLAS	2	\$ 198.000	\$ 396.000
MESAS DE TRABAJO	2	\$ 150.000	\$ 300.000
NEVERA (Horizontal) ref-cong	1	\$ 1.940.000	\$ 1.940.000
ESTUFA(Tamalera)	1	\$ 205.000	\$ 205.000
LICUADORA	1	\$ 195.000	\$ 195.000
FILTRADOR	2	\$ 5.800	\$ 11.600
ETIQUETA MANUAL	1	\$ 0	\$ 0
DESIMETRO	1	\$ 50.000	\$ 50.000
ALCOHOLIMTRO	1	\$ 50.000	\$ 50.000
ENCORCHADORA DE PIE	1	\$ 164.716	\$ 164.716
BASCULA /CP 30KG	1	\$ 139.000	\$ 139.000
TERMOMETRO	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Total			\$ 7.030.919

Anexo N°4 Detalles de la inversión.

COSTO DE MUEBLES Y ENSERES			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorios plegable	1	\$ 125.000	\$ 125.000
sillas para escritorio	1	\$ 65.000	\$ 65.000
mesa larga 120*40	2	\$ 300.000	\$ 600.000
cuadro de bebidas Artesanales	4	\$ 25.000	\$ 100.000
Registradora	2	\$ 449.000	\$ 898.000
Computador HP 20- C217LA	1	\$ 899.000	\$ 899.000
Telefono	1	\$ 99.900	\$ 99.900
Impresora	1	\$ 122.000	\$ 122.000
Archivador	1	\$ 31.400	\$ 31.400
Estantes 29 X 85 X 2mt. 6 Entre-pañol	3	\$ 105.000	\$ 315.000
Total			\$ 3.255.300

COSTO DE MATERIALES DE EMPAQUE			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO* 1	V. TOTAL
BOTELLA DE CRISTAL CON CORCHO DE 1 LT	2.100	\$ 1.318	\$ 2.767.800
ETIQUETA	2.100	\$ 300	\$ 630.000
CAJA DE CARTON (und. 500)	360	\$ 50	\$ 18.000
Total		\$ 1.668	\$ 3.415.800

LEGALIZACIÓN			
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V.TOTAL ANUAL
REGISTRO MERCANTIL	UNIDAD	1	\$ 530.000
CERTIFICADO SANITARIO	UNIDAD	1	\$ 2.900.000
CERTIFICADO DEL USO EL SUELO	UNIDAD	1	\$ 150.000
REGISTRO UNICO TRIBUTARIO	UNIDAD	1	\$ 0
LICENCIA PARA VENDER LICORES	UNIDAD	1	\$ 286.000
REGISTRO NACIONAL DE TURISMO	UNIDAD	1	\$ 23.000
PERMISO POR PARTE POLICIAL DE LA ZONA	UNIDAD	1	\$ 0
Gastos Imprevistos	UNIDAD	1	\$ 250.000
TOTAL			\$ 4.139.000

COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
ADMINISTRADORA	1	\$ 807.579	\$ 1.453.958
VENDEDOR	1	\$ 807.579	\$ 1.452.953
OPERARIOS	1	\$ 807.579	\$ 1.452.953
Total			\$ 4.359.864

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Contador Prestador de servicios	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Asesor de ventas	1	\$ 168.160	\$ 168.160
Camara de seguridad	1	\$ 79.900	\$ 79.900
Total			\$ 498.060

GASTOS SERVICIOS BASICOS		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Energia Electrica	\$ 81.774	\$ 981.284
Telefono y internet	\$ 75.000	\$ 900.000
GAS	\$ 34.195	\$ 410.340
Total	\$ 390.969	\$ 4.691.624