

PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR

LA EMPRESA PANELIS S.A.S



EVELYN GIANELLA TORRES

STEFANIE PERALTA VELASQUEZ



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE ADMINISTACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

VILLAVICENCIO

2020

PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR
LA EMPRESA PANELIS S.A.S

EVELYN GIANELLA TORRES
STEFANIE PERALTA VELASQUEZ

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Administración
de Empresas Agropecuarias

Director de Semillero
DIANA LORENA GALEANO
ESPECIALISTA EN FINANZAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO

2020

Autoridades Académicas

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA, O.P.

Rector General

FRAY JOSE GABRIEL MESA ANGULO, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FRAY RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

MIGUEL ANDRES RIVEROS ROMERO

Decano Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

Nota De Aceptación

MIGUEL ANDRES RIVEROS ROMERO

Decano de Facultad

DIANA LORENA GALEANO RODRIGUEZ

Director Trabajo de Grado

ERIKA ASTRID REINA PARDO

jurado

MIGUEL ANDRES RIVEROS ROMERO

jurado

Agradecimientos

Antes que todo quiero agradecer a Dios y a mi familia, en especial a mi madre Maritza Velásquez y mi padre Alejandro Peralta. Ellos me han dado todo en la vida, son mi mayor apoyo en este mundo y me enseñaron a ser quien soy hoy en día. Quiero agradecer a mis profesores, a nuestra directora de trabajo de grado Diana Galeano por su guía y paciencia. Finalmente, gracias a mi compañera Evelyn Torres, ambas sabíamos que podíamos lograr un gran trabajo de grado juntas.

Quiero agradecer a mi familia por su apoyo incondicional, en especial a mis padres quien siempre me ha inculcado ser una persona comprometida. Gracias a Dios por bendecirme y guiarme durante todo el proceso, a la directora de trabajo de grado la docente Diana Galeano por la orientación, el tiempo y compartirnos su conocimiento. A mi compañera Stefanie Peralta por su responsabilidad con el equipo que juntas conformamos que genero una linda amistad, Gracias a todos los partícipes de este plan de negocios.

Contenido

	Pág.
Resumen.....	22
Introducción	24
1. Estudio del Entrono	25
1.1. Aspectos Geográficos.....	25
1.2. Aspectos Demográficos.....	26
1.2.1. Población.	26
1.2.2 Educación.	26
1.2.3 Cultura.	27
1.2.4 Religión.	28
1.3. Aspectos Políticos.	29
1.3.1 Régimen territorial.....	30
1.3.2 Plan de desarrollo sobre el sector panelero.	30
1.3.3 Historia de la panela.	31
1.3.4 Integración regional de la Agroindustria panelera en Colombia.	32
1.3.5 División política del Meta.	34

1.4.	Aspectos Económicos.	34
1.5.	Aspectos económicos entorno sectorial.	35
1.6.	Análisis sectorial	35
1.6.1	Zonificación.	39
2.	Idea del negocio.....	40
2.1	Descripción del producto.	40
3.	Planteamiento del problema	45
3.1	Detención de la necesidad.	45
3.2	Planteamiento del problema.	46
3.3	Formulación del problema.	46
3.4	Pregunta problema.....	48
4.	Objetivos.....	49
4.1	Objetivo General.	49
4.2.	Objetivos específicos.....	49
5.	Estudio Técnico	50
5.1	Tamaño del proyecto.....	50
5.1.1	Capacidad Diseñada.	50
5.1.2	Capacidad Instalada.	50
5.1.3	Capacidad Real.	51

5.2	Macro localización.	51
5.3	Micro localización.....	53
5.4	Diseño de planta.	54
5.4.1	Distribución de la planta administrativa.....	54
5.4.2	Distribución de la planta de operación.....	54
5.4.3	Distribución de la planta lineal.....	55
5.4.4	Distribución de la planta.	55
5.4.5	Mano de obra.....	56
5.5	Diagrama de Flujo del proceso.....	56
5.6	Mano de obra.....	57
6.	Financiación.....	58
6.1	Tabla de Presupuesto Maquinaria y Equipo y Muebles y enceres.....	58
6.2	Cotización Maquinaria y Equipo.....	59
6.2.1	Olla a gas de 500 litros.....	59
6.2.2	Cuchillos de acero.	59
6.2.3	Mesón de acero.	59
6.2.4	Cucharon de acero.....	60
6.2.5	Tabla de picar.....	60
6.2.6	Estanterías metálicas	60

6.2.7 Bandejas de acero.....	61
6.2.8 Computador.....	61
6.2.9 Teléfono	61
6.2.10 Impresora.....	62
6.2.11 Escritorio	62
6.2.12 Sofá	62
6.2.13 Silla de escritorio.....	63
7. Mercado de insumos.....	64
7.1 Insumos.	64
7.2 Registro de proveedores	64
7.3 Análisis de la selección de proveedores.....	65
7.4 Análisis de la Cualificación del Anís	66
7.5 Calificación	66
8. Gestión de la calidad.....	68
9. Cotización de indumentaria de seguridad industrial	73
9.1 Traje de seguridad – Overol.	73
9.2 Gafas de seguridad industrial.	73
9.3 Bota en PVC de plástico	74
9.4 Faja para descargue de materia prima.	74

9.5 Guantes de seguridad en poliuretano.	74
9.6 Tapabocas N95.....	75
9.7 Mascara de protección.....	75
9. 8 Casco de seguridad.....	75
10. Presupuesto de desinfección y aseo	76
10.1 Cotización de desinfección y aseo de seguridad industrial	76
10.1.1 Gel anti bacterial.	76
10.1.2 Alcohol antiséptico.....	77
10.1.3 Tapabocas 3 capas.....	77
10.1.4 Soporte de dispensador de gel anti bacterial.	77
10.1.5 Termómetro infrarrojo.	78
10.1.6 Kit tapete desinfectante	78
10.1.7 Guantes de nitrilo	79
10.1.8 Flexómetro de 10 metros.....	79
10.1.9 Cinta demarcación negro-amarillo	79
10.1.10 Kit de señalización	80
11. Estudio de mercado.....	81
11.1 Antecedentes del mercado.....	81
11.2 Estructura del mercado	82

11.3 Clasificación Comercial del producto.	82
11.4 El cliente como mercado objetivo.	83
11.5 Análisis de la demanda y oferta.	83
11.6 Marketing Mix.....	86
11.7 La distribución (canales).	87
11.8 Estudio del Mercado Objetivo.....	88
11.8.1 Técnicas de recolección de datos.	88
11.8.2 Instrumentos de recolección de datos.	88
11.8.3 Tamaño de la muestra.	89
11.8.4 Metodología.	90
11.8.5 Informe de recolección de datos.	90
11.8.6 Análisis de la Encuesta.....	93
12. Estrategia Organizacional	94
12.1 Nombre de la empresa.....	94
12.2 Cámara de comercio.....	94
12.3 RUT.....	95
12.4 Misión.....	96
12.5 Visión	96
12.6 Valores	96

12.7 Responsabilidad social empresarial	97
12.8 Gestión de marca.....	98
12.9 Slogan.....	98
12.10 DOFA	98
12.11 Análisis Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar (CAME)	100
13 Marco Financiero	102
13.1 Optimización del Tamaño.	102
13.2 Inversiones totales.	103
13.3. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	103
13.4. Balance General	104
13.5. Costo de venta	105
13.6. Unidades proyectadas.....	105
13.7 Nomina	106
14. Conclusiones.....	107
Recomendaciones	109
Referencias Bibliográficas	110

Lista de tablas

	Pag
Tabla 1. Normatividad departamental sobre seguridad alimentaria y nutricional.	30
Tabla 2. Propiedades nutricionales de la panela	42
Tabla 3. Propiedades nutricionales del Anís.....	43
Tabla 4. Diagrama de GANTT del plan de negocios.....	47
Tabla 5. Nomina.....	57
Tabla 6. Presupuesto de Maquinaria y equipo	58
Tabla 7. Presupuesto de Muebles y enceres.....	58
Tabla 8. Insumos para la preparación del dulce artesanal.....	64
Tabla 9. Cuadro de selección de proveedores.....	64
Tabla 10. Cualificación depósito de panela	65
Tabla 11. Cualificación panela Pambele.....	65
Tabla 12. Cualificación panela víveres Potosí.....	66

Tabla 13. <i>Calificación panela depósito de panela</i>	66
Tabla 14. Calificación panela Pambele panela	67
Tabla 15. Calificación panela víveres potosí	67
Tabla 16. Presupuesto de indumentaria de seguridad industrial	72
Tabla 17. Presupuesto y desinfección y aseo	76
Tabla 18. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿En qué rango de edad se encuentra?.....	91
Tabla 19. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿Le interesa probar un dulce a base de panela?	91
Tabla 20. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿Usted ha probado el anís? y ¿Le gusto el sabor?	92
Tabla 21. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿Consumiría usted un dulce de panela con anís?	93
Tabla 22. <i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	103
Tabla 23. Costo de ventas	105
Tabla 24. Unidades proyectadas del dulce artesanal.....	105
Tabla 25. Nomina.....	106

Lista de Figuras

	Pag
Figura 1. Mapa de la división política del departamento del Meta. Copyright © 2005 - 2019 Toda Colombia.....	34
Figura 2 Mapa de Villavicencio- Alcaldía de Villavicencio. Copyright © 2016 Alcaldía de Villavicencio	39
Figura 3. Empaque por 100 unidades de PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	41
Figura 4. Empaque por 100 unidades de PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	41
Figura 5. Empaque individual de PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020.....	41
Figura 6. Localización de la zona de referencia. Copyright © 2016 Gobernación del Meta	51
Figura 7. Actividad de uso del suelo de la planta de producción. Copyright © 2016 Gobernación del Meta	51
Figura 8. Mapa de la Republica de Colombia. Copyright © 2005 - 2019 Todo Colombia.....	52
Figura 9. Ubicación geográfica del departamento del Meta. Tomada de Alcaldía de Lejanías (2017).....	53

Figura 10. Ubicación geográfica de la planta de producción de PANELIS S.A.S Tomada de: Google Maps.....	53
Figura 11. Distribución de planta administrativa. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	54
Figura 12. Distribución de planta de operación. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	54
Figura 13. Distribución de la planta lineal. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020.....	55
Figura 14. Flujograma de proceso. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	56
Figura 15. Cotización olla a gas de 500 litros. Tomado de Alibaba.....	59
Figura 16. Cotización cuchillos de acero. Tomado de: Homecenter	59
Figura 17. Cotización mesa de trabajo en acero inoxidable. Tomado de: Mercado Libre	59
Figura 18. cotización cucharon de acero de 15 onzas. Tomado de: Homecenter	60
Figura 19. Cotización tabla para picar. Tomado de: Mercado Libre	60
Figura 20. Cotización estanterías metálicas. Tomado de: Mercado Libre.....	60
Figura 21. Cotización bandejas de acero. Tomado de: Mercado Libre	61
Figura 22. Cotización computador de mesa. Tomado de: Mercado Libre	61
Figura 23. Cotización teléfono fijo de mesa. Tomado de: Mercado Libre.....	61
Figura 24. Cotización impresora hp. Tomado de: Mercado Libre.....	62

Figura 25. Cotización de escritorio para oficina. Tomado de: Mercado Libre.....	62
Figura 26. Cotización de sofá para oficina. Tomado de: Mercado Libre	62
Figura 27. Cotización silla de escritorio. Tomado de: Mercado Libre	63
Figura 28. Vestuario de seguridad industrial. Imagen Tomada de Prevencionar	69
Figura 29. Cotización traje de seguridad. Tomado de Mercado Libre	73
Figura 30. Cotizaciones gafas de seguridad industrial. Tomado de Mercado Libre	73
Figura 31. Cotización de botas en PVC de plástico. Tomada de: Homercenter.....	74
Figura 32. Cotización de faja para descargue de materia prima. Tomada de: Homercenter	74
Figura 33. Cotización de guantes de poliuretano. Tomada de: Homercenter.....	74
Figura 34. Cotización de tapabocas N95. Tomada de: Homercenter	75
Figura 35. Cotización de mascara de protección. Tomada de: Homercenter	75
Figura 36. Cotización de casco de seguridad. Tomada de: Homercenter.....	75
Figura 37. Cotización de gel anti bacterial. Tomado de Homercenter	76
Figura 38. Cotización de alcohol antiséptico. Tomado de Homercenter.....	77
Figura 39. Cotización de tapabocas 3 capas. Tomado de: Homercenter	77

Figura 40. Cotización de soporte de dispensador de gel anti bacterial Tomado de: Homercenter	77
Figura 41. Cotización de termómetro infrarrojo. Tomado de: Mercado Libre.....	78
Figura 42. Cotización de kit de tapete desinfectante. Tomado de: Mercado Libre	78
Figura 43. Cotización de guantes de nitrilo. Tomado de: Mercado Libre	79
Figura 44. Cotización de flexómetro de 10 metros. Tomada de: Mercado Libre.....	79
Figura 45. Cotización cinta demarcación. Tomada de: Mercado Libre.....	79
Figura 46. Cotización de kit de señalización de protocolos de bioseguridad. Tomada de Mercado Libre.....	80
Figura 47. Grafica de exportación de la confitería. Tomada de: Trademap	84
Figura 48. Grafica de crecimiento de las exportaciones en los distintos países. Tomada de: Trademap	84
Figura 49. Grafica de la importación de la confitería. Tomada de: Trademap.....	85
Figura 50. Grafica de crecimiento de las importaciones. Tomada de: Trademap	86
Figura 51. Cuadro de marketing mix de Panelis S.A.S. Tomado de Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	86
Figura 52. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿En qué rango de edad se encuentra?	90

Figura 53. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿Le interesa probar un dulce a base de panela?.....	91
Figura 54. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿Usted ha probado el anís? y ¿Le gusto el sabor?.....	92
Figura 55. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿Consumiría usted un dulce de panela con anís?	93
Figura 56. RUT de la estudiante Stefanie Peralta. Stefanie Peralta, 2020.....	95
Figura 57. Código CIU de la confitería. Tomado de cámara de comercio.....	96
Figura 58. Código CIU de la confitería. Tomado de cámara de comercio.....	96
Figura 59. Organigrama PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	97
Figura 60. Propuesta logotipo de la marca. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	98
Figura 61. CAME. Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020.....	101
Figura 62. Balance general. Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020	104

LISTA DE ECUACIONES

Pag

Ecuación 1 Tamaño de la muestra	89
---------------------------------------	----

Glosario

Panela: Azúcar sin refinar obtenido de la caña de azúcar, que se caracteriza por su forma compacta y rectangular.

Anís: Planta medicinal muy utilizada para combatir la acidez, indigestión, gases y el dolor de barriga, debido a que posee propiedades carmitativas y antiespasmódicas.

Confitería: Establecimiento en el que se elaboran y se venden dulces de muy variados tipos y pasteles o tortas.

Dulce: El sabor dulce, uno de los cinco sabores básicos.

Artesanal: Trabajo de un artesano o artesana, como al objeto o producto obtenido de la elaboración con las manos

Campesinos: persona del campo o relacionada con él.

Resumen

La caña de azúcar es considerada como un cultivo primordial en la región del Meta, estos cultivos poseen una ubicación geográfica de mayor auge el municipio de Mesetas, Meta. Gracias a estos cultivos se ha podido implementar mano de obra campesina y generar rentabilidad al momento de la compra de la materia prima como insumo para la creación del plan de negocios de **PANELIS S.A.S.**

El objetivo principal es la creación de un dulce artesanal a base de panela y anís. Con el cual se pretende crear una combinación saludable, aprovechando el valor nutricional y ofreciendo a los comensales un dulce innovador, distintivo, tradicional que evoque recuerdos ancestrales y de esta manera evaluar su viabilidad y rentabilidad.

Palabras Clave:

Panela, anís, campesinos, confitería, dulce, artesanal.

Abstract

Sugar cane is considered a primary crop in the Meta region, these crops have a greater geographic location in the municipality of Mesetas, Meta. Thanks to these crops, it has been possible to implement peasant labor and generate profitability at the time of purchase of the raw material as an input for the creation of the business plan of **PANELIS S.A.S.**

The main objective is the creation of an artisan sweet based on panela and anise. With which it is intended to create a healthy combination, taking advantage of the nutritional value and offering diners an innovative, distinctive, traditional sweet that evokes ancestral memories and, in this way, evaluate its viability and profitability.

Key Word:

Panela (raw cane sugar), anise, peasants, confectionery, sweet, artisanal.

Introducción

Mediante el siguiente trabajo se realizará la creación de un plan de negocios de la empresa **PANELIS S.AS** del sector de la confitería, el cual se dedicará a la transformación de la caña de azúcar y el anís para la creación de un dulce artesanal.

Este documento se incursiono por medio del semillero S.M.A.R.T y comenzó en una estrategia de creación desde el año 2019, la cual se ha trabajado en los espacios académicos de Formulación y Evaluación de Proyectos, Producción Agroindustrial y Producción Agroalimentaria. Con la finalidad de opción de trabajo de grado. En este documento se presenta la viabilidad por medio de la investigación del estudio del entorno, el estudio de mercado y el estudio financiero.

1. Estudio del Entorno

1.1. Aspectos Geográficos.

El departamento del Meta está localizado en la zona centro de Colombia, este cuenta con una extensión de 85 mil kilómetros cuadrados y se encuentra a 4.560 metros sobre el nivel del mar. Este limita con Cundinamarca, Casanare, Caquetá, Guaviare, Vichada, Huila y Bogotá. En cuanto a su hidrografía posee los ríos más importantes como lo son: Meta, Ariari, Guayabero, Guayariba, Manacacías, Metica, Guamal, Humadea, Yacao, Upía y Humea. Por último, el departamento cuenta con un clima cálido y templado dependiendo de la época del año, normalmente su temperatura oscila entre 24°C y 30°C. (Nuestro Departamento , 2015)

Villavicencio como ciudad capital cuentan con una extensión de 1.328 km² y se encuentra a 467 metros sobre el nivel del mar. Sus límites municipales son: Restrepo, el Calvario, Puerto López, Acacias, San Caros de Guaroa y el departamento de Cundinamarca. Por último, en Villavicencio “los veranos son cortos, muy caliente y nublados y los inviernos son cortos, caliente, mojados y parcialmente nublados. Durante el transcurso del año.” La temperatura que maneja es de 20 °C a 32 °C y rara vez baja a menos de 16 °C o sube a más de 34 °C.” (Weatherspark, 2019).

Ahora centrándonos más en el segmento agroalimentario del cultivo de caña de azúcar como materia prima para la realización de la panela. Este necesita cumplir con ciertos requerimientos edafoclimáticos; primeramente, la caña de azúcar debe poseer una temperatura óptima que oscila entre 32° a 38° C, esta no tolera bajas temperaturas y la mínima es de 14°C. su humedad necesita ser alta para que la planta madure de forma correcta. De igual manera los requerimientos hídricos deben oscilar entre los 1200-1500 mm durante la producción de esta. En conclusión, un cultivo de caña de azúcar exitoso debe de tener: Clima seco, poca humedad, bastante luz solar, noches frescas, precipitaciones o aportaciones hídricas reducidas durante la maduración, amplitud térmica durante el día y suelo de naturaleza ligera. (Infoagro, 2019)

En cuanto a la distribución que hay en el Departamento del Meta del cultivo de caña panelera se puede decir, que se producen 10.702 toneladas al año. La Producción de esta se ubica en municipios del piedemonte que poseen tierras de mediana altitud, donde se obtienen óptimos rendimientos, como San Juanito, mesetas, y Villavicencio. La producción de caña es vendida con destino a los trapiches locales, a trapiches del vecino departamento de Cundinamarca. (castro, 2013)

1.2. Aspectos Demográficos.

1.2.1. Población.

El sector panelero ocupa el segundo puesto en la actividad económica de la agroindustria, dado que es ejercida por más de 350.000 familias y genera 287.000 empleos directos jornales al año y ocupa un 12% de la población rural económicamente activa. (Ministerio de Agricultura, 2018)

El departamento del Meta tiene una población total de 1.039.722 habitantes de los cuales el 571.847 son mujeres y el 467.874 son hombres, esto significa el 2,3% de la población nacional, esta es una proyección para el 2019. (DANE, Poblacion ajustada por cobertura, 2018).

La ciudad de Villavicencio cuenta con una población de 531.275.227 habitantes para el año 2018 (negocios, 2019) suelen nacer más mujeres que hombres con un valor de 48,53% en población. Debido a la gran población de personas que hay en la ciudad es viable comercializar un dulce artesanal a base de panela y anís dado a que la población objetivo son personas mayores de 5 años.

1.2.2 Educación.

La educación es una herramienta de construcción de saberes que permite el desarrollo y la evolución del departamento, “La educación en el meta ha sido un instrumento de construcción social según la secretaria de educación del Meta citado en el informe de la Gobernación del Meta (2018) para el 2015 se encontraban matriculados 111,695 niños (p.10).” (Intranet Meta, 2016)

En la ciudad de Villavicencio Según la Secretaria de Educación del Meta, “el total de los jóvenes matriculados en el Municipio de Villavicencio en el 2015 es de 92.3% es decir 8598 registros correspondieron a la zona Urbana y el 7.7% a la zona Rural. Entre 2011 y 2015, Como se muestra en la tabla número (1). La población atendida en la zona Urbana aumentó 6.04% correspondiente a 6.232 estudiantes y en la zona Rural disminuyo en 125 estudiantes. En cuanto al comportamiento de las matrículas entre el 2014 y el 2015 respecto al sector urbano el 2015 disminuyó en 1220 alumnos correspondiente a 1.16%; en el sector rural disminuyó la matrícula en 10,70% correspondiente a 1030 alumnos, es decir que en general disminuyó la matrícula en 2250 correspondiente al 1,97%.” (Intranet Meta, 2016).

Estas cifras poblacionales afectan nuestro estudio y nos permiten potencializar el mercado objetivo para la creación del dulce artesanal, dado que la educación no incide en la decisión de consumir el producto.

1.2.3 Cultura.

La cultura es un factor importante para establecer las normativas de una sociedad regidas por formas de vida, expresiones y tradiciones, ya que esto se representa como un hecho vital. la cultura en el departamento del meta y en la capital; Está enmarcada dentro la cultura llanera y es rica en diversidad cultural y multiplicidad de formas como se expresan las identidades, la memoria, y las prácticas de los ciudadanos, los grupos sociales y agentes culturales en el territorio, que va más allá de lo étnico e incluye expresiones poblacionales, de género, de víctimas del conflicto armado y hasta de comportamientos asociados a la producción y al consumo (Instituto Departamental de Cultura del Meta, 2020)

Entre sus tradiciones se encuentra el coleo, el joropo y una amplia gastronomía llena de historia y memoria. De igual manera en el departamento es muy común que en los hogares siempre se encuentre panela, esto debido a que en la cocina se preparan muchas recetas con este producto como lo son: el guarapo de panela con limón, melado con panela, agua panela, entre otros; generando así una gran aceptación por el dulce artesanal **PANELIS S.A.S.**

1.2.4 Religión.

Colombia es un país multicultural acogido en el decreto 437 expedido por el gobierno, donde se anuncia la política pública de libertad religiosa y de cultos, lo anterior permite registrar la diversidad religiosa presente en las regiones colombianas y dar garantía al reconocimiento de culto de los ciudadanos (decibeles.com.co, 2019) (Alcaldía de Villavicencio., 2015), pero encontramos que la religión predominante del 92% de la población es el Cristianismo bien sea Católico o protestante (laica, 2019) por tanto, dentro de esta religión celebran algunas fechas especiales como: la semana santa, la cuaresma, el miércoles de ceniza, domingo de ramos, pascua, sagrado corazón de Jesús, entre otras. Y algunos sacramentos tales como: el bautizo, la primera comunión, la confirmación, el matrimonio, orden sacerdotal y unción de los enfermos.

“Tenemos un turismo muy importante como es el turismo religioso, como la posibilidad de competir con destinos que ya están consolidados como destino turístico a nivel nacional, el año pasado con el Gobierno departamental tuvimos la oportunidad de vincular municipios y hacer el concurso de música religiosa tan importante”. Afirmando (milena, 2017); esto permite que el dulce artesanal **PANELIS S.A.S** pueda ser comercializado en eventos y festividades con gran acogida comercial, sin restricciones religiosas.

Además, se confirmó (milena, 2017) que se va a motivar a los diferentes municipios a que hagan acompañamiento y que el instituto de turismo mancomunadamente con la iglesia, están llevando a cabo el liderazgo en cuanto a logística requerida para la venida próxima del Papa Francisco desde el Vaticano a la capital metense.

La panela es un producto que no discrimina ni excluye por género, ni raza permite ser asequible al público teniendo un valor monetario bajo, es un elemento clave y básico en la canasta familiar de los villavicensenses, puede utilizarse como base. En la elaboración de nuevos productos con un valor agregado muchos de estos son contruidos artesanalmente.

1.3. Aspectos Políticos.

Actualmente en el sistema político del departamento del Meta existen 26 decretos donde se opera desde la formación de la estructura gubernamental, hasta las funciones que tienen que cumplir cada uno, en esta misma existen 240 resoluciones, donde se observan variedad de temas que se han presentado en el meta, la última resolución se conoció en el mes de agosto de 2019, también se encuentra un promedio de 1800 circulaciones que se han representado desde 2006 hasta el presente año. (Alcaldía de Villavicencio, 2019)

El departamento del Meta se conforma políticamente por 29 municipios, se divide en 4 corregimientos, con 44 caseríos y 67 inspecciones de policía. Los municipios se agrupan en 11 círculos de notaría, con 14 notarías y 4 círculos de registraduría; Según el informe de la seguridad alimentaria y nutricional del departamento del Meta en 2016, se argumenta que “Con el mejoramiento de la competitividad territorial a través del fomento de la producción y comercialización sostenible de alimentos de importancia en la canasta básica, sin dejar a un lado la preservación de la biodiversidad agrícola y la importancia de una producción sostenible, el gobierno departamental en tiempo récord, actualizó su Política Pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional para el territorio.” (Región Central, 2017) , lo que le permite tener una ventaja competitiva a nuestro producto PANELIS pues está elaborado con productos de la canasta familiar y aporta nutrientes, vitaminas y minerales que complementan una buena alimentación diaria, además que fomentar el desarrollo agropecuario regional de pequeños productores; donde el gobierno está aportando el mejoramiento de la competitividad, apoyando a la producción y comercialización sostenible con el medio ambiente donde se pueden comercializar los productos de la región, realizando talleres regionales para actualizar las políticas departamentales con respecto a la seguridad alimentaria. (Región Central, 2017)

1.3.1 Régimen territorial.

Tabla 1. *Normatividad departamental sobre seguridad alimentaria y nutricional.*

Normas	Objetivo	Año
Ordenanza 539	Adoptar e implementar en el Departamento del Meta, la política pública de alimentación, salud y nutrición CASABE para las familias en situación o riesgo de vulnerabilidad.	2004
Decreto 110	Conforma el Comité Técnico Departamental de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Departamento del Meta	2009
Decreto 212	Reestructuración del Comité Técnico Departamental de Seguridad Alimentaria y Nutricional	2012
Decreto 233	Reestructuración del Comité Técnico Departamental de Seguridad Alimentaria y Nutricional	2013
Ordenanza 783	Modifica la Ordenanza 539 de 2004 para "ajustarla a las estrategias, programas y proyectos establecidos en el Plan de Desarrollo 2012-2015 "Juntos construyendo, sueños y realidades"	2012
Ordenanza 845	Participación en la Región Administrativa y Planeación Especial (RAPE-REGION CENTRAL), la cual está conformada por los departamentos Cundinamarca, Boyacá, Meta, Tolima y por Bogotá D. C.	2014
Ordenanza 01	Aprueba el Plan de Desarrollo Meta "Tierra de Oportunidades"	2016

Nota: * Decretos y ordenanzas de la normatividad departamental del Meta sobre seguridad alimentaria y nutricional. Tomada de la Secretaria del Meta.

1.3.2 Plan de desarrollo sobre el sector panelero.

Además de las distintas asociaciones creadas, el estado desarrollo una serie de medidas para continuar apoyando el sector panelero. En tal sentido, el jefe de la cartera agropecuaria informó que los compromisos adquiridos con el sector son los siguientes (Encolombia, 2020):

- Cooperativa nacional: Estudiar el proyecto de comercialización de panela a través de la creación de una cooperativa nacional. Frente a esto el ministro, estima que debe existir un solo gremio, pero se comprometió a ayudar a los productores si insisten en esto. (Encolombia, 2020)
- Ley marco para los paneleros: El ministerio de Agricultura liderará junto con los congresistas la presentación de un proyecto de ley marco que proteja y formalice las actividades del sector panelero. Al respecto el jefe de la cartera agropecuaria hizo la salvedad de que este proceso se demora. (Encolombia, 2020)
- Regulación tarifas de energía: El ministro Fernández, se comprometió para gestionar con su homólogo del ministerio de minas y energía, Hernán Martínez,

para que revise el tema de las tarifas de energía que se cobra a los trapiches paneleros en el país y ver a quienes les deben cobrar costos industriales y a quienes normales. (En Colombia, 2020)

- Refinanciación de créditos: El gobierno nacional decidió extender el programa de refinanciación de las obligaciones crediticias para los medianos productores de panela, que antes no tenían este mecanismo. (En Colombia, 2020)
- Renovación y reconversión panelera: El próximo año se restringirá la siembra de nuevas hectáreas de caña panelera, por esta razón la línea de crédito de agro ingreso seguro y el incentivo a la capitalización rural, destinados para el sector panelero se direccionarán solo para renovación de cultivos y reconversión de trapiches. No habrá para siembras. (en Colombia, Turismo en villavicencio, 2018)
- Seguridad social: Ante el ministerio de la protección social se gestionará una fórmula para que las familias rurales más deprimidas del sector agropecuario solo deban tener el Sisbén y ninguna otra es para poder acceder a otros servicios del estado. (en Colombia, Turismo en villavicencio, 2018)

1.3.3 Historia de la panela.

Un día de verano en la sabana de mesetas a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX se observaban las malocas de las fincas los palos rudimentarios con forma de mango que se utilizaban para moler la caña y obtener el dulce sabor del guarapo que se fermenta con los días. En esta época las pequeñas fincas utilizaban los cuadros extraídos de la caña para obtener el dulce sabor de los jugos y las mazamorras. Los finqueros que poseían una buena economía comenzaron a sembrar varias hectáreas de caña dulzales y se beneficiaban de la transformación de la molienda. Gracias a esto empezaron a conformarse como pequeños comerciantes empresarios que abastecían a los mercados rurales.

Con la llegada de la industrialización se mejoraron los procesos de producción de la panela, un factor clave fue la llegada de la luz eléctrica al trapiche de los productores, ya que con ella se logró instalar ruedas y motores, dando paso a las grandes estancias cañeras, logrando que

Colombia se convirtiera en el segundo productor de panela a nivel mundial y el primero en consumo per-capital.

1.3.4 Integración regional de la Agroindustria panelera en Colombia.

La producción de panela es una de las agroindustrias rurales de mayor tradición en América Latina y el Caribe. En contraste a la industria azucarera, la producción de panela se realiza en pequeñas explotaciones campesinas mediante procesos artesanales en los que prevalece una alta intensidad de trabajo familiar y aún muy bajas tasas de introducción de tecnologías mecanizadas o de alta intensidad de capital (FAO, 2004). La producción panelera se presenta en casi todos los países.

Por su largo paso en la historia de los países Latino Americanos la panela se ha destacado como una industria con un alto posicionamiento en el mercado regional, con respecto al último año esta ha tenido varios inconvenientes por los bajos índices de compra, y la disminución de la demanda, dado a la poca participación de los jóvenes en el mercado, por lo tanto, esto se ve reflejado en el consumo per-capital a nivel mundial.

En Colombia la agroindustria panelera es una de las principales actividades económicas en las regiones de los Andes como estrategia de generación de ingresos para más de 70 000 familias campesinas, que responden a una significativa demanda nacional y a un consumo arraigado en los sectores urbanos y rurales del país. (FAO, 2019)

Algunos de los indicadores muestran que Colombia es el segundo país en producir panela, y contribuye al 10% que corresponde a 13 millones de toneladas al año de la producción mundial, en este sector se están vinculando un promedio de 350.000 personas entre productores, colaboradores, comercializadores. Donde se están generando acerca de 120.000 empleos estables. El área ocupada por esta actividad es de 226.000 hectáreas solo en el cultivo de caña, en el país existen aproximadamente 20.000 trapiches como infraestructura para el procesamiento. Aportando con un 6.7% en el PIB agrícola. (FAO, 2019)

El cultivo de la caña panelera se desarrolla principalmente en la Región Andina sobre las laderas de las tres cordilleras que atraviesan el país, en la franja altimétrica comprendida entre 700 y 2.000 metros sobre el nivel del mar, Las condiciones fisiográficas en que se desenvuelve el cultivo de esta especie son muy variadas dependiendo de la región; sin embargo, las que más predominan son las áreas de pendientes medias a altas con inclinaciones que oscilan entre el 10 y el 40 por ciento (Región de la Hoya del Río Suárez, Cundinamarca, Nariño, Antioquia, Eje Cafetero y Norte de Santander). (FAO, 2019)

La producción panelera se ha dispersado en la geografía colombiana, representándose en casi todos los departamentos del país como una actividad económica, las regiones colombianas más productoras son Boyacá, Santander, Cundinamarca, Antioquia, Huila, Meta y Nariño. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2020)

Los rendimientos obtenidos por hectárea son muy heterogéneos, debido a las diferencias en los contextos socioeconómicos y tecnológicos en que se desarrolla la producción. Los mayores rendimientos se alcanzan en la región de la Hoya del Río Suárez (ubicada en los departamentos de Boyacá y Santander), donde se ha logrado el mayor desarrollo tecnológico tanto del cultivo como del procesamiento de la caña panelera. (riveros, 2020)

Esta diferenciación se debe a qué hay diferentes climas en las diversas regiones del país donde se maneja este cultivo, sin embargo, la mayoría no tienen el músculo financiero para implementar tecnologías que optimice la siembra y producción de la caña. (riveros, 2020)

Con respecto a estas explotaciones las cuales tienen un eminente carácter comercial, en estos casos se frecuenta la existencia de cultivos de caña, con extensiones superan las 50 ha estos son cultivos grandes, que se dividen en los departamentos con mayor producción. (FAO, 2019)

1.3.5 División política del Meta.



Figura 1. Mapa de la división política del departamento del Meta. Copyright © 2005 - 2019 Toda Colombia.

1.4. Aspectos Económicos.

En el mundo uno de los cultivos industriales más importantes es la caña de azúcar, casi 27 mil hectáreas son cultivadas y se sacan de alrededor 1.900 millones de toneladas. La caña de azúcar se cultiva principalmente en las regiones tropicales y subtropicales del mundo, compitiendo así con otros endulzantes; Es necesario estar innovando en los cultivos para que estos sean competitivos y productivos, asegurando la sustentabilidad. (FAOSTAT, 2018)

La economía de la caña de azúcar a nivel mundial tiene una producción anual de 1,900 millones de toneladas. Dentro de los países productores de caña de azúcar se encuentran en los cinco primeros puestos: Brasil con 719,157 tonelada, India con 277,750 tonelada, China 111,454 tonelada, Tailandia con 68,808 tonelada y México con 50,423 tonelada. El rendimiento promedio de la caña de azúcar en el mundo se acerca a 60 toneladas por hectárea. (yara, 2019)

Otros países productores de caña de azúcar son Colombia y Argentina dado que estos suelen tener un rendimiento de más de 20 millones de toneladas por año. Representando así Colombia el 1,3% de la producción mundial. (yara, 2019)

1.5. Aspectos económicos entorno sectorial.

La economía del departamento del Meta se fundamenta esencialmente en la ganadería, la agricultura, el comercio, el petróleo y la industria en sí. Por ser un departamento netamente relacionado con la agroindustria en este se hallan varios cultivos como lo son la palma, el arroz, frutales y otros. Por otro lado, la piscicultura junto con la industria de la elaboración de bebidas y la extracción de la palma de aceite ocupa un lugar importante en la economía de la región. (Economía, 2014)

De igual manera la producción de panela en el departamento del Meta muestra un crecimiento y una apertura de mercados locales, nacionales e internacionales, e incluso la gobernación del Meta ha venido impulsando la producción de panela en el territorio pues se pretende mejorar la calidad del producto y con esto aumentar no solo su participación en la economía sino también favorecer la sostenibilidad del sector, mediante el incremento de la industrialización de panela de buena calidad. (Periodico del Meta, 2018).

1.6. Análisis sectorial .

La Cámara de Comercio contempla la actividad económica de la transformación de la panela en sub productos con el código 1072 en la sección C, división 10, grupo 107. En la clasificación de las actividades económicas, la transformación de la panela se ubica con el código CIIU 1072; esta clase indica la elaboración de la panela a partir de jugos de caña y de sus subproductos. Dentro de la clasificación en el código CIIU, se encuentra ubicada la comercialización al por mayor de productos alimenticios con el código 4631 en la sección G, el cual indica “ El comercio al por mayor de frutas, legumbres y hortalizas, productos lácteos, huevos y productos de huevos, aceites y grasas comestibles, carnes y productos cárnicos, productos de la pesca, azúcar, panela, productos de confitería, productos de panadería y productos farináceos, café transformado, té,

cacao y chocolate y especias, salsas, y otros preparados alimenticios.” (DANE, DANE, 2012) y en la clasificación de productos alimenticios al por menor el código CIIU es el 4729 en la sección G, el cual indica “El comercio al por menor de confitería o dulcería, preparados principalmente con azúcar, frutas, nueces secas confitadas, gomas de mascar, caramelos, turrónes, jaleas, bocadillos, entre otros.” (DANE, DANE, 2012)

Y por último el código CIIU en la clase de la confitería donde está ubicado PANELIS es el 1082 en la sección C, división 10, grupo 108; el cual hace referencia a la “Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería, La elaboración de productos de confitería: caramelos, turrón, confites blandos, chocolate blanco, entre otros.” (DANE, DANE, 2012)

Dentro del sector agroindustrial de la panela el Ministerio de Agricultura y Desarrollo aprobó una ley en la que se les excluirá pagar el impuesto de renta asociado a las ventas de dichos productos durante un plazo de 7 años con posibilidad de prórroga. Además “se crean Incentivos tributarios para pequeñas, medianas y grandes empresas de productos de consumo masivo que comprenden productos elaborados con panela provenientes de trapiches de economía campesina.” (Fedepanela). Esto con el fin de ayudar a impulsar a las empresas que apenas están iniciando en el mercado y buscando posicionar y generar una rentabilidad en el sector. De igual manera la Federación Nacional de Productores de Panela busca mejorar el mercado implementando planes tecnológicos, estrategias de marketing, líneas de crédito y financiamiento para impulsar el sector. (Mejía, A, 2016). Colombia posee distintas asociaciones de paneleros entre las más importantes están: (Presidencia de la República de Colombia, 2019)

- FEDEPANELA
- FONDO DE FOMENTO PANELERO
- COOPACAÑA
- ASOCIACIÓN DE PANELEROS
- ASOPAME
- ASOCAME

En el municipio de mesetas (Meta) está ubicada la asociación ASOCAME con la cual se realizará una alianza estratégica para la compra de la materia prima, es decir, la panela ya procesada, pero en su estado sólido y natural, sin adición de químicos, preservantes ni sabores artificiales. Este municipio colinda con el municipio de San Juan de Arama y con la Uribe, es uno de los principales municipios con mayor extensión de cultivos de caña panelera, generando así su fácil obtención; las condiciones climáticas tropicales de este municipio cumplen con requerimientos para la producción óptima de la caña panelera. (Alcaldía de Mesetas, 2020)

La caña panelera en el departamento del Meta se produce en un área de 1.479 hectáreas, el rendimiento promedio es de 1.250 kilogramos de panela por hectárea, generando así una producción de 1.820 toneladas. Dentro de la participación de los municipios con mayor producción panelera encontramos a mesetas con 33,8%, seguido de la Uribe con 27% y la Macarena con 8,1%. (El Tiempo, 2020)

Mesetas es uno de los mayores productores de panela en el departamento del Meta, donde la panela y miel de caña es producida por excombatientes y mujeres madres cabeza de familia de la zona rural, contribuyendo así con el desarrollo sostenible de la región.

Gracias a esto **PANELIS S.A.S** es un producto que se considera tendencia local; impulsador de la economía de familias campesinas de la región. Del mismo modo, el sector de la confitería brinda una experiencia diferente por su sabor distinguido y la personalización del producto. El concepto de llevar la panela como materia prima a un dulce ya ha sido probado en diferentes partes del mundo y se ha constituido como una tendencia importante en la industria alimenticia. Así mismo, es importante resaltar que el mercado de la confitería constituye uno de los más grandes del país, dado que, sus ventas han alcanzado los 217 millones de dólares en 2017. (Revista Alimentos, s.f.). Por ende, es viable realizar la introducción de un dulce artesanal de panela en la ciudad de Villavicencio dadas las posibilidades comerciales que tiene la panela a nivel nacional e internacional, según la FAO:

“En Colombia la agroindustria panelera es una de las principales actividades económicas en las regiones de los Andes como estrategia de generación de ingresos para más de 70

000 familias campesinas, que responden a una significativa demanda nacional y a un consumo arraigado en los sectores urbanos y rurales del país.” (FAO, 2004)

En una sociedad cambiante y en continua evolución como la actual, quedarse en lo mismo, es sinónimo de retroceder, por ende, es de gran importancia innovar y darle al consumidor cosas nuevas con el fin de explorar en nuevos territorios y sacarle máximo provecho a dicho aspecto. Ahora bien, la idea de crear un producto con panela y anís permite ser partícipe de esta innovación.

El mercado de la confitería constituye uno de los más grandes del país, ya que las ventas han superado los 217 millones de dólares en 2017 y del mismo modo nuevas vías de negocio se han abierto con una perspectiva amplia para los empresarios. (procolombia, 2020)

Adicionalmente, analizando los productos a base de panela desde un ámbito nutricional donde podemos encontrar beneficios a la salud como lo son, minerales y vitaminas A, B (B1, B2, B3, B5, B6, B8 Y B9), C, D y E, cada una de ellas beneficiosa para distintos aspectos del funcionamiento del organismo (Giner, 2017). Es decir, aporta a la salud de los consumidores, considerando que se le ofrece una comida saludable y libre de bacterias u otros factores negativos. Y, del mismo modo, es amigable con el medio ambiente, puesto que disminuye el gasto de energía al no utilizar ningún tipo de electrodoméstico, únicamente constituye el uso de una estufa junto con una olla de acero inoxidable en la cual se batirá constantemente el producto. (Esalud, 2017) Dentro del área de cocina se implementará la reutilización de los filtros de cocina que se utilizan para la producción industrial, estos nos permitirán reducir el impacto ambiental emitido por el CO₂; disminuyendo la retención de aceites. Estos filtros serán evaluados mediante el mantenimiento de limpieza y desinfección para tener un continuo servicio.

Finalmente, en cuanto al aporte académico, la investigación para introducción de un dulce de panela a base de anís en Villavicencio permite explorar el consumo del producto y mediante este estudio se logra hacer una base para la realización de estudios posteriores que este u otros proyectos de mercadeo lo requieran. Ahora bien, específicamente dentro del sector, el proyecto apoya la innovación y un aporte en la industria llanera.

1.6.1 Zonificación.

El mercado objetivo apropiado del producto se ubica en el departamento del Meta en el municipio de Villavicencio, esta cuenta con una población de 527.673 habitantes en el año 2019, generando así que haya una mayor aceptabilidad para la creación de un dulce a base de panela y anís. (meta g. d., 2019) El alto consumo de panela en Villavicencio es un factor beneficioso para **PANELIS S.A.S** por lo que el comportamiento de compra y adquisición en la canasta familiar de los Villavicensenses siempre incluyen la panela como alimento de primera necesidad.

Según el análisis de la zona del mercado potencial, encontramos que según su densidad poblacional y preferencias de consumo nuestro mercado iniciara en la ciudad de Villavicencio, donde esperamos hacer posicionamiento de la marca y del producto, para que en un futuro pueda extenderse a otros municipios, departamentos y porque no países. Las características de consumo se identifican mediante porcentajes de la siguiente manera, el total de la población en los municipios es de 516.831 mil equivalentes al 100%. La población a nivel departamental es de 1.016.701 y dentro de estas el 50,80% es de población municipal. Esta población se divide en cuanto al género de la siguiente manera: hombres equivalen al 48,56% y mujeres el 51,44%. El potencial activo en el rango de edad productiva se encuentra entre los >15 o < 59 años con un porcentaje de 65,55% y en la población inactiva < 15 o > 59 años con un porcentaje del 35,72% (Alcaldía de Villavicencio, Informe de gestion vigencia 2018, 2019)

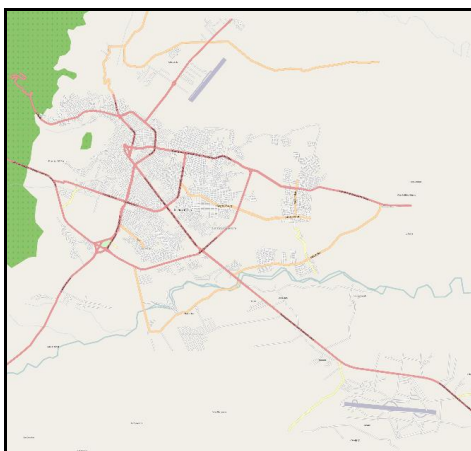


Figura 2 Mapa de Villavicencio- Alcaldía de Villavicencio. Copyright © 2016 Alcaldía de Villavicencio

2. Idea del negocio

Nuestra idea de negocio es conformar una pequeña empresa productora de dulces artesanales a base de panela y anís dado que nosotras como estudiantes encontramos en este emprendimiento una opción no solo de negocio si no de retribución social a los pequeños productores de panela del municipio del departamento del Meta. Para poner en contexto la idea de negocio y para verificar si es viable o no en la ciudad de Villavicencio se parte desde la investigación de mercados, donde se identificó la necesidad del mercado y así mismo surgió la pregunta problema, analizando de una forma globalizada el contexto Mundial, Nacional Departamental y Local, identificando los posibles sustitutos y los agentes que pueden intervenir en este mercado, esto permite afirmar que la panela es un bien de consumo relevante para los hogares de escasos recursos, sin embargo está perdiendo participación en los hogares de buena estabilidad económica, por los productos sustitutos como lo son el azúcar y endulza té artificial, Por ello nace la idea de darle un valor agregado a la panela con el ingrediente del Anís y sus derivados, implementado más allá de un endulzante, a un caramelo artesanal para cualquier tipo de población.

2.1 Descripción del producto.

PANELIS es un dulce compuesto por el jugo de la caña de azúcar y el dulce sabor del anís, con forma ovalada y una textura sólida agradable para cualquier paladar.

- **Presentación comercial:** Se fabrica en una única presentación de paquete por 500 gramos es decir 100 unidades individuales de 5 gramos, con un embalaje de docena de paquetes por caja de cartón de material reciclado con un tamaño pequeño de 30 centímetros por 40 centímetros, teniendo como provecho un volumen de 48000 centímetros cúbicos.



Figura 3. Empaque por 100 unidades de PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020



Figura 4. Empaque por 100 unidades de PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

- **Descripción física del producto:** es un dulce elaborado de manera artesanal compacto con sabor y olor característico al jugo de la caña de azúcar y la mezcla del anís. (Villetaresort., 2019)

Empaque individual:



Figura 5. Empaque individual de PANELIS S.A.S. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

- Ingredientes para producir 1 lote de 100 unidades de dulce terminado:
 - 1 panelon (3.750 gramos) de panela solida

- 2 mililitros (60 mililitros) de esencia de anís
 - 2 litro de agua
- Tabla nutricional del producto
- La intención de beneficio nutricional del producto es que las personas encuentren un dulce que les pueda ayudar a aportar valores energéticos de los beneficios del anís y la panela

Tabla 2. *Propiedades nutricionales de la panela*

Composición	Cantidad (gr)	CDR(%)
Kcalorías	351	18.3%
Carbohidratos	80	25.7%
Proteínas	0.7	1.5%
Fibra	0.27	0.9%
Grasas	0.14	0.3%
Minerales	Cantidad (mg)	CDR(%)
Sodio	60	3.8%
Calcio	204	17%
Hierro	5	62.5%
Magnesio	0	0%
Fósforo	66	9.4%
Potasio	165	8.3%
Vitaminas	Cantidad (mg)	CDR(%)
Vitamina A	1	111.1%
Vitamina B1	5	416.7%
Vitamina B2	1.5	115.4%
Vitamina B3	0	0%
Vitamina B12	0	0%
Vitamina C	3	3.3%

Nota: *tabla de propiedades nutricionales de la panela. Copyright © Vegaffinity

Tabla 3. Propiedades nutricionales del Anís

Composición	Cantidad (gr)	CDR(%)
Kcalorías	337	17.6%
Carbohidratos	50	16.1%
Proteínas	17.6	36.8%
Fibra	14.6	48.7%
Grasas	15.9	29.9%

Minerales	Cantidad (mg)	CDR(%)
Sodio	16	1%
Calcio	646	53.8%
Hierro	36.96	462%
Magnesio	0	0%
Fósforo	440	62.9%
Potasio	1441	72.1%

Vitaminas	Cantidad (mg)	CDR(%)
Vitamina A	0	0%
Vitamina B1	0.34	28.3%
Vitamina B2	0.29	22.3%
Vitamina B3	3.06	0%
Vitamina B12	0	0%
Vitamina C	21	23.3%

Nota: *Tabla nutricional del anís. Copyright © Vegaffinity

- Beneficios de consumo:

Los beneficios alimenticios de consumir panela para la salud pueden ser de gran valor nutricional y energético; además de esto como tratamiento funcional del organismo podemos encontrando minerales y vitaminas A, B (B1, B2, B3, B5, B6, B8 Y B9), C, D y E, cada una de ellas favorables para distintos aspectos funcionales del organismo (Giner, 2017).

En cuanto al anís es una semilla que logra neutralizar los sabores y a su vez genera una sensación de alivio y energía después de las comidas, por los beneficios que posee principalmente dentro de estos encontramos los siguientes: acelerar procesos metabólicos del organismo, combate problemas estomacales como: inflamación de la mucosa (gastritis), pirosis (acidez), flatulencias; posee un efecto antiespasmódico, reduce los niveles de estrés y la

neurastenia, favorece el sistema respiratorio y combate enfermedades como: asma, gripe, tos y bronquitis. (La Red 21, 2016)

La mezcla de la panela y el anís genera un dulce artesanal saludable con alta carga de valor nutricional y beneficios medicinales que ayudan al consumidor; siendo así un dulce agradable y de fácil consumo, logrando neutralizar sabores y evocando recuerdos ancestrales que conectan con las costumbres de nuestra región. La intención de nuestro producto es que las personas obtengan un dulce que aporte los beneficios nutricionales del anís y la panela.

3. Planteamiento del problema

3.1 Detención de la necesidad.

Nosotras como estudiantes de Administración de Empresas Agropecuarias próximas a graduarnos como profesionales nos surge la necesidad de emprender negocios con un alto nivel de responsabilidad social que no solamente sean rentables, sino que también impulse el desarrollo económico de nuestro departamento.

Este emprendimiento busca generar alianzas estratégicas con las asociaciones de paneleros del departamento del Meta, con el fin de incrementar el consumo de los productos derivados de la panela a nivel regional, y así apoyar las iniciativas propuestas para fomentar y fortalecer el sector agropecuario del departamento. Además de esto en Villavicencio no existe una empresa que fabrique dulces ancestrales 100% naturales que benefician positivamente la salud de sus comensales y que aportan a la responsabilidad social y a la creación de alianzas con los agricultores campesinos de Mesetas, Meta y por consiguiente al crecimiento económico de nuestro departamento.

La columna vertebral de este emprendimiento está basada en rescatar y salvaguardar la tradición llanera de nuestra tierra, donde con un solo producto el consumidor podrá recordar a los ancestros típicos de la sabana de la altillanura, manteniendo en el tiempo costumbres hereditarias para las futuras generaciones, ayudando a activar la economía regional.

Por otro lado, el dulce artesanal **PANELIS S.A.S** logra neutralizar los sabores y a su vez genera una sensación de alivio y energía después de las comidas, por los beneficios en los que se encuentran principalmente; acelerar procesos metabólicos del organismo, combate problemas estomacales como: gastritis, acides, y gases.

3.2 Planteamiento del problema.

En el departamento del Meta actualmente se puede evidenciar la ausencia de producción de dulces artesanales oriundos de la región, debido a esto existen nuevas posibilidades de penetración para generar nuevas aperturas de mercado, con la capacidad de ofertar productos, antes no ofrecidos al consumidor, es por esto que muchas empresas y productores invierten en la innovación de productos nuevos y atractivos para el cliente final, pero aún más importante que impulsen el comercio del sector y ayuden a los productores agropecuarios regionales ante la crisis.

Los productores de panela en Villavicencio tienen como principal mercado objetivo hogares de la ciudad quienes diariamente incluyen este en la canasta familiar, gracias a este factor, se podría determinar que **PANELIS S.A.S** tendrá una buena acogida ya que su familiaridad con el mercado se facilitará, dado que es un producto con un sabor esperado, pero con el distinguido sabor del anís, quien brindara un sabor especial y acogedor al cliente. Su valor agregado busca impulsar el sector agropecuario permitiendo su reconocimiento para que este pueda ser incursionado en la confitería villavicencense.

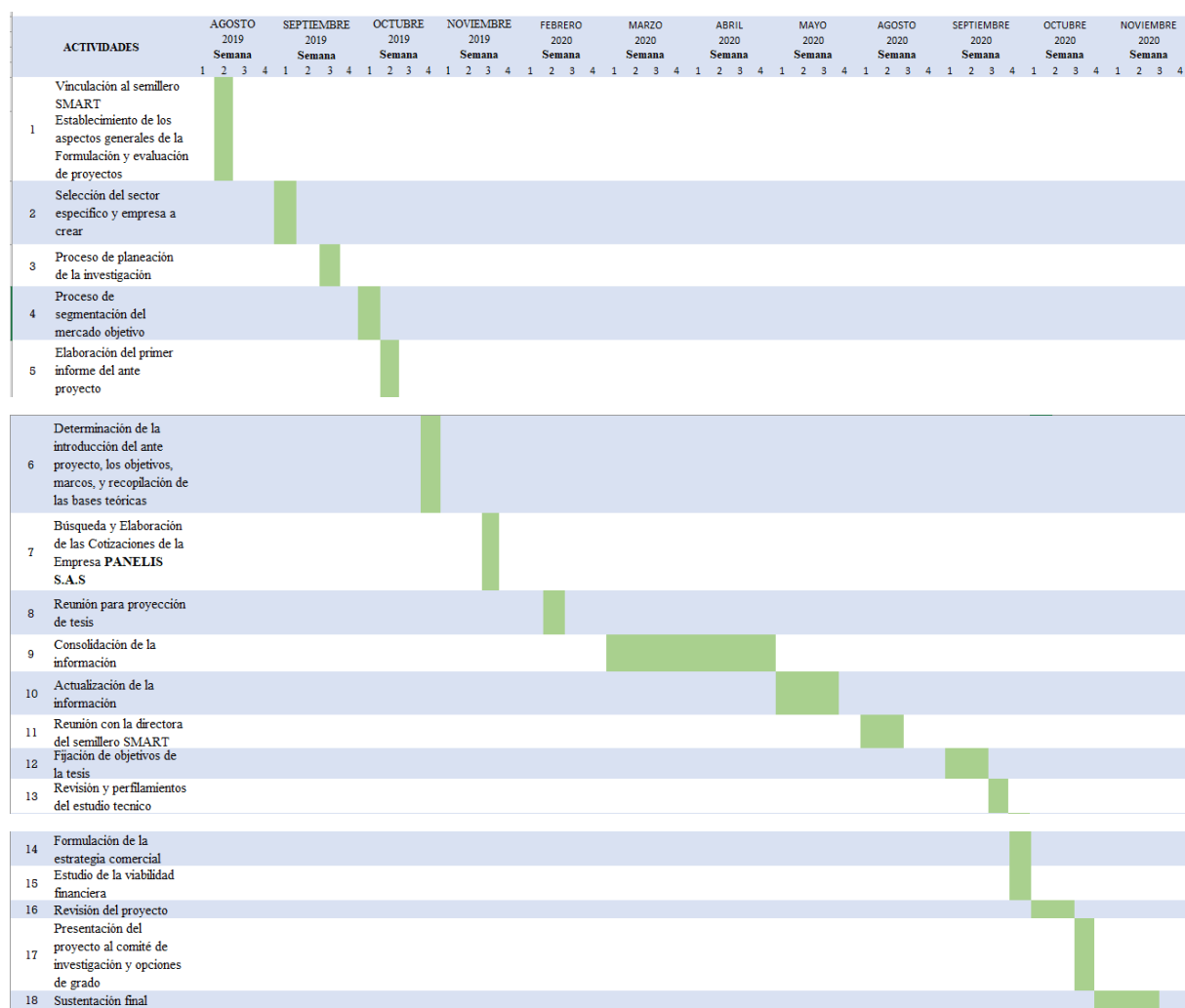
3.3 Formulación del problema.

Desde hace unos años, en Colombia se ha introducido con mayor demanda la tendencia de consumir dulces, dejando atrás el concepto de que consumir dulce es solo para niños o son dañinos y no aportan vitaminas. Actualmente, el dulce es un producto que contiene diversas formas de preparación, encontramos a base de azúcar, agua, lácteos, frutas y miel. El dulce es ahora considerado un postre más y debido a esto, se encuentra en variadas presentaciones, además este ha cambiado la percepción que tiene el cliente del precio del producto, para ser más concretos: Un dulce se cataloga por el cliente promedio como un producto económico, es por eso que es necesario determinar el público al cual va a ser ofertado y la estrategia a efectuar.

En ese orden de ideas, es importante para nosotros como futuros profesionales preguntarnos, **¿Cómo emprender y determinar la viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración de un dulce artesanal a base de panela y anís?**

Ante esto se realizó un análisis del porque emprender el plan de negocios, dado que somos futuros profesionales en Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Santo Tomas sede Villavicencio, y nos genera una expectativa muy grande emprender negocios con responsabilidad social que ayuden a nuestros campesinos a generan empleo y rentabilidad en sus cultivos. Ante esto el plan de negocios se inicia desde la clase de Formulación y Evaluación en el año 2019 y se consolida con la vinculación al semillero S.M.A.R.T. (se plantea el siguiente cronograma de GANTT)

Tabla 4. Diagrama de GANTT del plan de negocios



Nota: fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Se realizo una investigación al mercado potencial por medio de formularios estructurados y encuestas a profundidad que nos arrojaron datos cuantitativos y cualitativos los cuales se convirtieron en herramienta base para la toma de decisiones de este proyecto. Se realizo una revisión bibliográfica y literaria para argumentar el marco referencial de este proyecto junto con la estructura del estudio técnico y la evaluación de la viabilidad financiera del mismo. Esta investigación se realizó en la universidad Santo Tomas y en la ciudad de Villavicencio- meta; por las estudiantes Stefanie Peralta y Evelyn Torres, con el apoyo académico de la Docente Diana Lorena Galeano.

3.4 Pregunta problema.

¿Cómo emprender y determinar la viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración de un dulce artesanal a base de panela y anís?

4. Objetivos

4.1 Objetivo General.

Implementar un plan de negocios para la creación de la empresa **PANELIS S.A.S**, encargada del proceso de la transformación de la panela y el anís para la elaboración de un dulce artesanal.

4.2. Objetivos específicos

- Identificar el comportamiento del sector panelero en el departamento del Meta.
- Elaborar el estudio técnico del plan de negocios.
- Investigar el mercado objetivo y precisar la aceptabilidad del producto **PANELIS S.A.S**.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto **PANELIS S.A.S**.

5. Estudio Técnico

5.1 Tamaño del proyecto.

El proyecto se enfoca en la creación de una empresa productora de dulces artesanales encargada de la venta a nivel local en la ciudad de Villavicencio.

La capacidad diseñada de producción de esta empresa en una hora de trabajo se producen 1.200 unidades de dulce, en 1 día se producen 9.600 unidades. Se estima una capacidad instalada de 8 horas diarias de trabajo por 6 días a la semana lo que indica que se podría producir 230.400 unidades al mes, con un promedio de 2.304 paquetes por 100 unidades. El costo unitario de paquete será de \$7.600 pesos y esperamos una utilidad del 100% que es de \$6.400 pesos sobre cada paquete, lo que indica que el precio de venta es de \$14.000 mil pesos.

5.1.1 Capacidad Diseñada.

Se tendrá una capacidad de producción de 9.600 unidades al día, ya que estas serán suficientes unidades para un buen comienzo

Una olla posee una capacidad de 12 litros, en donde se le adicionaran 3 panelones, 12 mililitros de anís y 12 litros de agua para generar la mezcla homogénea del dulce artesanaL, para producir 600 dulces. Este proceso dura aproximadamente 40 minutos y la mezcla debe estar revolviéndose constantemente a 100 °C. Después de que la mezcla ya esté lista se prosigue a ponerla en los moldes de madera, los cuales se encuentran a temperatura ambiente para que los dulces se solidifiquen. Este proceso dura aproximadamente 1 hora.

5.1.2 Capacidad Instalada.

La capacidad instalada es de 11.000 unidades diarias, contando con todos los implementos que requerimos. Si se pone a producir el 100% de la capacidad de la maquinaria, se producen 9.600 unidades diarias del dulce en 2 jornadas de trabajo, una en la mañana y otra en la tarde, dado que, en 1 jornada se producen 4750.

5.1.3 Capacidad Real.

La capacidad real será de 9.600 unidades diarias, se tendrá esta producción siempre y cuando la demanda lo exija, para así no terminar en pérdidas de producción donde se distribuirán en paquetes de 100 unidades que tendrá un valor de \$14.000 (catorce mil pesos) cada uno.

5.2 Macro localización.

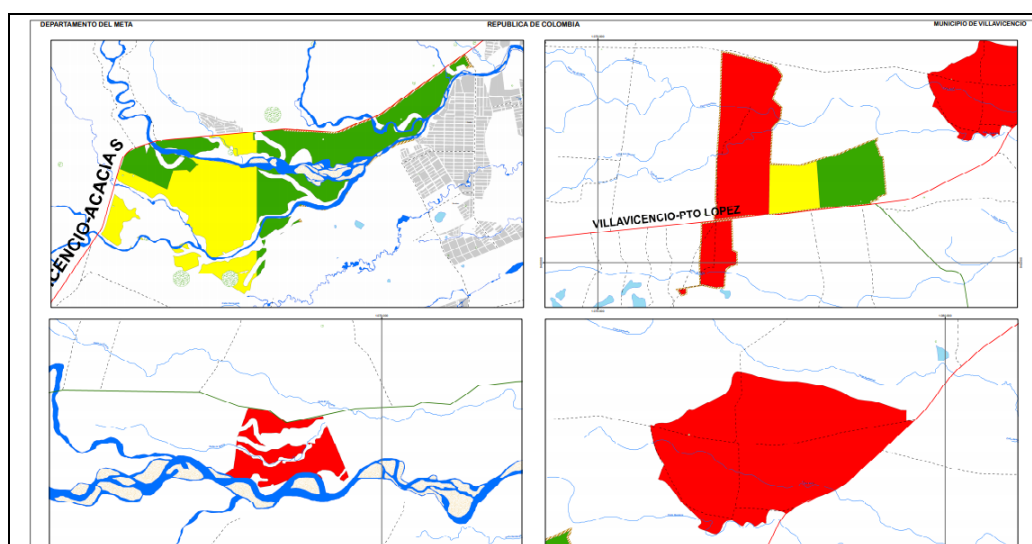


Figura 6. Localización de la zona de referencia. Copyright © 2016 Gobernación del Meta

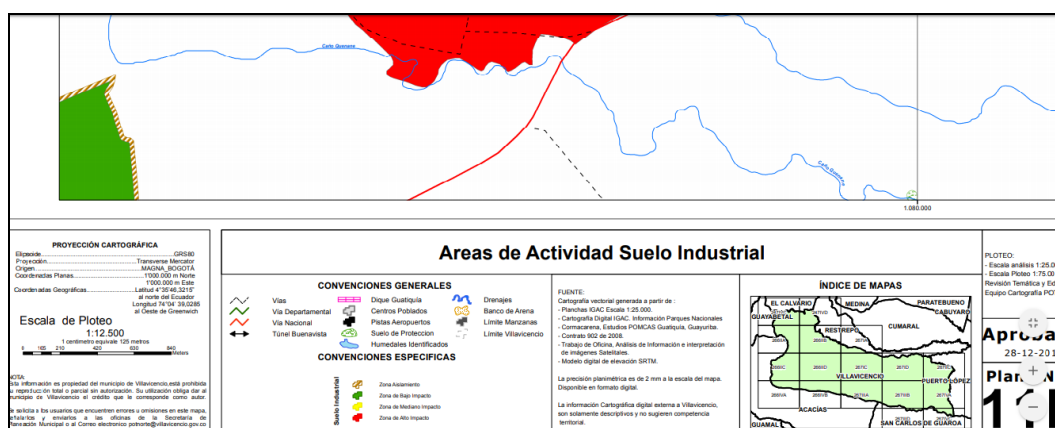


Figura 7. Actividad de uso del suelo de la planta de producción. Copyright © 2016 Gobernación del Meta.

La localización de **PANELIS S.A.S** es en la capital del departamento del Meta, Villavicencio cuenta con un sistema de actividades en requerimiento de la industrialización y la localización que se escoja ya que tiene características de áreas sobre actividad planteada en el suelo.

Para **PANELIS S.A.S** es muy importante contribuir y cumplir con los requisitos y los requerimientos que exige el POT, dentro del análisis que se realizó para su localización se escogió una zona de bajo impacto y área industrial activa en la ciudad, esta zona también tiene beneficios para **PANELIS S.A.S** importantes como vías principales y alternas.

Dirección: Calle 15 12 69 MZ 38K CS 11 Barrio el Estero.

- **Ubicación de Colombia:**

“La República de Colombia se localiza al noroeste del continente de América del Sur. Al norte limita con la República de Panamá y el mar Caribe, por el Oriente con las Repúblicas de Venezuela y Brasil, por el sur con las Repúblicas de Perú y Ecuador, y por el occidente con el océano Pacífico.” (Republica, 2020)



Figura 8. Mapa de la Republica de Colombia. Copyright © 2005 - 2019 Todo Colombia

- **Villavicencio**

“Villavicencio es un municipio colombiano, capital del departamento del Meta y el centro comercial más importante de los Llanos Orientales. Está ubicada en el piedemonte de la Cordillera Oriental, al noroccidente del departamento del Meta, en la margen derecha del río Guatiquía.” (Mapas, 2020)



Figura 9. Ubicación geográfica del departamento del Meta. Tomada de Alcaldía de Lejanías (2017)

5.3 Micro localización.

La fábrica de **PANELIS S.A.S** está ubicada en el barrio Estero esta ubicación nos favorece cumplir con los requerimientos del POT y el uso del suelo.

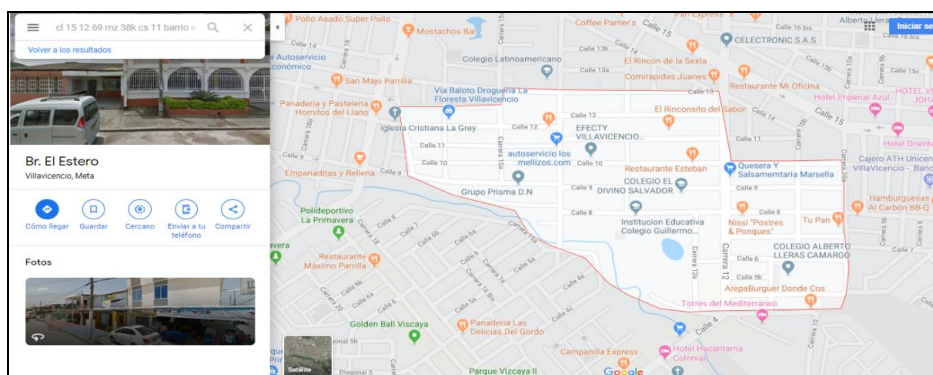


Figura 10. Ubicación geográfica de la planta de producción de PANELIS S.A.S Tomada de: Google Maps.

5.4 Diseño de planta.

5.4.1 Distribución de la planta administrativa.

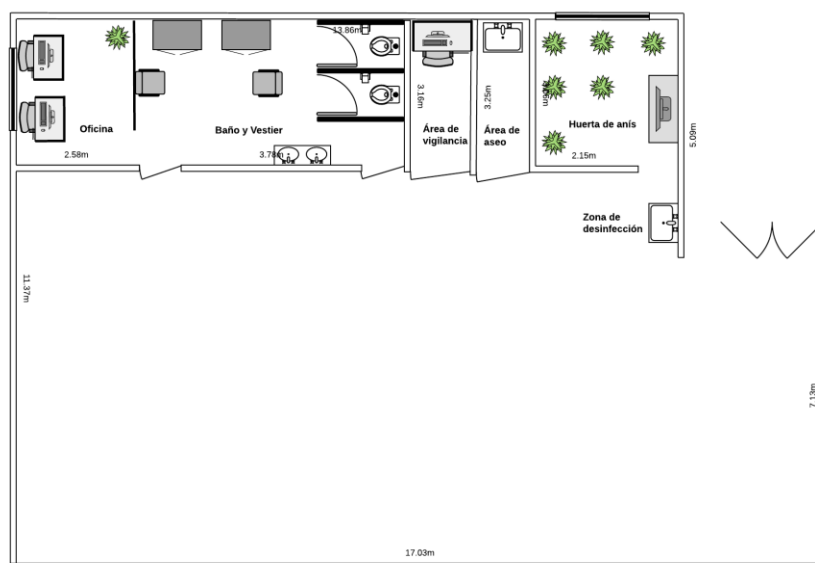


Figura 11. Distribución de planta administrativa. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

5.4.2 Distribución de la planta de operación.

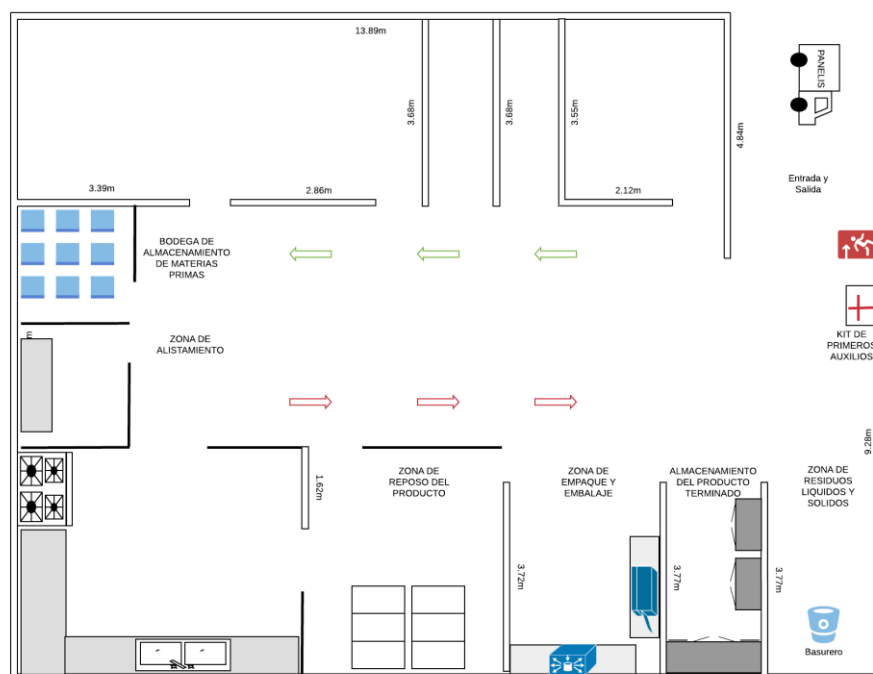


Figura 12. Distribución de planta de operación. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

5.4.3 Distribución de la planta lineal

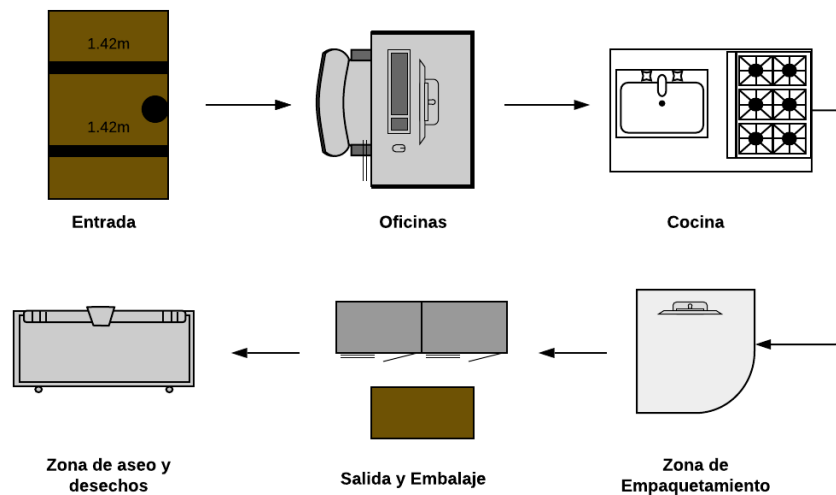


Figura 13. Distribución de la planta lineal. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

5.4.4 Distribución de la planta.

Tecnología de la producción.

Para la elaboración del dulce artesanal se necesita una cocina integral moderna compactada con fogones que se puedan graduar manualmente los grados centígrados para los requerimientos del producto, ollas aceradas grandes pandas que no dejan que en la combinación del anís y la panela se quemen o se peguen a la superficie.

De igual manera se debe observar en términos económicos que para la compra de estos aparatos se debe realizar una inversión de capital. Igualmente se debe tener en cuenta el impacto ambiental y social que estos generan; ambientalmente estos consumen gas, agua y luz, por lo tanto, se debe planear los tiempos en los cuales se fabricaran los dulces para poder así economizar en servicios públicos y ayudar al medio ambiente. Por el lado de lo social esta mejorará la productividad de la empresa en un 100% dado que se contará con la aparatología especializada y necesaria, reduciendo los tiempos y movimientos y aumentando la producción.

5.4.5 Mano de obra.

Para la producción y funcionamiento de la empresa, es necesario contar con colaboradores tanto en la parte administrativa como en la de transformación del producto, por esta razón es indispensable contar con:

Producción

- Gerente de Producción
- Cocineros encargados de la producción del producto

Administración

- Contador

Comercialización

- Especialista en el departamento de ventas

Es conveniente especificar que a estos se les pagara dependiendo de la actividad que laboren

5.5 Diagrama de Flujo del proceso.

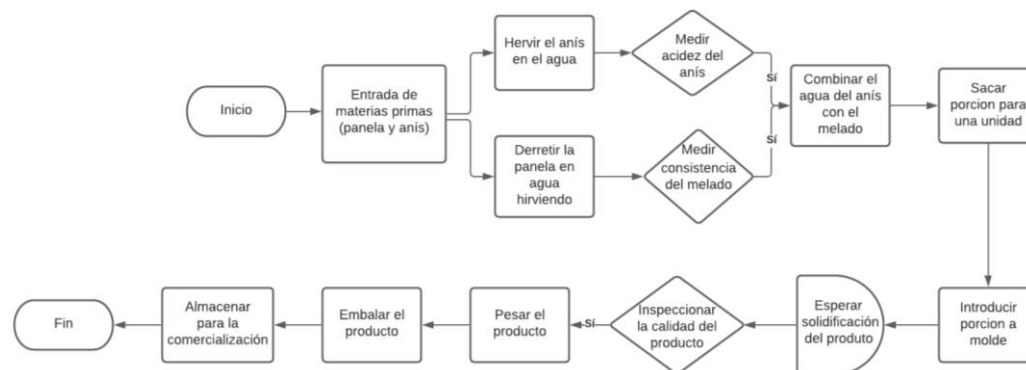


Figura 14. Flujograma de proceso. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

5.6 Mano de obra.

La mano de obra requerida para la creación del dulce artesanal es de 2 operarios.

- Costo de mano de obra de 1 operario

Tabla 5. Nomina

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	CALIDAD O PORCENTAJE	PORCENTAJE EMPLEADO	DESCUENTOS EMPLEADO POR MES	PAGOS DEL EMPRESARIO POR MES	PAGOS TOTALES AÑO EMPRESARIO
SALARIO	\$ 877.804			\$ 877.804	\$ 10.533.648
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 102.854			\$ 102.854	\$ 1.234.248
DOTACIÓN 3 VECES AÑO				\$ -	\$ -
INTERES DE CESANTIAS	12%			\$ 817	\$ 9.803
CESANTIAS	8,33%			\$ 81.689	\$ 980.266
PRIMA	8,33%			\$ 81.689	\$ 980.266
VACIONES 15 DIAS	4,17%			\$ 36.561	\$ 438.726
EPS	12,5%	4%	\$ 35.112	\$ -	\$ 421.346
AFP	16%	4%	\$ 35.112	\$ 105.336	\$ 1.685.384
ARL	0,522%			\$ 4.582	\$ 54.986
SENA	2%			\$ -	\$ -
I.C.B.F.	3%			\$ -	\$ -
CAJA	4%			\$ 35.112	\$ 421.346
TOTAL			\$ 70.224	\$ 1.326.444	\$ 16.760.018

Panelis será beneficiada por cumplir el art. 114-1 ET, exonerandose de los pagos a Salud, SENA e ICBF

Nota: fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Es decir que a la empresa a la empresa **PANELIS S.A.S** pagara a sus colaboradores \$877.803 S.M.L.V, más prestaciones, costando así mensualmente \$1.326.444 millones el salario de 1 operario y anual \$16.760.018 millones de pesos, es decir, que tener 2 operarios cuesta \$2.652.888 millones de pesos mensualmente y anual mente \$31.834.656 millones de pesos.

6. Financiación

Para comenzar con la empresa de dulce artesanal se cuenta con un capital inicial de \$23.732.140 óptimo para iniciar el sistema de producción.

6.1 Tabla de Presupuesto Maquinaria y Equipo y Muebles y enceres.

Para el comienzo de la microempresa no utilizaremos tecnología para el sistema de producción, ya que nos enfocamos en un sistema productivo artesanal, contamos con maquinaria sencilla para la elaboración del producto.

Tabla 6. *Presupuesto de Maquinaria y equipo*

Maquinaria y Equipo				
Número de unidades	Elementos	Unidad de referencia	Valor unitario	Valor total
1	olla industrial de gas	500 Litros	\$ 5.560.000	\$ 5.560.000
2	cucharones de acero	12 onzas	\$ 89.900	\$ 179.800
5	cuchillos de acero	unidad	\$ 11.900	\$ 59.900
1	mesones de acero	unidad	\$ 490.000	\$ 490.000
2	tabla picadora	unidad	\$ 78.000	\$ 156.000
1500	moldes	unidades	\$ 50	\$ 75.000
2	estantes	unidades	\$ 78.000	\$ 156.000
3	bandejas de acero	unidades	\$ 27.000	\$ 81.000
TOTAL				\$ 6.757.700

Nota: fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Tabla 7. *Presupuesto de Muebles y enceres*

Muebles y Enceres				
Numero de Unidades	Elementos	Unidad de Referencia	Valor Unitario	Valor Total
1	Computadora	unidad	\$ 299.000	\$ 299.000
1	Telefono	unidad	\$ 27.900	\$ 27.900
1	Impresora	unidad	\$ 248.540	\$ 248.540
1	Escritorio	unidad	\$ 199.000	\$ 199.000
2	Silla de escritorio	unidad	\$ 130.000	\$ 260.000
1	Mueble (Sofá)	unidad	\$ 440.000	\$ 440.000
Total				\$ 1.474.440

Nota: fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

6.2 Cotización Maquinaria y Equipo.

6.2.1 Olla a gas de 500 litros.



Figura 15. Cotización olla a gas de 500 litros. Tomado de Alibaba

6.2.2 Cuchillos de acero.

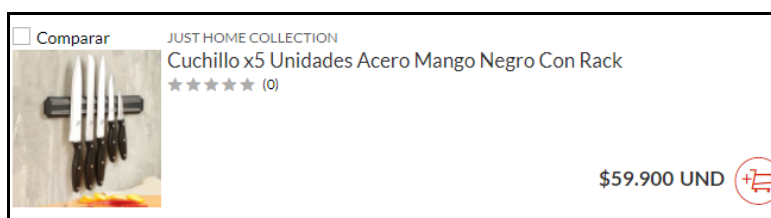


Figura 16. Cotización cuchillos de acero. Tomado de: Homecenter

6.2.3 Mesón de acero.



Figura 17. Cotización mesa de trabajo en acero inoxidable. Tomado de: Mercado Libre

6.2.4 Cucharon de acero

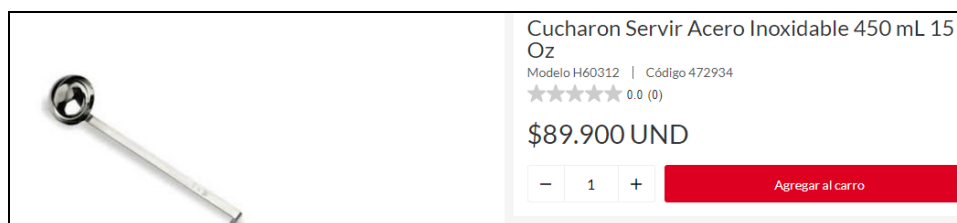


Figura 18. cotización cucharon de acero de 15 onzas. Tomado de: Homecenter

6.2.5 Tabla de picar

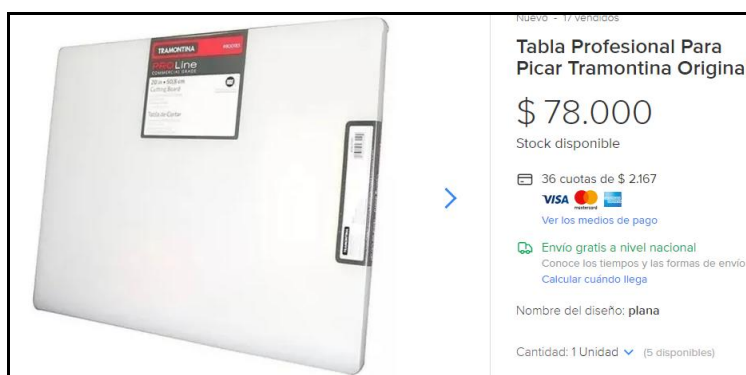


Figura 19. Cotización tabla para picar. Tomado de: Mercado Libre

6.2.6 Estanterías metálicas

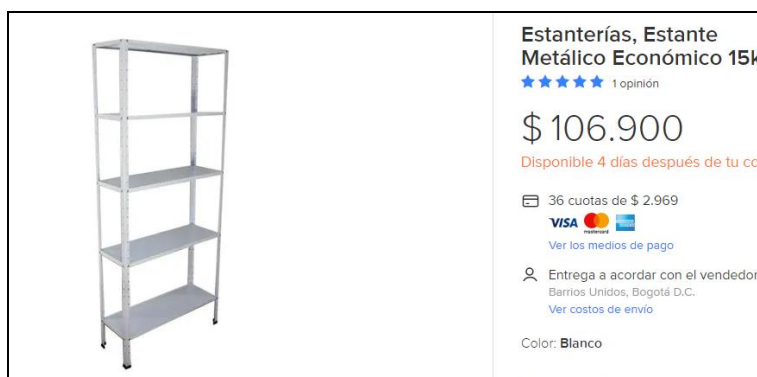


Figura 20. Cotización estanterías metálicas. Tomado de: Mercado Libre

6.2.7 Bandejas de acero

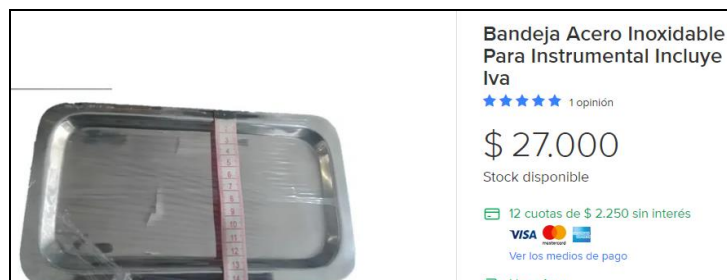


Figura 21. Cotización bandejas de acero. Tomado de: Mercado Libre

6.2.8 Computador



Figura 22. Cotización computador de mesa. Tomado de: Mercado Libre

6.2.9 Teléfono



Figura 23. Cotización teléfono fijo de mesa. Tomado de: Mercado Libre

6.2.10 Impresora



Figura 24. Cotización impresora hp. Tomado de: Mercado Libre

6.2.11 Escritorio



Figura 25. Cotización de escritorio para oficina. Tomado de: Mercado Libre

6.2.12 Sofá



Figura 26. Cotización de sofá para oficina. Tomado de: Mercado Libre

6.2.13 Silla de escritorio



Figura 27. Cotización silla de escritorio. Tomado de: Mercado Libre

7. Mercado de insumos

7.1 Insumos.

Tabla 8. *Insumos para la preparación del dulce artesanal*

Insumo	Unidad de Medida	Precio (\$)
Panela	Kilogramo	\$ 2.100
Agua	Metros cúbicos	\$ 500
Esencia de Anís	Mililitros	\$ 50
Empaque	Gramos	\$ 5
Embalaje	Kilogramos	\$ 5.000

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Este factor está cubierto ya que estamos ubicados en la zona urbana y podemos adquirir con facilidad los insumos que requerimos para la materia prima se tiene un buen proveedor ya que la panela está en sobre oferta, por lo tanto, tenemos buena entrada de materias primas y con un bajo precio

7.2 Registro de proveedores

Tabla 9. *Cuadro de selección de proveedores*

Materia Prima	Entidad	Precio	Gramaje (gr)	Fotografía
Panela	Pambele	\$ 2.000	3750	
Panela	Viveres Pot	\$ 1.500	3750	
Panela	Viveres JD	\$ 1.800	3750	
Panela	Deposito de papa y panela	\$ 2.150	3750	
Panela	Salsament	\$ 2.800	3750	

Nota: * Cuadro de proveedores de panela en el departamento del Meta. Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

7.3 Análisis de la selección de proveedores

Podemos concluir que el proveedor que más cumple con los requerimientos para beneficiar a **PANELIS S.A.S** fue la empresa Víveres Potosí dado que ítems tan importantes como precio activo en el mercado más bajo, en contraste con su ficha técnica es importante ver que no solo el precio es bajo si no su calidad es excelente.

- **Depósito de panela – Panela**

Tabla 10. *Cualificación depósito de panela*

Total: 4	CRITERIOS SELECCIÓN	MALO	BUENO	EXCELENTE
	Estructura de selección geográfica			X
	Calidad de información/comunicación		X	
	Precio costo de transportes y flete		X	
	Reputación y credibilidad			X
	confiabilidad			X
	Plazo de pago	X		
	Calidad		X	
	Precio	X		
	Total	2	3	3

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

- **Pambele- Panela**

Tabla 11. *Cualificación panela Pambele*

	MALO	BUENO	EXCELENTE
CRITERIOS SELECCIÓN			
Estructura de selección geográfica	X		
Calidad de información/comunicación		X	
Precio costo de transportes y flete	X		
Reputación y credibilidad			X
confiabilidad			X
Plazo de pago	X		
Calidad		X	
Precio		X	
Total	3	3	2

Total: 2

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

- **Víveres potosí – Panela**

Tabla 12. *Cualificación panela víveres Potosí*

	MALO	BUENO	EXCELENTE
CRITERIOS SELECCIÓN			
Estructura de selección geográfica		X	
Calidad de información/comunicación			X
Precio costo de transportes y flete		X	
Reputación y credibilidad			X
confiabilidad			X
Plazo de pago	X		
Calidad			X
Precio			X
Total	1	2	6

Total: 7

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

7.4 Análisis de la Cualificación del Anís

Podemos concluir que la empresa PANELIS se dedicara a cultivar de manera orgánica su propio anís, así mismo se reducirán costos generando un proyecto ecológico.

7.5 Calificación

Siendo 5 la calificación más alta y 1 la más baja.

- **Depósito de Panela**

Tabla 13. *Calificación panela depósito de panela*

DEPOSITO DE PAPA Y PANELA					
CRITERIOS SELECCIÓN	1	2	3	4	5
Estructura de selección geográfica	X				
Calidad de información/comunicación				X	
Precio costo de transportes y flete			x		
Reputación y credibilidad					X
confiabilidad					X
Plazo de pago	X				
Calidad				X	
Precio	X				
Total	3	0	1	2	2

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

- **Pambele papa y panela**

Tabla 14. Calificación panela Pambele panela

PAMBELE PANELA					
CRITERIOS SELECCIÓN	1	2	3	4	5
Estructura de selección geográfica			X		
Calidad de información/comunicación				X	
Precio costo de transportes y flete				X	
Reputación y credibilidad					X
confiabilidad					X
Plazo de pago	X				
Calidad					X
Precio					X
Total	1	0	1	2	4

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

- **Viveres Potosí – Panela**

Tabla 15. Calificación panela viveres potosí

VIVERES POTOSI - PANELA					
CRITERIOS SELECCIÓN	1	2	3	4	5
Estructura de selección geográfica	X				
Calidad de información/comunicación			X		
Precio costo de transportes y flete			X		
Reputación y credibilidad					X
confiabilidad					X
Plazo de pago				X	
Calidad					X
Precio			X		
Total	1	0	3	1	4

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Es posible evidenciar que aunque el precio del proveedor de viveres potosí al coste que nos deja el producto es muy económico a la competencia será restado más el flete de traer la materia prima lo que no nos favorecería e incurriríamos en gastos inoficiosos es por eso que el proveedor es el más beneficioso para la compañía **PANELIS S.A.S.**

8. Gestión de la calidad

PANELIS S.A.S tendrá una capacitación activa frecuente y minuciosa de su educación como micro empresa inmersa en el emprendimiento de esta manera participará de foros en el departamento t en la región.

Como dulce artesanal tendrá practicas ejemplares que permitan contribuir a la salud de todos los villavicensenses.

Normatividad en Gestión de Calidad y Alimentos.

ISO22000 “es una norma internacional que incluye los requerimientos necesarios para implantar un sistema de gestión de la Inocuidad Alimentaria. Es utilizada por organizaciones que necesitan evidenciar su aptitud para controlar los riesgos vinculados con la inocuidad alimentaria. El objetivo es garantizar que el alimento tiene las condiciones adecuadas para ser consumido.” (Ministerio de Salud, 2020)

Seguridad industrial

La seguridad debe ocupar un lugar primordial en cualquier organización. Existen responsables en su desarrollo, planeación, ejecución, control y seguimiento, pero esto no quiere decir que su cumplimiento dependa de un área, la seguridad industrial es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa.

Las evaluaciones constantes para la identificación de los riesgos, ejecutar las labores en función de los estándares y leyes establecidas, implementar las medidas preventivas según sea el caso, dotar al personal con equipos de protección adecuados y capacitarlos sobre cómo prevenirlos, son factores claves para garantizar que el riesgo de que ocurra un accidente sea mínimo.

En el primer semestre del 2017 el Ministerio de trabajo emitió la resolución 1111 en la cual fijaron los nuevos estándares mínimos que, de forma obligatoria, deben cumplir las empresas en la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). (Prevencionar, 2018)

En **PANELIS S.A.S** implementamos nuestro reglamento de higiene y seguridad industrial bajo los requerimientos del ministerio de trabajo para prestar a todos nuestros colaboradores un integral trabajo y condiciones óptimas para que puedan realizar las labores.

Equipo de seguridad Industrial:



Figura 28. Vestuario de seguridad industrial. Imagen Tomada de Prevencionar

Normas de Seguridad Industrial Vigentes.

Toda empresa debe seguir ciertas normas de seguridad industrial, unas de estas son:

- Resolución 2013 de 1986 = COPASO.

- Decreto 614 de 1984 = bases para la administración de la salud ocupacional en el País.
- Resolución 1016 de 1989 = reglamenta la organización y funcionamiento de los PSO.
- Decreto Ley 1295 de 1994 = organización y administración de los riesgos profesionales en el País.
- Decreto 1832 de 1994 = tabla de enfermedades profesionales.
- Decreto 1281 de 1994 = actividades de alto riesgo.
- Ley 776 de 2002 = reforma a las prestaciones en SGRP.
- Decreto 2800 de 2003 = afiliación al SGRP de trabajadores independientes.
- Resolución 2346 de 2007 = Historias Clínicas Ocupacionales.
- Resolución 3673 de 2008 = trabajo en alturas.
- Resolución 1401 de 2007= Investigación de Accidentes de trabajo.
- Resolución 2844 de 2007 = Guías de atención integral en salud ocupacional.
- Resolución 1013 DE 2008 = Guías de atención integral en salud ocupacional.
- Resolución 1956 de 2008 = consumo de cigarrillo.
- 15. Ley 1010 de 2006= Acoso Laboral.
- Decisión 584 de la CAN = definición de accidente de trabajo y enfermedad profesional.

(Universidad Pontificia Bolivariana, 2020)

- Decreto 614 de 1984: El presente Decreto determina las bases de organización y administración gubernamental y, privada de la Salud Ocupacional en el país, para la posterior constitución de un Plan Nacional unificado en el campo de la prevención de los accidentes y enfermedades relacionadas con el trabajo y en el del mejoramiento de las condiciones de trabajo. **PANELIS S.A.S** promueve el decreto 614 de 1984 al propender el mejoramiento y mantenimiento de las condiciones de vida y salud de la población trabajadora encargada de la elaboración de este producto. (Universidad Pontificia Bolivariana, 2020)
- Resolución 1956 de 2008: Prohíbe fumar en áreas interiores o cerradas de los lugares de trabajo y/o de los lugares públicos, así como en las entidades de salud,

instituciones de educación formal, en sus niveles de educación preescolar, básica y media y no formal que atiendan menores de edad, establecimientos en donde se atienden menores de edad y en los medios de transporte de servicio público, oficial y escolar. Señala las obligaciones que tienen los propietarios, empleadores y administradores de los lugares referidos. Determina las obligaciones de los Gobernadores y alcaldes y a las secretarías departamentales, distritales y municipales de salud, frente al tema del consumo de cigarrillo. Esto con el fin de salvaguardar la salud de quienes trabajan y de los productos los cuales deben estar regidos por normas de aseo la cual el uso del cigarrillo puede afectar el proceso del producto **PANELIS S.A.S.** (Alcaldía de Bogota, 2020)

Decreto 1281 de 1994: ACTIVIDADES DE ALTO RIESGO PARA LA SALUD DEL TRABAJADOR. Se consideran actividades de alto riesgo para la salud de los trabajadores las siguientes:

1. Trabajos en minería que impliquen prestar el servicio en socavones o en subterráneos.
2. Trabajos que impliquen las exposiciones a altas temperaturas, por encima de los valores límites permisibles, determinados por las normas técnicas de salud ocupacional.
3. Trabajos con exposición a radiaciones ionizantes.
4. Trabajos con exposición a sustancias comprobadamente cancerígenas.

(juriscol, 2020)

Se considera darle un valor de importancia al decreto 1281 de 1994, ya que para la producción del dulce **PANELIS S.A.S** se tienen que exponer para su proceso a altas temperaturas a la hora de hacer la mezcla de la panela con el Anís. Requiere de un cuidado y estar dentro de la normatividad legal. Buscando la seguridad de los trabajadores. (Uniderecho, 2007)

Decisión 584 de la CAN: Las acciones que se adoptan con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del trabajo, dirigidas a proteger la salud de los trabajadores contra aquellas

condiciones de trabajo que generan daños que sean consecuencia, guarden relación o sobrevengan durante el cumplimiento de sus labores, medidas cuya implementación constituye una obligación y deber de parte de los empleadores. Como prioridad para **PANELIS S.A.S** priva la salud y seguridad de los trabajadores que son quienes hacen posible la elaboración del producto final, panela con sabor a anís. (torres, 2020)

Tabla 16. Presupuesto de indumentaria de seguridad industrial

Indumentaria				
Numero de Unidades	Elementos	Unidad de Referencia	Valor Unitario	Valor Total
1	Traje de seguridad - Overol	unidad	\$ 34.900	\$ 34.900
1	Gafas de seguridad industrial	unidad	\$ 9.100	\$ 9.100
1	Botas en PVC de plastico	unidad	\$ 23.900	\$ 23.900
1	Faja para descargue de materia prima	unidad	\$ 49.900	\$ 49.900
1	Guantes de seguridad de poliuretano	unidad	\$ 49.900	\$ 49.900
1	Tapabocas N95	unidad	\$ 12.900	\$ 12.900
1	Casco de seguridad	unidad	\$ 20.900	\$ 20.900
Total				\$ 201.500

Nota: Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

9. Cotización de indumentaria de seguridad industrial

9.1 Traje de seguridad – Overol.

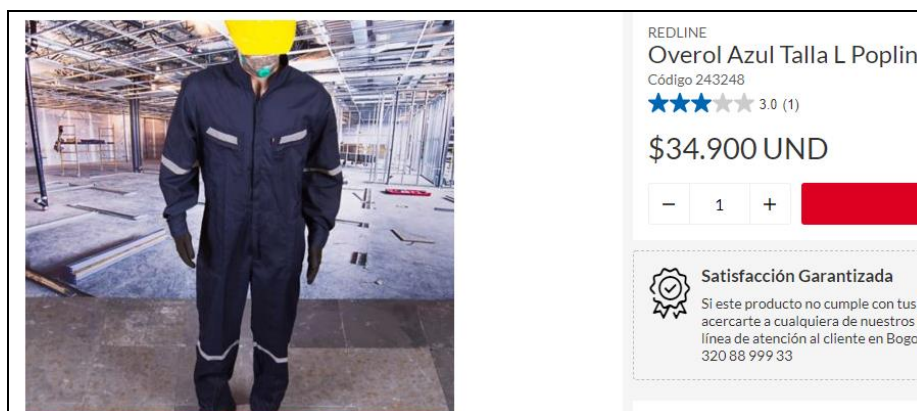


Figura 29. Cotización traje de seguridad. Tomado de Mercado Libre

9.2 Gafas de seguridad industrial.



Figura 30. Cotizaciones gafas de seguridad industrial. Tomado de Mercado Libre

9.3 Bota en PVC de plástico .

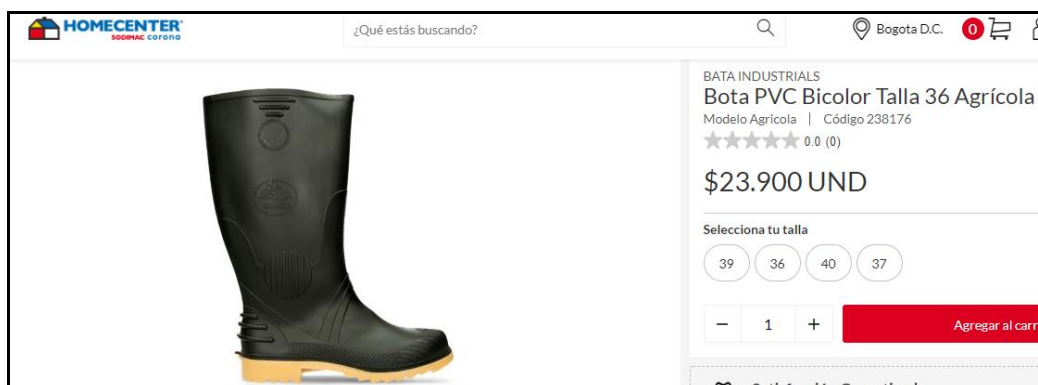


Figura 31. Cotización de botas en PVC de plástico. Tomada de: Homercenter

9.4 Faja para descargue de materia prima.

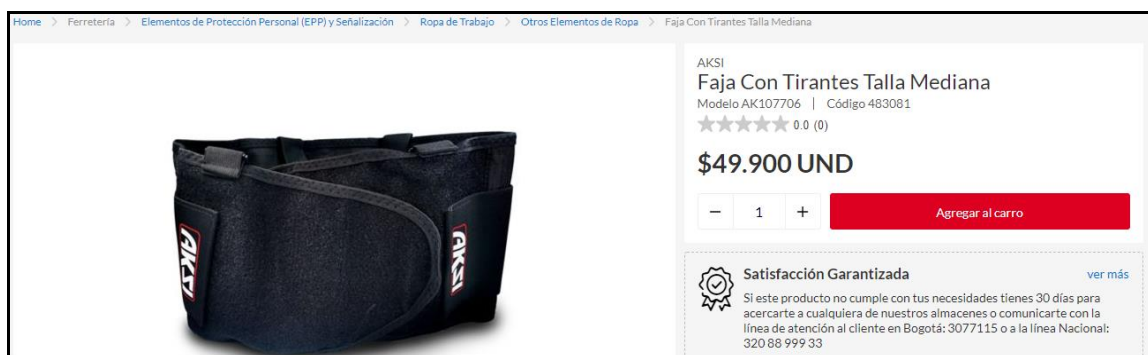


Figura 32. Cotización de faja para descargue de materia prima. Tomada de: Homercenter

9.5 Guantes de seguridad en poliuretano.

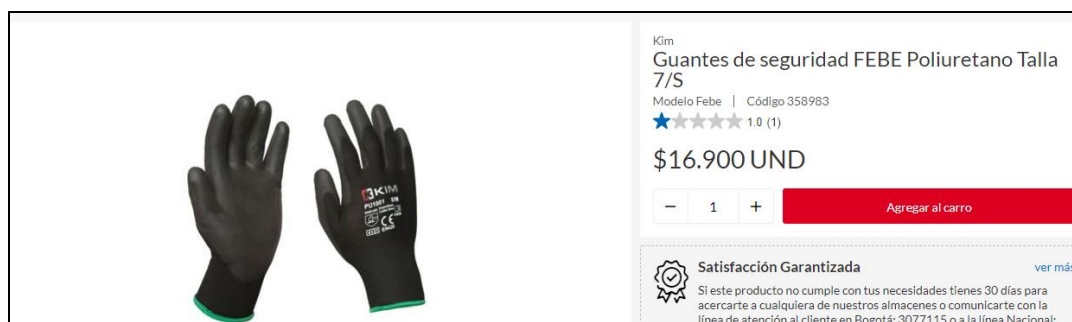


Figura 33. Cotización de guantes de poliuretano. Tomada de: Homercenter

9.6 Tapabocas N95

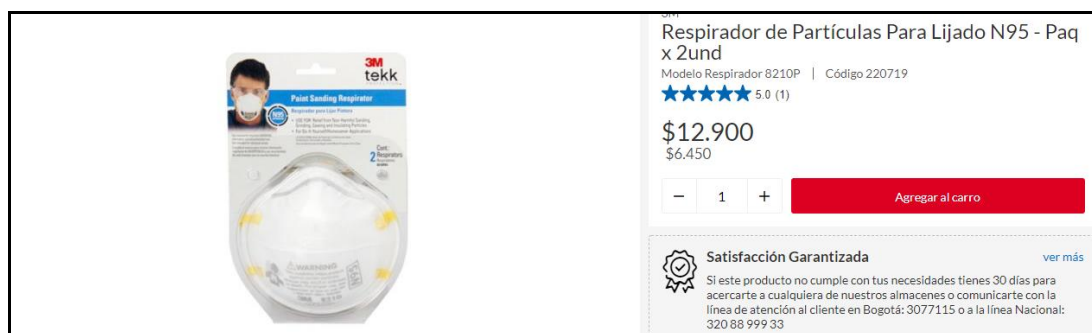


Figura 34. Cotización de tapabocas N95. Tomada de: Homercenter

9.7 Mascara de protección..

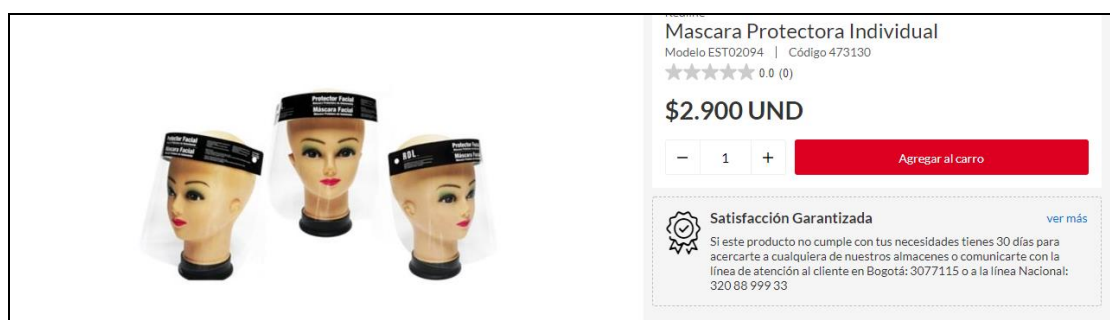


Figura 35. Cotización de mascara de protección. Tomada de: Homercenter

9. 8 Casco de seguridad.



Figura 36. Cotización de casco de seguridad. Tomada de: Homercenter

10. Presupuesto de desinfección y aseo

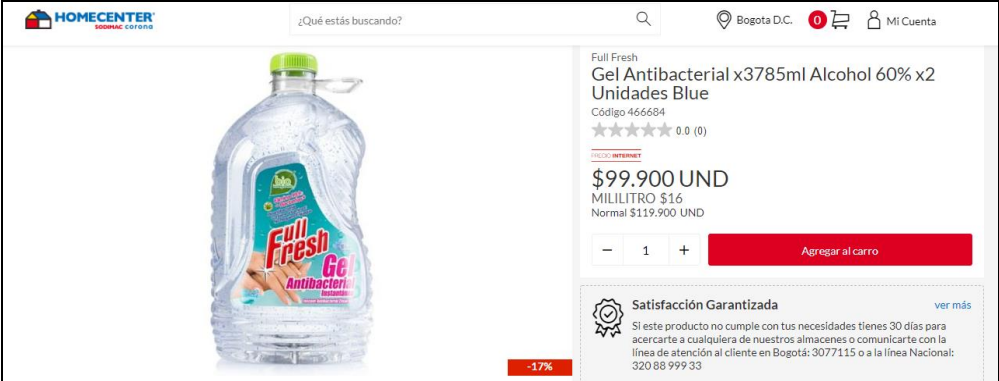
Tabla 17. Presupuesto y desinfección y aseo

Desinfeccion y Aseo				
Numero de Unidades	Elementos	Unidad de Referencia	Valor Unitario	Valor Total
1	Gel anti bacterial	3785 mililitros	\$ 49.950	\$ 49.950
1	Alcohol antiseptico	20 litros	\$ 200.000	\$ 200.000
1	Tapabocas 3 capas	caja 50 unidades	\$ 35.900	\$ 35.900
1	Soporte de dispensador de gel anti bacterial	unidad	\$ 152.900	\$ 152.900
1	Termómetro infrarrojo	unidad	\$ 53.900	\$ 53.900
1	Kit tapete desinfectante	unidad	\$ 62.900	\$ 62.900
1	Guantes de nitrilo	par	\$ 58.900	\$ 58.900
1	Flexometro de 10 metros	10 metros	\$ 16.900	\$ 16.900
1	Cinta demarcación negra-amarilla	metros	\$ 19.500	\$ 19.500
1	Kit de señalización	unidad	\$ 48.000	\$ 48.000
Total				\$ 698.850

*Nota:** Tabla de presupuesto para desinfección y aseo. Tomado de Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

10.1 Cotización de desinfección y aseo de seguridad industrial

10.1.1 Gel anti bacterial.



HOMECENTER

¿Qué estás buscando?

Bogotá D.C.

Mi Cuenta

Full Fresh
Gel Antibacterial x3785ml Alcohol 60% x2
Unidades Blue

Código 466684

★★★★★ 0.0 (0)

~~PRECIO INTERNET~~

\$99.900 UND

MILILITRO \$16

Normal \$119.900 UND

- 1 +

Agregar al carro

Satisfacción Garantizada

Si este producto no cumple con tus necesidades tienes 30 días para acercarte a cualquiera de nuestros almacenes o comunicarte con la línea de atención al cliente en Bogotá: 3077115 o a la línea Nacional: 320 88 999 33

ver más

-17%

Figura 37. Cotización de gel anti bacterial. Tomado de Homercenter

10.1.2 Alcohol antiséptico.



Figura 38. Cotización de alcohol antiséptico. Tomado de Homcenter

10.1.3 Tapabocas 3 capas.

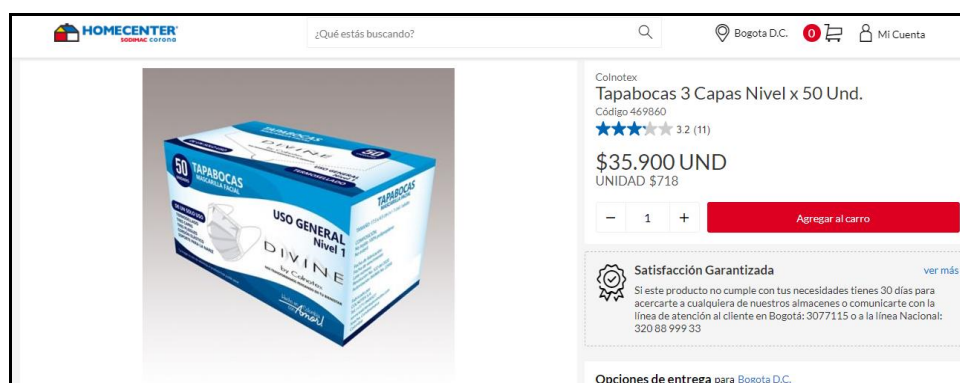


Figura 39. Cotización de tapabocas 3 capas. Tomado de: Homcenter

10.1.4 Soporte de dispensador de gel anti bacterial.

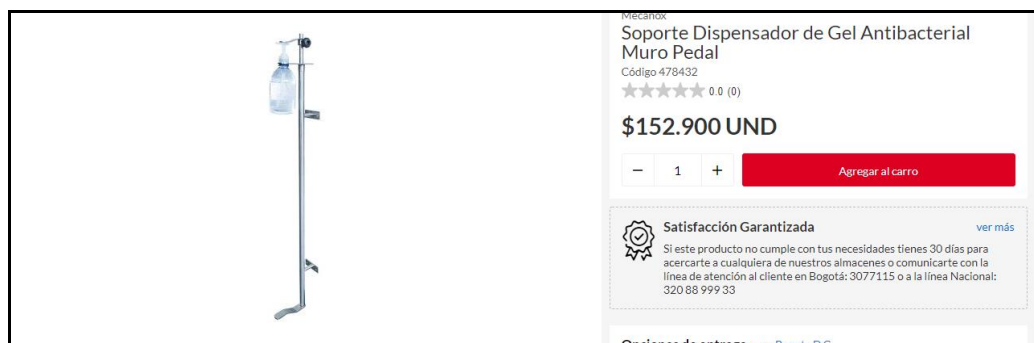


Figura 40. Cotización de soporte de dispensador de gel anti bacterial Tomado de: Homcenter

10.1.5 Termómetro infrarrojo.



Figura 41. Cotización de termómetro infrarrojo. Tomado de: Mercado Libre

10.1.6 Kit tapete desinfectante



Figura 42. Cotización de kit de tapete desinfectante. Tomado de: Mercado Libre

10.1.7 Guantes de nitrilo

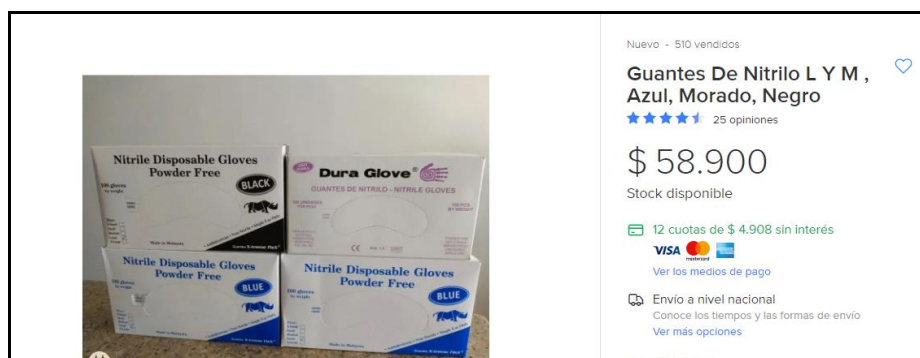


Figura 43. Cotización de guantes de nitrilo. Tomado de: Mercado Libre

10.1.8 Flexómetro de 10 metros



Figura 44. Cotización de flexómetro de 10 metros. Tomada de: Mercado Libre

10.1.9 Cinta demarcación negro-amarillo

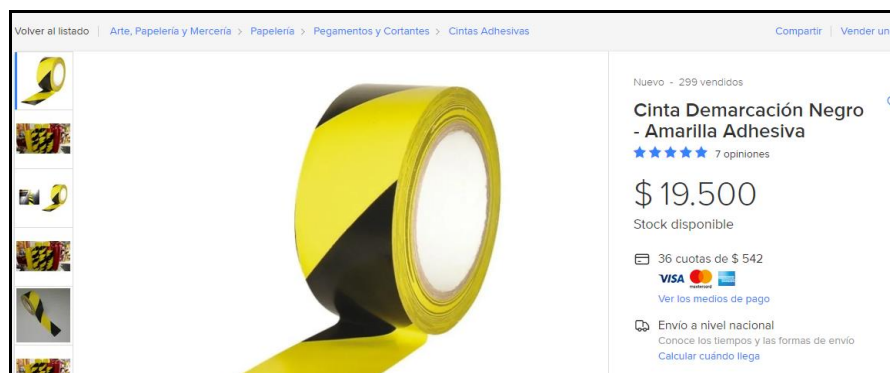


Figura 45. Cotización cinta demarcación. Tomada de: Mercado Libre

10.1.10 Kit de señalización

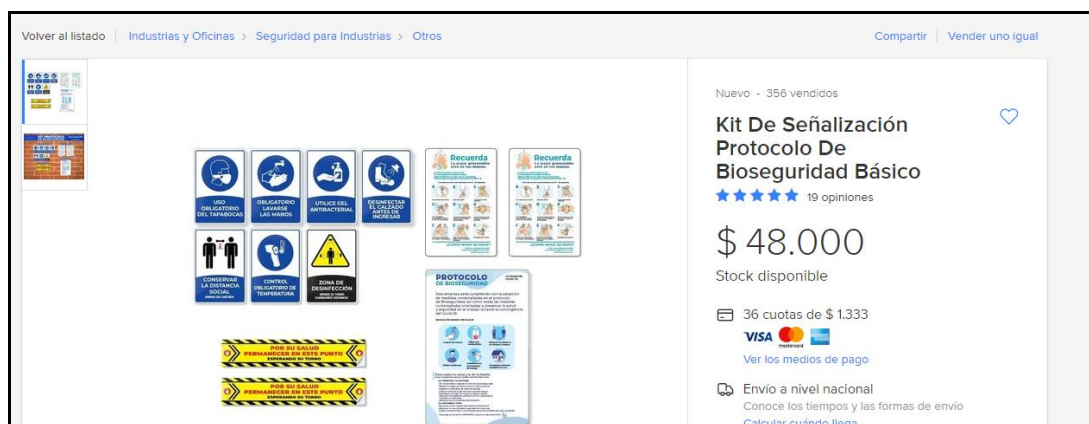


Figura 46. Cotización de kit de señalización de protocolos de bioseguridad. Tomada de Mercado Libre

11. Estudio de mercado

11.1 Antecedentes del mercado.

La industria de la confitería en Colombia se ha distinguido por el fuerte impacto que ha generado en el mercado durante los últimos años, dado a que año tras año se ha innovado para proporcionarles a los consumidores la mejor experiencia y mayor oferta en sus productos. Según Pro Colombia en los últimos años (Procolombia, 2019) “el sector ha exportado alrededor de US\$301 millones a 104 países.”, generando un alza en la economía colombiana y en los productores del sector.

El mercado de la panela en la economía colombiana representa el 12% de la población rural económicamente activa. (Imepex, 2020) Se estima que contribuye a la economía básica en más de 236 municipios en 12 departamentos a nivel nacional. La caña panelera participa con el 10,6% del área destinada a cultivos permanentes y el 3,6% del área total cultivada en Colombia. Además de esto genera anualmente 25 millones de jornales y se vinculan a esta actividad alrededor de 350.000 mil personas, lo que lo hace el segundo rublo generador de empleo rural después del café. (Ministerio de Agricultura, 2018). Colombia ha evolucionado a lo largo de la historia, empezando desde el siglo XVII cuando se implementó el azúcar y se inicia sembrando la caña que se extendía por las islas del caribe, al principio su costo era alto y se devaluó gracias a la popularización del consumo, quitándole el primer puesto a las almendras y la miel, quienes fueron pioneras en el sector de la confitería en Colombia por mucho tiempo. (Semana, 2019)

Entre los productos que lideran el mercado se encuentran los bombones, gomas, caramelos duros y blandos, chicles, entre otros. En base a esto se puede establecer que la creación de un dulce artesanal a base de panela y anís podría entrar fuertemente a competir en el mercado de la confitería, dado que este clasifica dentro de los caramelos blandos y es un producto innovador el cual busca fomentar la economía de los productores de caña de azúcar del departamento del Meta y así mismo a la región.

11.2 Estructura del mercado .

El mercado de la confitería al cual está asociado nuestro producto artesanal **PANELIS S.A.S** es competencia monopolística ya que está inmerso en pequeñas empresas dado el gran número de oferentes que hay. **PANELIS S.A.S** tiene la libertad de entrada y salida por ser un dulce artesanal, su precio se estipuló en base a los costos de la materia prima utilizada en la creación de este, existe diferenciación en los productos, y en nuestro caso el anís quien le da el valor agregado.

Es un producto distintivo llamativo para el consumidor; tiene una estrategia de marketing con estrategias de atracción, gracias a la combinación de sus materias primas, se encuentran un gran número de oferentes o vendedores que influyen en la venta y distribución del producto.

11.3 Clasificación Comercial del producto.

PANELIS S.A.S se encuentra clasificado dentro de los productos de Consumo, dado que el consumidor adquiere este para satisfacer sus necesidades y/o deseos por consumir un producto dulce. Dentro de esta clasificación **PANELIS S.A.S** se encuentra como bienes básicos de consumo dado que es un producto que es comprado de manera regular e impulsiva y se encuentra al alcance del consumidor en la mayoría de las tiendas.

Especificaciones:

- Presentación comercial: Se fabrica en una única presentación cuadrada en dulce individual, y cada paquete está compuesto por 32 unidades.
- Descripción física del producto: Sólido compacto, sabor y olor característico de la caña de azúcar con la mezcla del anís, el cual le da un toque cálido (Villetaresort., panela beneficios y propiedades, 2019)

11.4 El cliente como mercado objetivo.

PANELIS S.A.S como dulce artesanal logra cautivar la atención de su espectador por ser un dulce con un alto contenido nutricional, un elevado valor energético y su infusión con el anís logra combatir gases, molestias, dolores u otros problemas estomacales.

PANELIS S.A.S es un producto que está dirigido a hombres y mujeres mayores de 5 años, dado que no niega el derecho ni discrimina a ninguna persona por su religión, estrato, educación y sexualidad; por lo cual no existen características determinadas de consumo para delimitar este tipo de producto.

11.5 Análisis de la demanda y oferta.

Análisis de la Demanda.

La demanda de dulces artesanales ha incursionado en el mercado tendencialmente, dado a que las personas prefieren consumir dulces realizados con productos naturales, sin conservantes ni azúcares añadidas; Esto dado a que la sociedad ahora vive más consciente del deterioro que provocan estos en la salud de las personas (azúcares, grasas, conservantes y demás productos artificiales). Por otro lado, en el departamento se está impulsado la compra de productos propios de la región, por lo tanto, se creó el colectivo empresarial Somos del Meta, Somos Llaneros para impulsar a los Metenses a consumir estos.

Las exportaciones de productos tradicionales de confitería en los últimos años han aumentado hacia los países donde residen una gran cantidad de colombianos, como lo son Estados Unidos, España, Canadá y entre otros; esto dado la nostalgia que sienten por su país. Igualmente, Pro Colombia afirmó que actualmente la confitería colombiana ha llegado a 103 destinos internacionales. (Sectorial, 2020) El gasto de un colombiano en promedio en confitería es del orden de los COP 11.627 al año y el consumo no alcanza al 0.8 kilogramos. El crecimiento de la producción permitió satisfacer el cubrimiento de la demanda interna y generó excedentes que facilitaron su exportación y vincularon a Colombia en los mercados internacionales. Una de las grandes ventajas que favorecieron la demanda mundial fue

producir internamente sus materias primas como lo son el cacao, azúcar y la glucosa. (sectorial, 2015)

Grafica de concentración y distancia media de producto exportado durante el año 2019

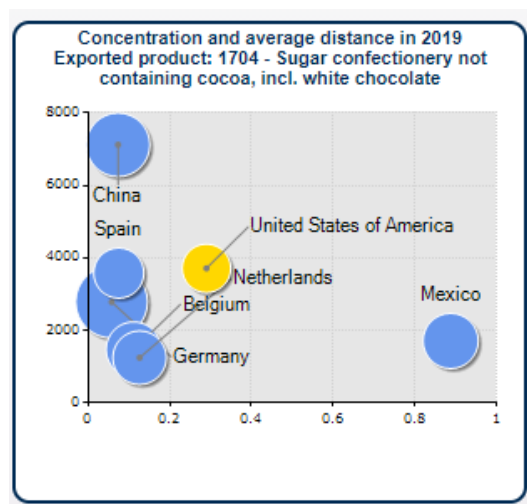


Figura 47. Grafica de exportación de la confitería. Tomada de: Trademap

Grafica del crecimiento de las exportaciones de los países

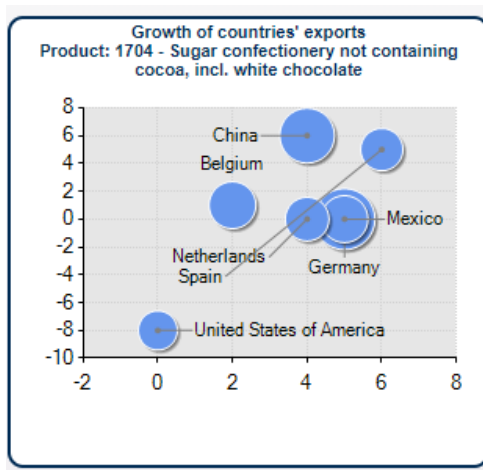


Figura 48. Grafica de crecimiento de las exportaciones en los distintos países. Tomada de: Trademap

Análisis de la Oferta

La oferta de dulces artesanales en el departamento del Meta, ha tomado un gran auge dado que las personas consumen dulces en cualquier momento del día, esto genera un crecimiento significativo en la oferta de este sector productivo, por consecuencia lógica genera un aumento de producción de unidades en los mercados que conlleva a una disminución de los precios por unidad. La empresa **PANELIS S.A.S** compite directamente con grandes compañías y marcas como: Súper Coco y Caramelo de Anís.

La industria de la confitería en Colombia a través de los años se ha caracterizado por el dinamismo y la renovación hasta el momento ha exportado alrededor de US \$301 millones a 104 países. Gracias a la posición geográfica y estratégica que lo convierten en un país competitivo ante los mercados, por ser un país tropical ubicado en la zona ecuatorial con la ventaja de producir azúcares todo el año. Colombia es líder en exportación de bombones, caramelos duros y blandos, gomas, chicles y pastillas. (Procolombia, Sector de la confitería , 2020)

Grafica de concentración y distancia media de producto importado durante el año 2019

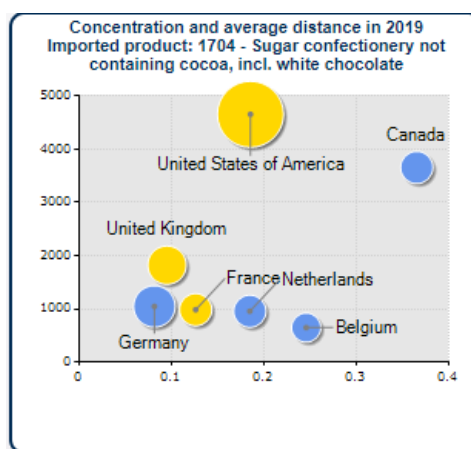


Figura 49. Grafica de la importación de la confitería. Tomada de: Trademap

Grafica del crecimiento de las importaciones de los países

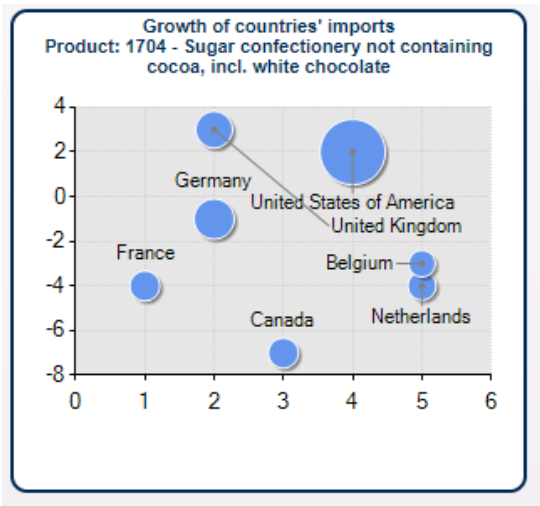


Figura 50. Grafica de crecimiento de las importaciones. Tomada de: Trademap

11.6 Marketing Mix

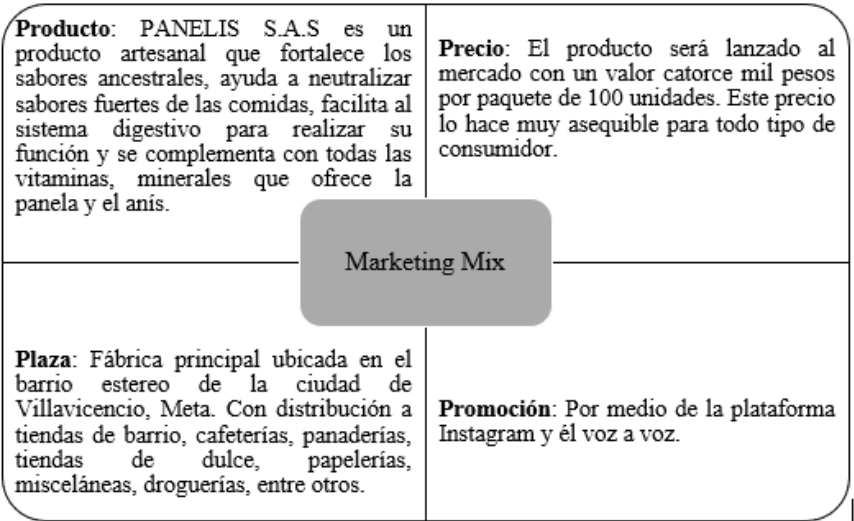


Figura 51. Cuadro de marketing mix de Panelis S.A.S. Tomado de Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Instagram es una plataforma que puede ser utilizada como objetivo de comercialización y venta de productos. (Philippe, 2018) “Esta aplicación permite ofrecer una imagen humana de la marca, acercando su realidad cotidiana a los miembros de la comunidad, siempre que se

ofrezca a través de las imágenes que contienen un valor añadido, distinto al de las empresas de la competencia”.

Manejo de las cuentas de Instagram: “publicar una imagen en Instagram puede significar mucho para una empresa y deben estar al frente del mantenimiento de las cuentas unas personas con experiencia en comunicación, perfectas conocedoras de los códigos de conducta y de comunicación de su organización. Deberán ser personas con sensibilidad gráfica y un toque de creatividad.” (Philippe, 2018)

Tipos de fotos: “Es necesario definir un estilo y una línea de comentarios que sean representativos del estilo y valores de tu compañía.” (Philippe, 2018)

11.7 La distribución (canales).

Canales de distribución.

- Redes Sociales: Instagram es una plataforma de internet que permite la comunicación masiva como herramienta para muchas empresas, esta posee una gran cantidad de usuarios registrados. Se tomará como primera opción esta red social para promocionar **PANELIS S.A.S** ya que logra brindar la información desde un mejor ángulo, facilitando la divulgación de esta.
- Voz a voz: en la publicidad de las empresas la voz a voz es una de las mejores comunicaciones, se le atribuye en gran medida al alcance de satisfacción de los clientes, se debe tener en cuenta que esta comunicación trae beneficios a la organización, pero es de cuidado ya que cuando no está en buen uso puede ponerse en contra de la organización y generar pérdidas.

Servicio al cliente: existirá una página de internet (Instagram) donde serán respondidos los mensajes de compra de los productos con protocolos de cortesía ya estipulados.

11.8 Estudio del Mercado Objetivo.

11.8.1 Técnicas de recolección de datos.

Para la investigación se utilizará una encuesta virtual como una fuente primaria para recolectar datos. Esta ayudará en gran manera dado que los participantes proporcionarán su punto de vista y aportarán ideas acerca de la imagen que tendrían del dulce **PANELIS S.A.S** y si lo comprarían o no. Además, esta encuesta nos permitirá aumentar el alcance de la investigación que realizaremos y de igual manera nos brindará información importante acerca de las necesidades y preferencias de los futuros consumidores del dulce **PANELIS S.A.S** como lo son los precios que estarían dispuestos a pagar y los sabores que se implementarían. Este método viene siendo muy eficiente debido a que se ahorrará tiempo y son de bajo costo.

11.8.2 Instrumentos de recolección de datos.

Para la presente investigación serán empleado el método cuantitativo con el propósito de conseguir toda la información necesaria para el análisis que estaremos realizando. El instrumento con enfoque cuantitativo será la encuesta.

Encuesta estructurada para testing de producto en la Feria INNOVA del año 2019

Encuesta Estructurada – **PANELIS S.A.S** (dulce a base de panela y anís)

La presente encuesta es para la creación de un dulce artesanal, de la Universidad Santo Tomas. La información recopilada tiene fines netamente académicos y no van a ser divulgados
DECRETO DATOS PEROSANLES

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - Menos de 18 años 01
 - De 18 a 21 años 02
 - De 21 a 25 años 03
 - De 25 a 30 años 03
 - Más de 30 años 04
2. ¿Le interesaría probar un dulce a base de panela?
 - Si 01
 - No 02

3. ¿Usted ha probado el anís? y ¿Le gusto el sabor??
 - Si lo he probado y NO me gusto 01
 - Si, lo he probado y me gusto 02
 - No lo he probado 03
4. ¿Consumiría usted un dulce de panela con anís?
 - Si 01
 - No 02
 - Tal Vez 03

Agradecemos su colaboración, hasta pronto.

Anexo 1. Encuesta estructurada de Formulación y Evaluación de Proyectos

11.8.3 Tamaño de la muestra.

Inicialmente, lo apropiado para el tamaño de la muestra de la encuesta, es una población de 20 personas, debido a que es mejor tratar grupos pequeños ya que son más fructíferos, la información es más exacta y de calidad. Así pues, la encuesta se realiza con el fin de explorar y profundizar en el conocimiento de las necesidades y los gustos de la población objetivo a la que a dirigida nuestro producto. Por lo tanto, se emplea la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times (pxq) \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times (pxq)}$$

Ecuación 1. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra es necesario para deducir la población total, el nivel de confianza es del 95% y el error del 10%, por efecto el tamaño de la muestra obtenido es del 100%. Por lo tanto, se van a encuestar 51 personas para deducir el total la muestra poblacional.

11.8.4 Metodología.

El presente estudio tuvo como objetivo definir las preferencias y posturas que se tienen acerca de la panela y el anís en la ciudad de Villavicencio, para de esta manera poder estudiar la posibilidad de introducir un dulce artesanal de panela y anís a la misma.

Los diferentes aspectos que se tuvieron en consideración para llevar a cabo la encuesta de forma exitosa fueron:

- Rango de edad de la persona encuestada.
- Disposición de la persona para consumir panela y anís.
- Aceptación de la creación de un dulce a base de panela y anís.

Se realiza un total de 51 respuestas a encuestas, en la Ciudad de Villavicencio, Meta.

El estudio para dicha investigación se llevó a cabo mediante encuestas enviadas por internet asistidas por computador a una muestra de estudiantes Hombres y Mujeres de distintas edades, diferentes tipos de clase socioeconómica, consumidores y no consumidores de panela y anís, que actualmente se encuentran en la ciudad de Villavicencio.

11.8.5 Informe de recolección de datos.

En el análisis de resultados se presenta cada pregunta realizada en el cuestionario, seguida de su respectivo análisis en porcentaje, la cantidad de votos por cada opción y su gráfica. Las preguntas realizadas se hicieron para conseguir la información necesaria para dar respuesta a los objetivos que se tenían previstos.

¿En qué rango de edad se encuentra?

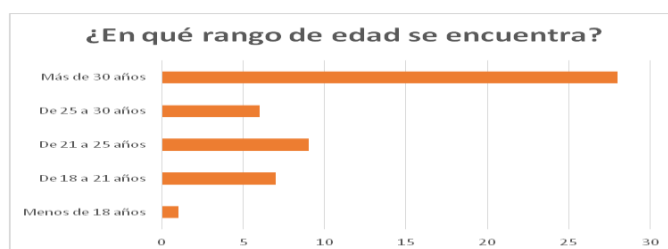


Figura 52. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿En qué rango de edad se encuentra?

La presente pregunta fue realizada con la finalidad de establecer el rango en la que se encuentra la población a la cual se le realizó está, en la ciudad de Villavicencio y de la misma manera establecer el mercado meta.

Tabla 18. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿En qué rango de edad se encuentra?

Menos de 18 años	1
De 18 a 21 años	7
De 21 a 25 años	9
De 25 a 30 años	6
Más de 30 años	28

Nota: * Resultados de la pregunta número 1 de la encuesta ¿En qué rango de edad se encuentra?



Figura 53. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿Le interesa probar un dulce a base de panela?

Al obtener un resultado positivo, lo cual demuestra que las personas están abiertos a la posibilidad de consumir un dulce a base de panela, al tener un porcentaje de 84.3% que está de acuerdo con esta nueva modalidad.

Tabla 19. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿Le interesa probar un dulce a base de panela?

Si	43
No	1
Tal Vez	7

¿Usted ha probado el anís? y ¿Le gusto el sabor?

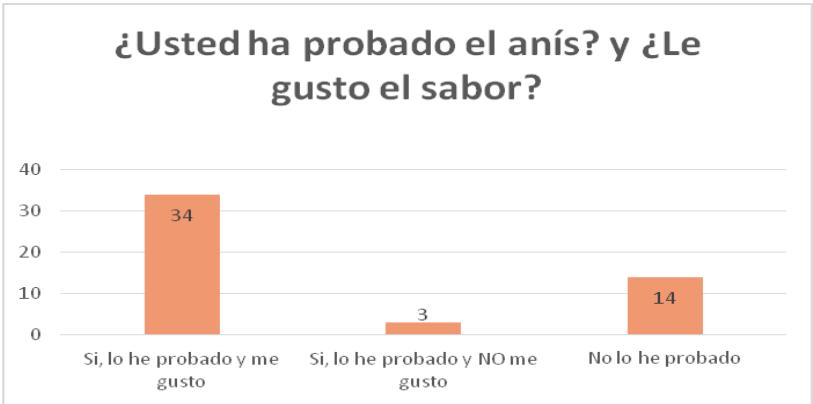


Figura 54. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿Usted ha probado el anís? y ¿Le gusto el sabor?

Al obtener un resultado positivo, lo cual demuestra que las personas están abiertos a la posibilidad de consumir un dulce a base de anís, al tener un porcentaje de 66.7% que está de acuerdo con este sabor.

Tabla 20. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿Usted ha probado el anís? y ¿Le gusto el sabor?

Si, lo he probado y me gusto	34
Si, lo he probado y NO me gusto	3
No lo he probado	14

¿Consumiría usted un dulce de panela con anís?

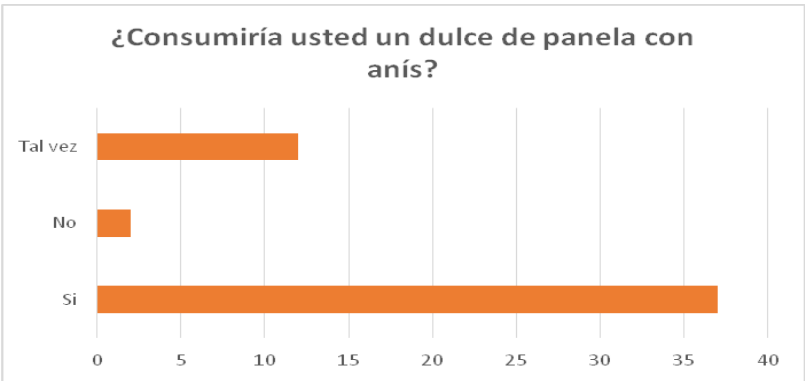


Figura 55. Gráfica de resultados de encuesta a la pregunta: ¿Consumiría usted un dulce de panela con anís?

Al obtener un resultado positivo, lo cual demuestra que las personas están abiertos a la posibilidad de salirse de la rutina y de la misma manera se encuentra dispuestos a probar un dulce de panela. Al tener un porcentaje del 72.5% que está de acuerdo en conocer esta nueva modalidad, se puede llegar a la conclusión de que es sumamente viable establecer la creación de un dulce a base de panela y anís.

Tabla 21. Resultados de encuesta a la pregunta: ¿Consumiría usted un dulce de panela con anís?

Si	37
No	2
Tal vez	12

11.8.6 Análisis de la Encuesta

Con base a las respuestas obtenidas en la encuesta, a continuación, se presenta el análisis de esta. Principalmente, es conveniente realizar el dulce debido a que la gran mayoría de la población es consumidora de estos. Se pudo notar que el 84.3% respondió positivamente, diciendo consumiría un dulce a base de panela y anís. El 63.7% de la población respondió le gusta el sabor del anís y el 72.5% contesto que consumiría un dulce a base de panela y anís, lo cual demuestra que sería favorable introducir un dulce de estos, ya que se evidencia un alto nivel de intriga por parte de las personas hacia lo desconocido.

En definitiva, el consumo de dulce se puede establecer como un factor de gusto y agrado por parte de la población. Con la consideración, de innovar a través de otras vías como sabores diferentes o una experiencia que no se cierre en solo comer un dulce.

12. Estrategia Organizacional

12.1 Nombre de la empresa.

PANELIS S.A.S

12.2 Cámara de comercio.

Este proyecto se presentará ante cámara de comercio bajo la figura de representación de una Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S) y al ser jóvenes emprendedores pretendemos acogernos a la ley 1780 de 2016 del gobierno nacional que busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes y reducir el pago de impuestos (Camara de Comercio Bogotá, 2020)

“ARTÍCULO 3°. Exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación. Las pequeñas empresas jóvenes que inicien su actividad económica principal a partir de la promulgación de la presente Ley, quedarán exentas del pago de la matrícula mercantil y de la renovación del primer año siguiente al inicio de la actividad económica principal.” (normativo, 2020)

En cuanto a la nómina, **PANELIS S.A.S** se acoge al artículo 114-1 del estatuto tributario que establece que se exonera del pago de aportes parafiscales a favor del SENA, ICBF y las cotizaciones al régimen contributivo de salud. (nacional, 2020)

De igual forma PANELIS S.A.S se cogerá también a la Ley 1943 2018 por medio de la cual se expiden normas de “financiamiento para el restablecimiento del equilibrio del presupuesto y se dictan otras disposiciones”. La misma incluye ajustes en materia tributaria; Dentro de esta ley, nos acogemos al artículo 5, el cual habla de que el descuento de la retención será del cincuenta por ciento (50%) del valor del impuesto y en los pagos de retención de fuente la tarifa será del quince por ciento (15%) (Secretaría del Senado, 2020)

12.3 RUT

		Formulario del Registro Único Tributario		001	
1. Concepto: ☒ Inscripción Formulario para la DIAN			4. Número de formulario: 14695357078 		
5. Número de Identificador Tributario (NIT): 1 0 3 2 4 9 2 5 6 4 1		6. DV: 1		12. Dirección nacional: 2 2	
13. Razon social: 2 2					
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión líquida		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía		26. Número de identificación: 1 0 3 2 4 9 2 5 6 4	
27. Fecha expedición: 2 0 1 6 0 8 1 8		28. País: COLOMBIA		29. Departamento: Bogotá D.C.	
30. Primer apellido: PERALTA		31. Segundo apellido: VELASQUEZ		32. Primer nombre: STEFANIE	
33. Segundo nombre:		34. Dato adicional:		35. Dato adicional:	
36. Nombre comercial:					
37. Dato adicional:					
UBICACIÓN					
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Meta		40. Ciudad/Municipio: Villavicencio	
41. Dirección principal: CR 48 11 245 CA G-4		42. Correo electrónico: stefanieperaltavelasquez@gmail.com		43. Código postal: 3 1 0 7 8 0 2 7 1 2	
44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:		46. Teléfono 3:	
CLASIFICACIÓN					
47. Actividad principal: 7 0 1 0		48. Actividad secundaria: 8 2 9 9		49. Otras actividades: 2 0 2 0 5 6 1 8	
50. Código: 7 0 1 0		51. Código: 8 2 9 9		52. Código: 2 0 2 0 5 6 1 8	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código: 4 9					
54. No responsable de IVA					
Otorgados aduaneros					
55. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0					
Exportaciones					
56. Forma: 57. Tipo: 58. Método: 59. CMC:					
IMPORTANTE: Si se piden de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación. Para una exclusión de la DIAN					
60. Años: 61. X NO		62. No de Fianza: 2		63. Fecha: 2020-08-18 / 18:25:30	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, sustitución y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz. En caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantará los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.8.1.2 del Decreto 1025 de 2015. Firma del solicitante:			En presencia de los responsables que la DIAN solicita. Firma autorizada: 64. Nombre: BARON JEREZ LADY MAYERLY 65. Cargo: Gestor I		

Figura 56. RUT de la estudiante Stefanie Peralta. Stefanie Peralta, 2020

Código CIIU de la confitería

1581	ELABORACIÓN DE CACAO, CHOCOLATE Y PRODUCTOS DE CONFITERÍA
------	---

Figura 57. Código CIIU de la confitería. Tomado de cámara de comercio.

5224	COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS
------	---

Figura 58. Código CIIU de la confitería. Tomado de cámara de comercio

12.4 Misión

En **PANELIS S.A.S** inspiramos recuerdos ancestrales por medio de una experiencia de sabores que permite a los comensales disfrutar de las vitaminas de la panela campesina y el otoño del anís; creando una combinación saludable en un dulce artesanal.

12.5 Visión

Para el 2025 **PANELIS S.A.S** se posicionará en el mercado de la confitería en la ciudad de Villavicencio como una empresa integral, innovadora; que impulse el sector panelero mediante la creación artesanal de un dulce con sabor tradicional del campo para satisfacer a todos nuestros clientes.

12.6 Valores

- Respeto
- Responsabilidad
- Honestidad
- Compromiso
- Puntualidad
- Servicial
- Liderazgo

12.8 Gestión de marca

Imagen del Producto:



Figura 60. Propuesta logotipo de la marca. Fuente: Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

12.9 Slogan

Sabores ancestrales que endulzan tu vida.

12.10 DOFA

Debilidades:

- Falta de sistemas operativos para inventarios y contable
- Poco personal
- Falta de reconocimiento en el mercado
- Falta de experiencia por ser una empresa nueva en el mercado.
- Recursos mínimos para la incursión de la empresa **PANELIS S.A.S.**
- Competencia ya establecida y consolidada en la ciudad de Villavicencio.
- Poca Frecuencia de compra por parte de los consumidores

Oportunidades:

- Mercado de la confitería en crecimiento
- Beneficios por parte del Gobierno Nacional en cuanto a la reducción de impuestos tributarios, ley 1780 de 2016
- Crecimiento acelerado de la demanda de productos naturales
- Posibilidades de expansión internacional
- Posibilidad de obtener el sello orgánico

- Producto llamativo para el control de enfermedades infecciosas por su aporte vitamínico
- El sector de la confitería brinda amplio abordaje para la incursión del dulce artesanal.

Fortalezas:

- Aplicación del Sistema de gestión de la calidad (9001) y sistema de seguridad en el trabajo
- Producción orgánica de anís
- Empaques biodegradables
- Procesos de selección de proveedores de la región
- Precio asequible al consumidor.
- Beneficios para la salud por su composición en las propiedades de la materia prima.
- Apoya el movimiento yo compro llanero que facilita la compra y el reconocimiento del dulce.

Amenazas:

- Competencia con grandes competidores del mercado
- Mercado inexplorado
- Cierre del comercio por pandemia de Covid-19
- Recesión económica del país
- Competencia que ya maneja las mismas materias primas de **PANELIS S.A.S.**
- Rechazo de requerimientos de sanidad de la secretaria de salud y control para la empresa **PANELIS S.A.S.**
- Productos sustitutos

12.11 Análisis Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar (CAME)

CAME		FORTALEZAS		DEBILIDADES
	1	Aplicación del Sistema de gestión de la calidad (9001) y sistema de seguridad en el trabajo	1	Falta de sistemas operativos para inventarios y contable
	2	Producción orgánica de anís	2	Poco personal
	3	Empaques biodegradables	3	Falta de reconocimiento en el mercado
	4	Procesos de selección de proveedores de la región	4	Falta de experiencia por ser una empresa nueva en el mercado.
	5	Precio asequible al consumidor.	5	Recursos mínimos para la incursión de la empresa PANELIS S.A.S.
	6	Beneficios para la salud por su composición en las propiedades de la materia prima	6	Competencia ya establecida y consolidada en la ciudad de Villavicencio
	7	Apoya el movimiento y comercio llanero que facilita la compra y el reconocimiento del dulce	7	Poca Frecuencia de compra por parte de los consumidores
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS F+O		ESTRATEGIAS O+D
1. Mercado de la confitería en crecimiento	1	Incentivar a la compra de la confitería por medio de la sistematización y la buena gestión de la calidad	1	Se necesitan implementar sistemas operativos que permitan incrementar sistemas tecnológicos dentro de la empresa vinculándola en la demanda nacional de la confitería
2. Beneficios por parte del Gobierno Nacional en cuanto a la reducción de impuestos tributarios, ley 1780 de 2016	2	Gestionar una huerta orgánica que permite solvencia económica mediante el emprendimiento y el beneficio de la reducción de impuestos.	2	Gracias a los beneficios por parte del gobierno en la reducción de impuestos se puede consolidar personal calificado y especializado.
3. Crecimiento acelerado de la demanda de productos naturales	3	Debido al apoyo y la conciencia ambiental que se ha venido generando en los consumidores, permitiendo que PANELIS S.A.S obtenga una gran demanda por estar vinculado en el compromiso social y ambiental	3	Vincular el marketing como estrategia de reconocimiento para darse a conocer a nivel local, permitiendo el crecimiento de la empresa
4. Posibilidades de expansión internacional	4	Mediante las alianzas estratégicas y estables con los proveedores de materia prima se obtiene la posibilidad de expansión a nivel nacional e internacional	4	Mediante la capacitación constante y las metas propuestas de la empresa se busca tener objetivos claros ante la expansión internacional
5. Posibilidad de obtener el sello orgánico	5	Incentivar a la compra del dulce artesanal por medio de un precio asequible al público gracias a los bajos costos y al consumo sano.	5	Gestionar créditos para emprendimientos mediante los beneficios del gobierno y de esta manera poder llegar a obtener el sello orgánico para la empresa.
6. Producto llamativo para el control de enfermedades infecciosas por su aporte vitamínico	6	Gracias a el aporte vitamínico de la materia prima y su compromiso de reducir enfermedades infecciosas se puede catalogar a PANELIS S.A.S como un producto beneficioso para la salud	6	El distintivo empresarial del producto ante la competencia ya establecida tiene ventajas significativas por su carga nutricional y su compromiso con la salud humana.
7. El sector de la confitería brinda amplio abanico para la incursión del dulce artesanal.	7	La incursión a movimientos locales que apoyan los emprendimientos de la región consolida las metas propuestas por la empresa PANELIS S.A.S	7	Mediante las alianzas en restaurantes y puntos de ventas diferentes al punto de fábrica se busca penetrar en un nuevo mercado incentivando a la compra diaria.

		FORTALEZAS		DEBILIDADES
	1	Aplicación del Sistema de gestión de la calidad (9001) y sistema de seguridad en el trabajo	1	Falta de sistemas operativos para inventarios y contable
	2	Producción orgánica de anís	2	Poco personal
	3	Empaques biodegradables	3	Falta de reconocimiento en el mercado
	4	Procesos de selección de proveedores de la región	4	Falta de experiencia por ser una empresa nueva en el mercado.
	5	Precio asequible al consumidor.	5	Recursos mínimos para la incursión de la empresa PANELIS S.A.S.
	6	Beneficios para la salud por su composición en las propiedades de la materia prima	6	Competencia ya establecida y consolidada en la ciudad de Villavicencio
	7	Apoya el movimiento y comercio llanero que facilita la compra y el reconocimiento del dulce	7	Poca frecuencia de compra por parte de los consumidores
AMENAZAS		ESTRATEGIAS F+A		ESTRATEGIAS A+D
1. Competencia con grandes competidores del mercado	1	Mediante la sistematización de la gestión, podemos implementar actividades necesarias para el cumplimiento de la misión de la empresa.	1	Generar un sistema operativo contable que supla las necesidades primordiales para entrar a competir en el mercado.
2. Mercado inexplorado	2	Vincularnos al mercado con el distintivo del dulce artesanal nos posiciona en mercados inexplorados y por consiguiente ser únicos en el sector de la confitería.	2	mediante la selección de personal capacitado y una agenda de contactos previos de profesionales se permite el tránsito oportuno en caso de renuncias, despidos, licencias, entre otros.
3. Cierre del comercio por pandemia de Covid-19	3	Mediante la pandemia se generaron oportunidades en cuanto al crecimiento de los proveedores de empaques y a los emprendimientos creados a raíz de la crisis económica	3	El distanciamiento permite reforzar el área de ventas y marketing por medio de los canales virtuales ejecutando los recursos digitales.
4. Recesión económica del país	4	Por medio de la selección de proveedores de la región se puede incentivar a la activación del sector económico generando empleo local	4	La recesión económica permite reinventarse en cuanto a los métodos de operar en un país en desarrollo
5. Competencia que ya maneja las mismas materias primas de PANELIS S.A.S.	5	Al ser un producto único en el mercado no posee competencia directa, por lo tanto, no afecta a la empresa así se manejen las mismas materias primas	5	PANELIS S.A.S al ser un dulce artesanal tiene la combinación exclusiva de 2 materias primas económicamente rentables y sustentables con puntos a favor a la hora de competir en el mercado de la confitería
6. Rechazo de requerimientos de sanidad de la secretaria de salud y control para la empresa PANELIS S.A.S.	6	Suplementar un dulce artesanal natural permite el cumplimiento de los estándares de calidad y los requisitos de salubridad propuestos en las regulaciones de la confitería.	6	Implementar estrategias de salubridad mediante la documentación requerida y un informe donde se establecen los protocolos y los registros de la creación del dulce artesanal para prevenir futuros obstáculos.
7. Productos sustitutos	7	PANELIS S.A.S al ser una empresa que está vinculada al movimiento y comercio llanero, permite el respaldo de la región y de los metenses.	7	La innovación es un factor clave en la empresa PANELIS S.A.S ya que permite estar vigentes en la competencia ante los productos sustitutos y establecer estrategias para la recompra de los consumidores.

Figura 61. CAME. Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

13 Marco Financiero

13.1 Optimización del Tamaño.

Para iniciar la empresa **PANELIS S.A.S** se requirieren producciones mínimas (2.304 paquetes mensuales) ya que la demanda del producto es baja mientras se da a conocer en la ciudad de Villavicencio mediante este periodo de aceptabilidad intentaremos que los costos de producción sean reducidos, en medida que **PANELIS S.A.S** obtenga demanda y clientes se incrementara la producción y se reinvertirán las ganancias para obtención de capital planta y equipo

Economía del Tamaño.

La inversión inicial del proyecto se proyecta para un semestre de ejecución, de la siguiente manera.

Actividad/Mes	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Adquisición de la bodega de producción				
Compra y adquisición de maquinaria y equipos				
Compra y adquisición de indumentaria				
Compra de Motocicleta para domicilios				
Compra de materia prima				

Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

Planes de Ampliación.

Teniendo en cuenta que la demanda por el producto sea positiva, ampliaremos la empresa para los municipios cercanos a Villavicencio, implementando nuevas máquinas de producción para cubrir la demanda de los consumidores

13.2 Inversiones totales.

Tabla 22. Estado de pérdidas y ganancias

INVERSIONES	COSTOS
1. FIJOS	
Terrenos	\$ -
Adecuaciones del terreno	\$ 4.000.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 6.757.700,00
Muebles y enseres	\$ 1.474.440,00
Implementos de aseo	
Otros	\$ -
SUBTOTAL	\$ 12.232.140,00
2. CAPITAL DE TRABAJO	
Materia prima	\$ 1.234.560
Mano de obra directa	\$ 2.652.888
Mano de obra indirecta	-
Servicios públicos	\$ 800.000
Dotación	\$ 604.500
Arrendamientos	\$ -
Mantenimiento	\$ -
Provision de Impuestos	\$ 8.857.819
Publicidad	\$ 2.000.000
SUBTOTAL	\$ 16.149.767
INVERSIONES TOTALES	\$ 28.381.907

13.3. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 24. Estado de pérdidas y ganancias

Estado de perdidas y ganancias PYG							
CUENTAS	MES 1	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
VENTAS NETAS	\$ 32.256.000	\$ 387.072.000	\$ 425.779.200	\$ 468.357.120	\$ 515.192.832	\$ 566.712.115	
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 4.887.448	\$ 58.649.372	\$ 64.514.309	\$ 70.965.740	\$ 78.062.314	\$ 85.868.545	
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 27.368.552	\$ 328.422.628	\$ 361.264.891	\$ 397.391.380	\$ 437.130.518	\$ 480.843.570	
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.320.000	\$ 1.452.000	\$ 1.597.200	\$ 1.756.920	
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000	\$ 15.840.000	\$ 17.424.000	\$ 19.166.400	\$ 21.083.040	
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 26.068.552	\$ 312.822.628	\$ 344.104.891	\$ 378.515.380	\$ 416.366.918	\$ 458.003.610	
(+) INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 450.000	\$ 5.400.000	\$ 5.940.000	\$ 6.534.000	\$ 7.187.400	\$ 7.906.140	
(-) OTROS EGRESOS	\$ 600.000	\$ 7.200.000	\$ 7.920.000	\$ 8.712.000	\$ 9.583.200	\$ 10.541.520	
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 25.018.552	\$ 300.222.628	\$ 330.244.891	\$ 363.269.380	\$ 399.596.318	\$ 439.555.950	
(-) PROVISION PARA IMPUESTO	\$ 7.505.566	\$ -	\$ 22.516.697	\$ 49.536.734	\$ 108.980.814	\$ 119.878.895	
(=) UTILIDAD NETA	\$ 17.512.987	\$ 210.155.840	\$ 231.171.424	\$ 254.288.566	\$ 279.717.423	\$ 307.689.165	
Ganancia Mensual		\$ 17.512.987	\$ 19.264.285	\$ 21.190.714	\$ 23.309.785	\$ 25.640.764	

Nota: * Estado de pérdidas y ganancias del plan de negocios de **PANELIS S.A.S.** Fuente Autores

13.4. Balance General

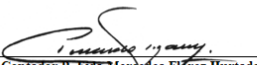
PANELIS S.A.S NIT. 930.002.00X-X ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL A 15 DE AGOSTO DE 2019 EN PESOS COLOMBIANOS		
ACTIVO		
CORRIENTE		\$ 6.500.000
DISPONIBLE	1.500.000	
INVENTARIO	5.000.000	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 12.232.140
MAQUINARIA Y EQUIPO	10.757.700,00	
MUEBLES Y ENSERES	1.474.440,00	
VEHICULOS		\$ 5.000.000
MOTOCICLETA	5.000.000,00	
TOTAL ACTIVO		\$ 23.732.140
PASIVO		
CORRIENTE		
OBLIGACIONES FINANCIERAS	0	
PROVEEDORES	0	
TOTAL PASIVO		\$ -
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		\$ 23.732.140
TOTAL PATRIMONIO		
 Contador P. Erika Mercedes Flores Hurtado C.C: 40.457.323		
 Representante Legal Stefanie Peralta C.C: 1.032.492.564		

Figura 62. Balance general. Fuente Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020

13.5. Costo de venta

Tabla 23. *Costo de ventas*

COSTO DE VENTA	
Inventario inicial de materias primas	\$ 5.000.000
Compras	\$ 1.234.560
inventario final de materias primas	\$ 3.765.440
costo de la materia prima utilizada	\$ 1.234.560
materias primas indirectas	\$ 0
costos de materias primas directas utilizadas	\$ 1.234.560
mano de obra directa	\$ 2.652.888
Costo de produccion	\$ 3.887.448
Otros costos	\$ 1.000.000
costo de produccion del periodo	\$ 4.887.448
PRECIO UNITARIO	\$ 14.000,0
Paquete por 100 unidades	

Nota: * Costo de ventas del plan de negocios **PANELIS S.A.S.** Fuente *Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020*

13.6. Unidades proyectadas

Tabla 24. *Unidades proyectadas del dulce artesanal*

Unidades	Capacidad diseñada unitaria
1 hora	1.200
1 día	9.600
1 mes x 24 días	230.400
Unidades proyectadas en paquete por 100	2.304

Insumo	valor unitario	producen	necesidad de producción	unidades necesitan	valor total
1 panelon	1.500	600	230.400	384	576.000
1 garrafon 20 lts	1.000	800	230.400	288	288.000
anis x 60 mlt	4.200	3.000	230.400	77	322.560
Empaque individual	48.000	230.400	230.400	1	48.000

Insumos	valor
panela	576.000,00
agua	288.000,00
anis	322.560,00
empaque	48.000,00
Costo de materia prima en día	1.234.560,00

13.7 Nomina

Tabla 25. Nomina

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	CALIDAD O PORCENTAJE	PORCENTAJE EMPLEADO	DESCUENTOS EMPLEADO POR MES	PAGOS DEL EMPRESARIO POR MES	PAGOS TOTALES AÑO EMPRESARIO
SALARIO	\$ 877.804			\$ 877.804	\$ 10.533.648
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$ 102.854			\$ 102.854	\$ 1.234.248
DOTACIÓN 3 VECES AÑO				\$ -	\$ -
INTERES DE CESANTIAS	12%			\$ 817	\$ 9.803
CESANTIAS	8,33%			\$ 81.689	\$ 980.266
PRIMA	8,33%			\$ 81.689	\$ 980.266
VACIONES 15 DIAS	4,17%			\$ 36.561	\$ 438.726
EPS	12,5%	4%	\$ 35.112	\$ -	\$ 421.346
AFP	16%	4%	\$ 35.112	\$ 105.336	\$ 1.685.384
ARL	0,522%			\$ 4.582	\$ 54.986
SENA	2%			\$ -	\$ -
I.C.B.F.	3%			\$ -	\$ -
CAJA	4%			\$ 35.112	\$ 421.346
TOTAL			\$ 70.224	\$ 1.326.444	\$ 16.760.018

Panelis será beneficiada por cumplir el art. 114-1 ET, exonerandose de los pagos a Salud, SENA e ICBF

Nota: * Nomina de 1 empleado para el plan de negocios **PANELIS S.A.S.** Fuente *Evelyn Torres, Stefanie Peralta, 2020*

PANELIS S.A.S será beneficiada por cumplir el Artículo 114-1 estatuto tributario, exonerándose de los pagos a Salud, SENA e ICBF

- **Artículo 114-1 estatuto tributario** “ exoneradas del pago de los aportes parafiscales a favor del Servicio Nacional del Aprendizaje (SENA), del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y las cotizaciones al Régimen Contributivo de Salud, las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios, correspondientes a los trabajadores que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes.” (Estatuto Tributario Nacional, 2020)

14. Conclusiones

El proyecto **PANELIS S.A.S** muestra los requisitos que se deben cumplir para llevar a cabo la creación de un plan de negocios de manera exitosa y la innovación de un producto artesanal saludable contribuyendo de esta manera al dinamismo local.

- Para darle cumplimiento a nuestros objetivos tuvimos que analizar temas tan importantes como el estudio del mercado, por lo cual, se pudo contextualizar la información viable para la comercialización de PANELIS SAS, se pudo detectar cuales son las necesidades de las personas en su cotidianidad.
- El proceso permitió establecer que PANELIS SAS será una empresa rentable con ganancias sobre el 45,71% por unidad vendida, esto generaría rentabilidad y será vista como una inversión rentable monetariamente.
- Pudimos establecer los departamentos oportunos para la funcionalidad de la empresa, buscar medidas para la reducción de gastos, estandarizar y establecer tiempos para reducir demoras en la elaboración del producto, la planeación de la compra del inventario, la evaluación de los proveedores para hallar el mejor para nuestra empresa.
- Se determino el impacto del análisis en cuanto a salud de los comensales y los beneficios que aporta el consumo de dulce artesanal.
- La formulación y evaluación de proyectos es muy importante a la hora de llevarse a cabo un proyecto, mediante este proceso se permite la planeación de lo que se quiere realizar y lo que se piensa obtener del mismo, por ende, se debe desarrollar una evaluación correcta de las posibles alternativas que se deben tener antes de iniciar cualquier emprendimiento, la implementación para el producto y las herramientas necesarias y suficientes.
- De esta manera se reducen los riesgos de una mala inversión y de tener factores necesarios como el mercado y los clientes objetivos para el consumo del producto, mediante el

análisis detallado, de esta manera PANELIS SAS es un emprendimiento eficiente y mediante la investigación se determinó lo que se quiere lograr mediante la constatación real de la rentabilidad de lo presentado en el plan de negocios.

- El apoyo y el vínculo generado entre los productores de panela de mesetas nos deja la importancia que se debe tener al implementar materias primas producidas en nuestro departamento y de esta manera un impacto positivo en la localidad como consecuencia aumentar el empleo y la oportunidad de sacar al mercado cosechas campesinas.
- Se comparo y se determinó el ahorro monetario y sostenible de las huertas orgánicas que se pueden sembrar, cultivar y recolectar en los asentamientos de las empresas encargadas de implementar materias primas naturales, extraídas de la tierra, y que generan compromiso ambiental sostenible.

Recomendaciones

Se recomienda al lector por parte de los investigadores que se siga promoviendo las alianzas estratégicas entre las zonas rurales y urbanas del departamento del Meta para que de esta forma se contribuya con el dinamismo local y permita impulsar el sector agropecuario. Implementando así proyectos viables y sostenibles en el tiempo, generando productos que posean beneficios como vitaminas y minerales esenciales para la salud del consumidor.

Vincular ganancias adicionales para el plan de negocios como lo son las huertas orgánicas, y adquirir el compromiso ambiental sostenible y la responsabilidad para el desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional.

Referencias Bibliográficas

- ABC. (2019). *La-importancia-de-la-participacion-del-joven-en-la-sociedad-724092.html*. Recuperado de www.abc.com.py/articulos/la-importancia-de-la-participacion-del-joven-en-la-sociedad-724092.html.
- Alcaldía de Bogotá. (2020). *establecimientos de comercio*. Recuperado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=24025>
- Alcaldía de Bogotá. (s.f.). *Documentos para establecimientos de comercio- Consumo de Cigarrillo, Tabaco y Derivados*. Recuperado de: www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=24025&cadena=.
- Alcaldía de Lejanías. (2017). El Municipio en el Departamento [Gráfico]. Recuperado de <http://www.lejanias-meta.gov.co/mapas/el-municipio-en-el-departamento>
- Alcaldía de Mesetas. (2020). *Nuestro municipio*. Obtenido de <http://www.mesetas-meta.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Alcaldía de Villavicencio. (2015). *Sala De Prensa de la Alcaldía de Villavicencio*. Recuperado de www.villavicencio.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/Gobierno-%E2%80%98Unidos-Podemos%E2%80%99-anunci%C3%B3-Pol%C3%ADtica-P%C3%BAblica-de-Libertad-Religiosa-y-de-C
- Alcaldía de Villavicencio. (2016). *GALERÍA DE MAPAS* [Gráfico]. Recuperado de <http://www.villavicencio.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Galeria-de-Mapas.aspx>
- Alcaldía de Villavicencio. (2019). *Informacion del Municipio*. Recuperado de <http://www.villavicencio.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>
- Alcaldía de Villavicencio. (2019). *Informe de gestion vigencia 2018*. Obtenido de <http://www.villavicencio.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/INFORME%20DE%20GESTION%20VIGENCIA%202018%20-%20ALCALDIA%20DE%20VILLAVICENCIO.pdf>

- Alcaldía de Villavicencio. (2019). *Normatividad*. Recuperado de <http://www.villavicencio.gov.co/Transparencia/Paginas/Normatividad.aspx?FolderPd=Normatividad/Decretos/Vigencia%20a%C3%B1o%202020>
- Alibaba.com. (s.f). Hervidor de agua industrial con doble camisa de acero inoxidable, 500 litros, vapor, olla a presión [Gráfico]. Recuperado de <https://spanish.alibaba.com/product-detail/full-stainless-steel-double-jacketed-industrial-cooking-kettle-500-liter-steam-jacketed-cooking-kettle-steam-pressure-cooker-60691022838.html?spm=a2700.8699010.normalList.16.285c75f7vUV42b>
- Banco de la República. (2020). Obtenido de Banrepcultural: https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Posici%C3%B3n_astron%C3%B3mica_y_geogr%C3%A1fica_de_Colombia#targetText=Cu%C3%A1l%20es,occidente%20con%20el%20oc%C3%A9ano%20Pac%C3%ADfico.
- Camara de Comercio de Bogotá. (2020). *Ley de emprendimeinto juvenil*. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>
- Castro, N., Chavéz, H. & Quesada, D. (2013). *estudio de factabilidad para la produccion de caña panelera en la vereda las mercedes del municipio de villavicencio*. Recuperado de: https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/3046/Castro_%20Nelly_Ch%C3%A1vez_%20H%C3%A9ctor_%20D%C3%ADaz_%20David_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- DANE. (2012). *CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS*. Recuperado de https://www.ccb.org.co/content/download/1798/27210/file/11510_ciudane4.pdf
- DANE. (2018). *Poblacion ajustada por cobertura*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>
- Decibeles.com.co. (2019). *Turismo religioso otro espacio para promover el meta*. Recuperado de www.decibeles.com.co/turismo-religioso-otro-espacio-para-promover-el-meta/
- El Meta Turistico. (2014). *Economía*. Recuperado de <https://elmetaturistico.wordpress.com/economia/>

- El Tiempo. (2019). *Villavo superó a otras 4 capitales en población en los últimos 13 años*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/villavicencio-supero-numero-de-poblacion-en-los-ultimos-13-anos-424876>
- El Tiempo. (2020). *crecen cultivos de subsistencia*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-956629>
- Encolombia. (2018). *“Villavicencio, puerta del Llano” – “La despensa de Colombia”*. Recuperado de <https://encolombia.com/turismo/destinos-turisticos/destinos-colombianos/meta/villavicencio/>:
- Encolombia. (2020). *Apoyo del gobierno al sector panelero*. Recuperado de <https://encolombia.com/economia/noticias-agroindustria/apoyo-del-gobierno-al-sector-panelero/>
- Esalud. (2017). *Panela: beneficios y propiedades nutricionales*. Recuperado de <https://www.esalud.com/panela-beneficios-propiedades/>
- Estatuto Tributario Nacional. (2020). *exoneracion de aportes*. Recuperado de <https://estatuto.co/?e=1460>
- Estatuto Tributario. (s.f.). *Estatuto Tributario Nacional*. Recuperado de <https://estatuto.co/?e=1460>
- FAO. (2004). *Producción de panela como estrategia de diversificación en la generación de ingresos en áreas rurales de América Latina*. Recuperado de http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/AGSF_WD6s.pdf
- FAO. (2004). *Producción de panela como estrategia de diversificación en la generación de ingresos en áreas rurales de América Latina*. Obtenido de www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/AGSF_WD6s.pdf
- FAOSTAT. (2018). *caña de azúcar, estadísticas internacionales de producción*.
- Fedepanela. (2019). *Se aprueba ley que beneficia a pequeños y medianos productores paneleros y crea incentivos a empresas que compren productos elaborados con panela*. Recuperado de www.fedepanela.org.co/gremio/se-aprueba-ley-que-beneficia-a-pequenos-y-medianos-productores-paneleros-y-crea-incentivos-a-empresas-que-compren-productos-elaborados-con-panela/

- Función Pública (2019). *gestion territorial*. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/1205912/Resultado+de+Gesti%C3%B3n+Territorial+Villavicencio+2019.pdf/69b84e9f-43ef-4c9f-83e3-4a97b96558ad?version=1.6&t=1545147868557&download=true>
- Función Pública. (2020). *ley 1780 de 2016*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>
- Historia y Región. (s.f.). EL DULCE SABOR DE LA PANELA. Recuperado de <http://historiayregion.blogspot.com/2017/05/el-dulce-sabor-de-la-panela.html>
- Imepex. (2020). *La panela colombiana y su produccion*. Recuperado de <https://imepex.com/es/index.php/2019/08/26/the-production-of-panela-in-colombia/>
- Infoagro. (2019). *El cultivo de caña azucar*. Recuperado de http://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_cana_azucar.asp
- Instituto Departamental de Cultura del Meta. (2020). *Diversidad y dialogo intercultural en el departamento del meta*. Obtenido de <http://www.culturameta.gov.co/content/diversidad-cultural>
- Intranet Meta. (2016). *Secciones Archivos*. recuperado de https://intranet.meta.gov.co/secciones_archivos/461-27597.pdf
- Juriscol. (2020). *decreto 1281 de 1994*. Recuperado de <http://suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1738032>
- La red 21. (2016). *Propiedades y beneficios del anis para la salud*. Obtenido de <https://www.lr21.com.uy/salud/1293690-propiedades-beneficios-anis-salud-planta-medicinal#:~:text=Favorece%20el%20sistema%20digestivo%3A%20el,gastritis%20u%20otros%20problemas%20estomacales>.
- Laica, C. (2019). *Como se compone la diversidad religiosa en colombia* . Recuperado de <https://laicismo.org/como-se-compone-la-diversidad-religiosa-en-colombia/>
- Mejía, A. (2016). *Paneleros también tienen Plan de Desarrollo*. Recuperado de: www.elmundo.com/portal/pagina.general.impresion.php?idx=175214
- Minagricultura. (2018). *Cadena industrial de la panela* . Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Panela/Documentos/2018-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

- Ministerio de Agricultura. (2018). *Cadena agroindustrial de la panela* . Recuperado de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Panela/Documentos/2018-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Ministerio de Salud. (2020). *Calidad e inocuidad de alimentos*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>
- Periodico del Meta. (2018). *Fortalecen a paneleros del meta* . Recuperado de <https://periodicodelmeta.com/fortalecen-a-paneleros-del-meta/>
- Philippe, G. (2018). *principios del marketing*. Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaustasp/detail.action?docID=5756880>.
- Presidencia de la República de Colombia. (2019). *Ley de la panela* . Recuperado de <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/Con-sancion-nueva-Ley-Panela-se-dinamizaran-exportaciones-de-este-producto-a-nuevos-mercados-internacionales-191202.aspx>
- Prevencionar. (2018). *Seguridad Industrial: Normas , sanciones y más*. Recuperado de <http://prevencionar.com.co/2018/12/10/seguridad-industrial-normas-sanciones-y-mas/>
- Procolombia. (2019). *Sector de la confitería*. Recuperado de <http://www.procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/sector-de-la-confiter>
- Región Central. (2017). *Seguridad alimentaria y nutricional*. Villavicencio: Gobierno departamental-actualización. Recuperado de <https://regioncentralrape.gov.co/meta-tiempo-record-actualizo-politica-publica-seguridad-alimentaria-nutricional/>
- Revista Alimentos. (s.f.). *Chocolateria y confitería*. Recuperado de: <https://revistaalimentos.com/ediciones/ed-62-adquisiciones-potencian-negocio/9098-2/>
- Riveros, H. (2020). *La comercializacion de productos de las agroindustrias rurales el caso de los países andinos*. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=ppIgAQAIAIAJ&lpg=PA27&ots=Ra1DEFi8Qg&dq=Los%20rendimientos%20obtenidos%20por%20hect%C3%A1rea%20son%20muy%20heterog%C3%A9neos%2C%20debido%20a%20las%20diferencias%20en%20los%20contextos%20socioecon%C3%B3micos%20y%20tecno>.
- Secretaria del Senado (2020). *ley 1943 de 2018*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1943_2018.html

- Sectorial. (2015). *sector confiteria y chocolates* . Recuperado de <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/51256-el-buen-desempeno-del-sector-confiteria-y-chocolates-colombia#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Euromonitor%2C%20el%20gasto%20de,consumo%20de%200%2C3%20kilogramos>
- Sectorial. (2020). *La confiteria colombiana llega a 103 países y las exportaciones se fortalecen*. Recuperado de <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/286081>
- Semana. (2019). *La dulce colombia* . Recuperado de <https://www.semana.com/especiales/articulo/la-dulce-colombia/250706-3/>
- Superintendencia de Industria y Comercio (2020). *Estudios de mercado* . Recuperado de https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Panela2012.pdf
- Toda Colombia. (2005-2019). *Municipios del Meta División Política* [Gráfico]. Recuperado de <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/meta/municipios-division-politica.html>
- Toda Colombia. (2005-2019). *Ubicación Geográfica de Colombia* [Gráfico]. Recuperado de <https://www.todacolombia.com/geografia-colombia/ubicacion-geografica.html>
- Torres, C. (2020). *Seguridad industrial*. Recuperado de: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/2220/Legislaci%F3n%20en%20seguridad%20y%20salud%20ocupacional%20en%20Colombia.pdf;jsessionid=16A49474614EFCFF89E135AA4990B6E2?sequence=2>
- Uniderecho. (2007). *DECRETO 1281 DE JUNIO 22 DE 1994*. Recuperado de: www.uniderecho.com/leer_ley_Decretos-en-Colombia_32_358.html
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2020). *Decreto 614 de 1984* . Recuperado de http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/decreto_614%2084%20Organizacion%20y%20Administracion%20Salud%20Ocupacional.pdf
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2020). *Resolución 1016 de Marzo 31 de 1989*. Obtenido de <http://copaso.upbbga.edu.co/legislacion/Resolucion%201016%20de%2089.%20Progrmas%20de%20Salud%20Ocupacional.pdf>

Vegaffinity. (S.f). *Panela: Beneficios e Información Nutricional*. [Tabla]. Recuperado de: <https://www.vegaffinity.com/comunidad/alimento/panela-beneficios-informacion-nutricional--f1207>

Vegaffinity. (S.f). *Semillas de anís: Beneficios e Información Nutricional*. [Tabla]. Recuperado de: <https://www.vegaffinity.com/comunidad/alimento/semillas-de-anis-beneficios-informacion-nutricional--f476>

Villetaresort. (2019). *panela beneficios y propiedades*. Recuperado de: <http://www.villetaresort.com/index.php/blog/80-panela-beneficios-y-propiedades-del-mejor-endulzante-natural>

Weatherspark. (2019). *Weatherspark El clima promedio en Villavicencio*. Recuperado de <https://es.weatherspark.com>: <https://es.weatherspark.com/y/24273/Clima-promedio-en-Villavicencio-Colombia-durante-todo-el-a%C3%B1o>)

Yara. (2019). *La produccion mundial de caña de azucar*. Recuperado de: <https://www.yara.com.co/nutricion-vegetal/cana-de-azucar/la-produccion-mundial-de-cana-de-azucar/>